

SAE Communication Commerciale

Département des Hautes-Pyrénées (65)



SOMMAIRE

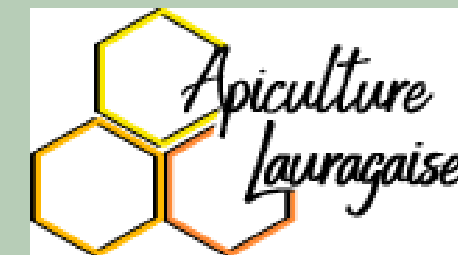
Rappel du contexte.....	2 à 3
Présentation de l'équipe.....	5
Nôtre QQQQCP.....	7
Benchmarking.....	9 à 13
Présentation du MIX.....	15
Plan de communication.....	17
Charte graphique.....	19 à 20
Kit de communication	
Affiche évènement.....	23
PLV Producteurs +PLV Produits.....	25 à 30
Publications Réseaux Sociaux.....	32 à 35
Argumentaire de vente.....	37 à 39
Présentation du stand prévisionnel.....	41
Identification des contraintes.....	43
Calendrier Projet.....	45 à 46
Evaluation du projet.....	48
Conclusion.....	50

RAPPEL DU CONTEXTE

Pour rappel, nous sommes 5 étudiants en première année de BUT Techniques de Commercialisation. Nous avons pour mission de réaliser une semaine de vente de produits locaux et artisanaux. Ce projet a pour but de nous faire découvrir notre première expérience dans la vente, la communication et le travail en équipe. Nous pensons que cette expérience va réellement nous servir dans l'apprentissage de notre futur métier. Les marques que nous devons commercialiser sont : L'Odyssée d'engrain, Avril Parfum, Maison Larrouyet et Apiculture Lauragaise.



MARION ET SERGE LARROUYET



PRESENTATION DE L'EQUIPE



Anna

Responsable en communication, chargée d'instagram et de la décoration du stand.



Mélissa

Chef de groupe: faire en sorte qu'il y ait une bonne cohésion dans l'équipe, S'occupe de la plupart des appels avec les entreprises. Trésorière: chargée de s'assurer que nous sommes à nos comptes.



Idriss

Communication, chargé des réseaux sociaux et de poster dès que nous sommes sur notre stand des nouveautés de ce que l'on vend.



Roxane

Chargée de reporter et prendre des photos du stand, s'occupe des décorations du stand.



Maroua

responsable réseaux sociaux, chargée de poster dès qu'il y a des nouveautés dans le groupe.

NOTRE QQOCP

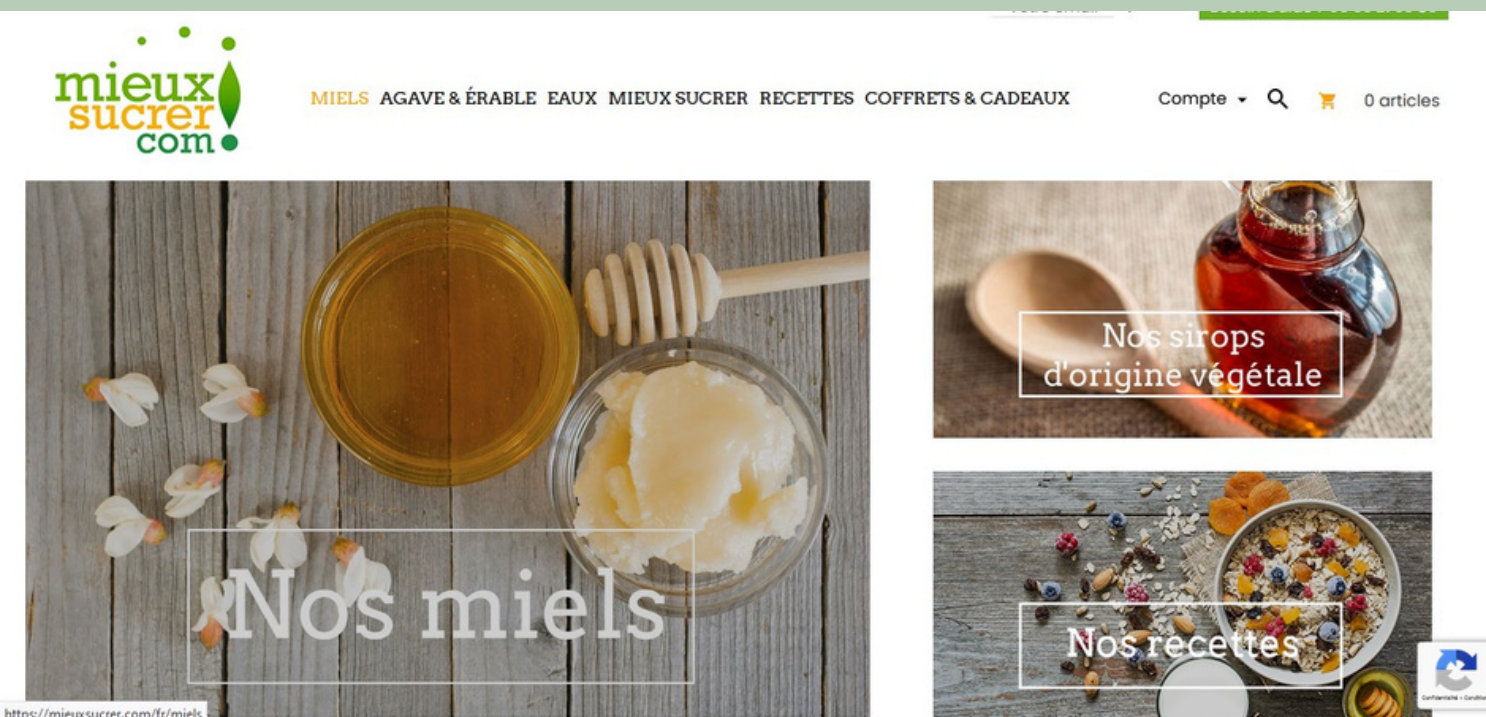
BENCHMARKING

Avril parfum

Le flocon des parfums sont disposés de manière à être vus, l'eau de parfum ou toilette est claire ou colorée, le packaging est souvent de couleur blanche et verte ou jaune pour représenter la nature, le bio.



Apiculture Lauragaise



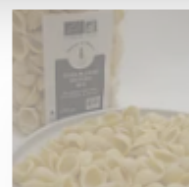
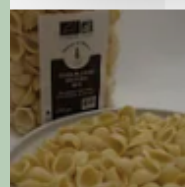
- La couleur jaune rappelle les abeilles et les ruches
- Proposition de recette avec les miels.
- Le miel à côté des pots pour voir la texture



L'Odyssée d'engrain

On observe que les pâtes peuvent être présentées soit crûes, cuites ou en fabrication

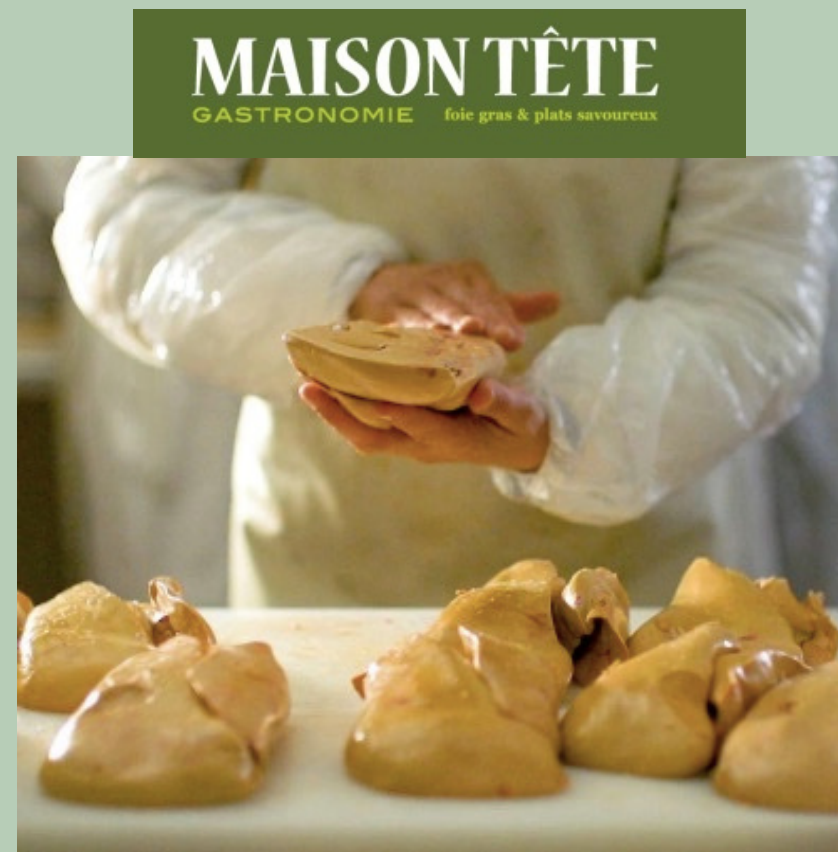
Ils mettent en avant leur label et leurs valeurs



Maison Larrouyet

Ils présentent le foie gras le plus souvent brut, découpé ou en pot. Souvent décoré avec du gros sel, un couteau et une ardoise

Sur ces photos, on observe le prestige du foie gras et la qualité

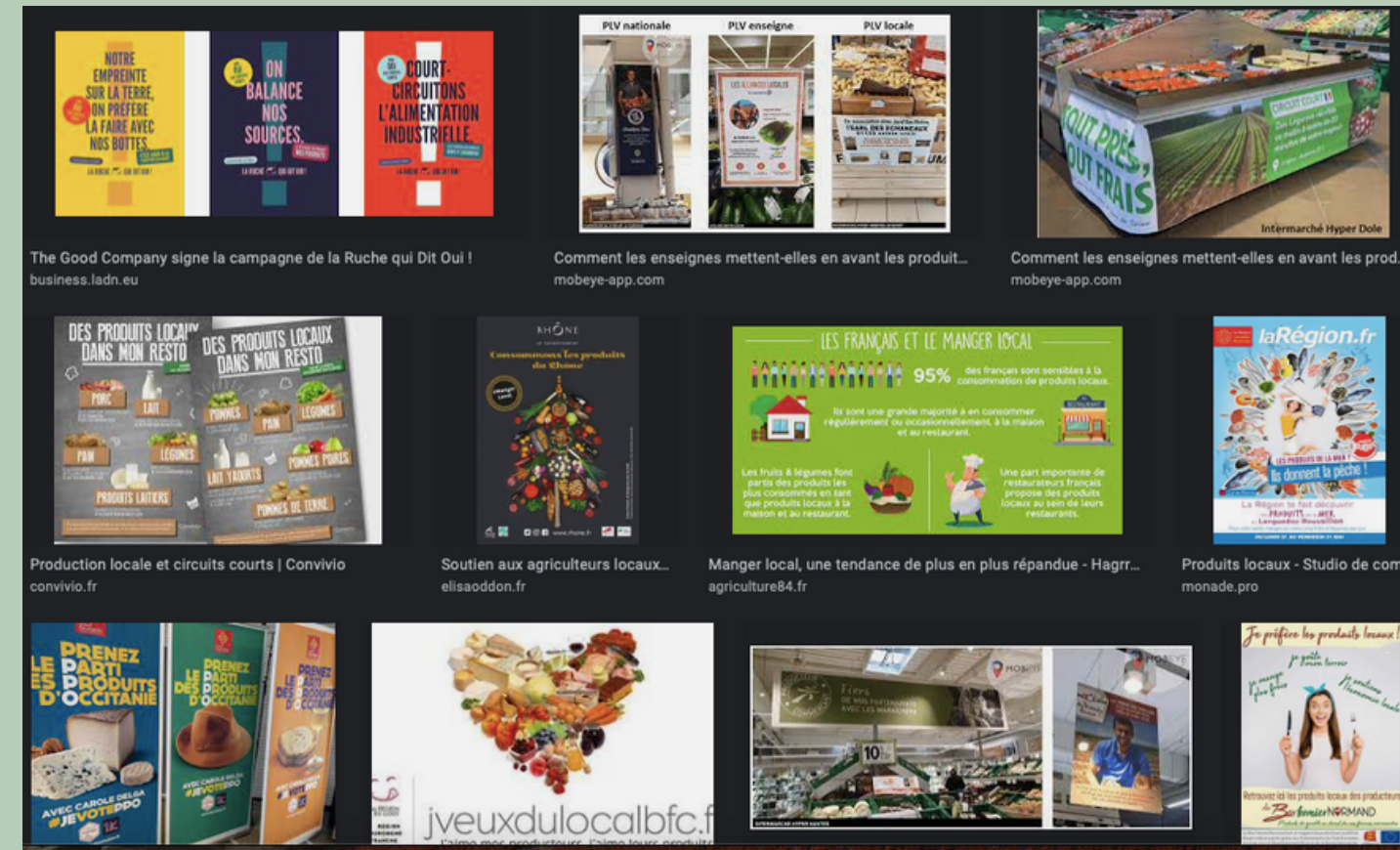


Le bio en général

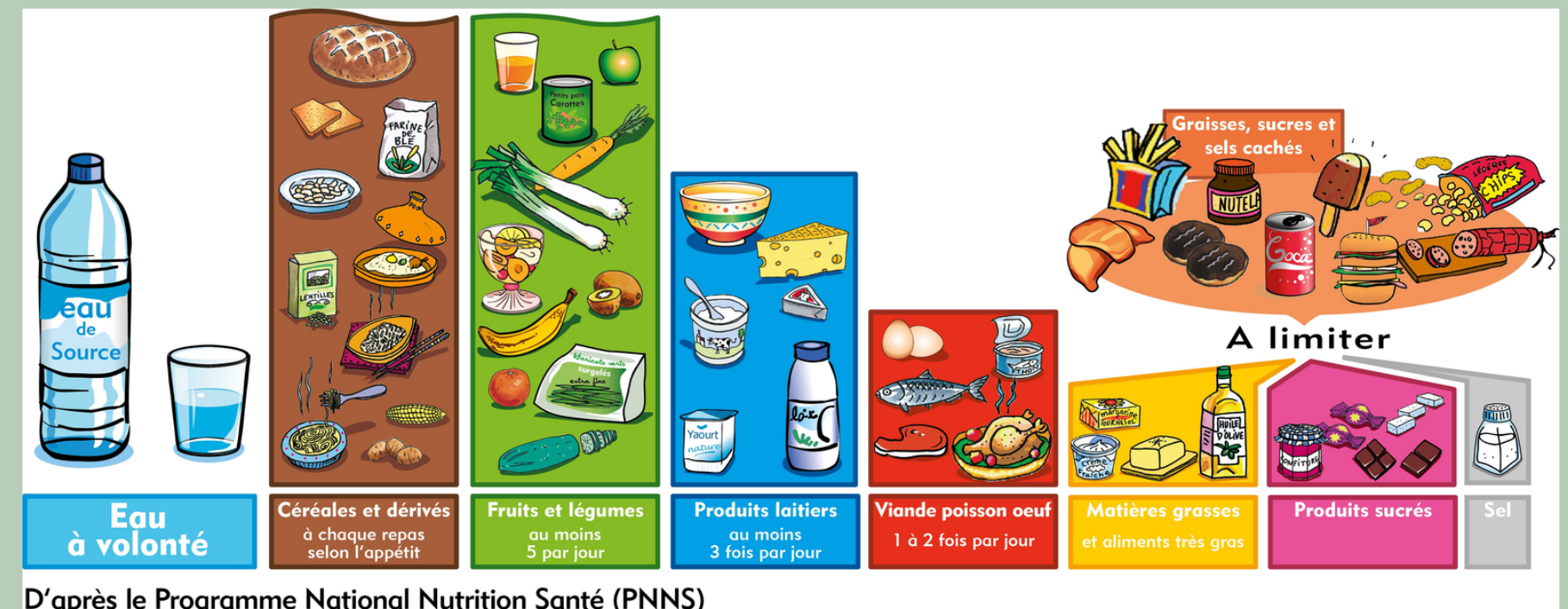
Couleurs : vert,
multicolore

Style de police : simple,
gras, compréhensible

Univers : local



Ajouter un sous-titre



D'après le Programme National Nutrition Santé (PNNS)

PRESENTATION DU MIX

– **Les produits/prix :**

- Avril parfum = Eau de parfum : femme/homme 33ml 10€ ; savon artisanal 100g 5€ ; jodor 33ml 6€ ; eau de cologne 250ml 12€.
- L'Odyssée d'Engrain = Fusili poulard 4,50€ ; Macaroni poulard 4,50€ ; Coquillettes petit épaule 5,60€ ; Creste petit épaule 5,60€ -> sachets de 500g ; Tortillon de lentilles 250g 3,70€.
- Maison Larrouyet : pâté de campagne 125g 3,50€ ; boudin 125g 3,50€ ; haricots 350g 4,50€ et 750g 8,50€ ; lentilles 350g 4,50€ et 750g 8,50€ ; confiture de myrtilles 345g 8€ ; confiture de cerise 345g 8€ ; foie gras 200g 15€ et 350g 26€.
- Apiculture Lauragaise : Miel toutes fleurs 500g 6,90€ ; Miel crémeux 500g 6,90€.

Les produits sont faits localement, ce sont des produits qui respectent l'environnement et la qualité est certifiée.

– **Distribution :** Vise plutôt les consommateurs bio les plus convaincus, qui s'intéressent en matière de santé, et ont souvent un mode de vie durable. Ces derniers se nourrissent différemment (plus de végétaux, moins de sucre...) et recherchent les saveurs oubliées depuis le développement de l'agriculture industrielle et des techniques hors sol. Ceux qui cherchent à acheter de façon à protéger l'environnement (biodiversité, pollinisateurs, fertilité...) et favoriser le développement des filières et emplois locaux. Mais bien sûr tous types de clients sont les bienvenus.

– **Le prix :** Les prix sont abordables pour ces produits, les concurrents locaux sont dans la même tranche de prix. Les composants des produits sont des matières nobles.

– **La communication :** Le bouche à oreille est utilisé, ainsi que les réseaux sociaux, Instagram, Facebook, affiches...

PLAN DE COMMUNICATION

CHARTE GRAPHIQUE

CHARTRE GRAPHIQUE

Couleurs de la gamme Pantone

: -vert #577661

-beige #feffe8

Couleurs: noir et blanc, logo transposable
sur tous types de couleurs





Logo : Couleurs vert et beige avec la chaîne pyrénéenne et le "i" de Artisud en forme de blé de sorte à rappeler la provenance des produits, leur naturalité et de souligner le côté artisanal.

Police : ARTISUD est écrit avec la police "RoxboroughCF Bold". Cette police rend notre logo classé par sa finesse.

Les couleurs choisies rappellent la nature, l'élégance et ce vert est tendance.



Affiche : L'affiche est de la même couleur que le logo, mais en "inversé", c'est à dire que le beige prime sur le vert contrairement au logo. La police est la même que celle du logo, pour rappeler qui nous sommes.

Détail du thème déjà évoqué dans le logo en plus détaillé qui sera davantage détaillé par la suite dans les PLV.

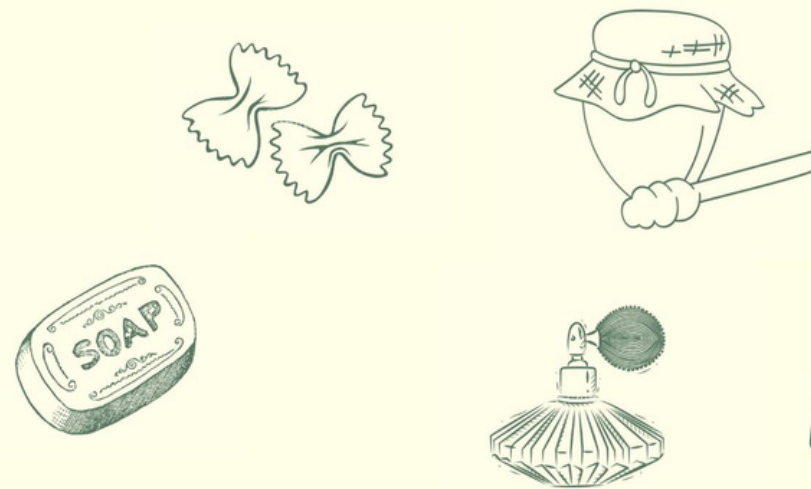
KIT DE COMMUNICATION

AFFICHE

Vente de produit locaux

ARTISUD

L'artisanat de qualité



Du 12 au 18 décembre 2022

Tous nos stands sur:



Artisud.31

PLV

PLV Maison Larrouyet

Maison larrouyet

Produits 100%
authentiques et
traditionnels.



Pathé de campagne

Boudin

Haricots

Lentilles

Confiture de
cerise/myrtille



PLV L'Odyssée d'Engrain



L'odyssée d'engrain

Producteur du Sud
Ouest de pâtes
artisanales
Différents types de
blés anciens



PLV Avril Parfum

Avril Parfum



Eau de parfum
homme
Eau de parfum
femme



Savons artisanaux
Eau de Cologne
Parfums
d'ambiance Jodor



PLV Apiculture Lauragaise



Apiculture Lauragaise

Production artisanale
du sud ouest .
Entreprises familiale.
Les produits:

- Miel toutes fleurs
- Miel crémeux



PLV EN ANGLAIS

Apiculture Lauragaise

All-flower honey

This production comes from the south of France and is a 100% natural.

This honey is a great production to put it in the tea, but also to put in some receipes.

It's also really really easy to spread some on a toast.



Publications sur les réseaux sociaux

Post L'Odyssée d'Engrain

L'odyssée d'engrain



Utilise des blés anciens

Post Maison Larouyet



Petit bocal : 350g
Grand bocal : 750 g

MAISON
LARROUYET

CONSERVERIE
ARTISANALE,
LOCALE ET
FAMILIALE,

Lentilles, Haricots



Pot de 345g

MAISON
LARROUYET

CONSERVERIE
ARTISANALE,
LOCALE ET
FAMILIALE,

Confiture de cerise, Confiture
de myrtilles



MAISON
LARROUYET

CONSERVERIE
ARTISANALE,
LOCALE ET
FAMILIALE,

Pâté de campagne, Boudin ,
Foie gras



Post Avril Parfum



Avril Parfum

Jodor



Fabrication artisanale

Jodor 33ml

Post Apiculture Lauragaise





Apiculture Lauragaise



Pot 500g

ARGUMENTAIRE DE VENTE

ARGUMENTAIRE FOURNISSEURS

Fournisseur	Produit phare	Argument produit	Caractéristique	Avantage	Preuve
L'odyssée d'engrain	Pâtes gigli	-La plus originale	-Blé ancien -Forme sympathique	-Plus facile à digérer, car moins de gluten -Plus rapide à cuire -Varie les plaisirs	-Valeur nutritionnelle (montrée au dos du paquet)
Avril parfum	Eau de parfum	-Parfum en petit flacon (pratique)	-Parfum homme, femme et enfant	-Produits bios -Pour tout types de personnes, parfait pour tous types d'occasions	-Différentes odeurs
Maison Larrouyet	Foie gras	-Fait maison	-Produit local -Sans conservateur -Sans colorant	-Produit plus savoureux que autre foie gras. -Plaisir de déguster un foie gras 100% authentique/ -Traditionnel	-En cours d'obtention d'un label
Apiculture Lauragaise	Miel crémeux de Fleurs printanières	-C'est le plus doux et le plus pratique	-Miel réalisé à partir de fleurs printanières -Texture particulière.	-Facile à tartiner -Peu sucré pratique pour les boissons chaudes	-Facile à tartiner

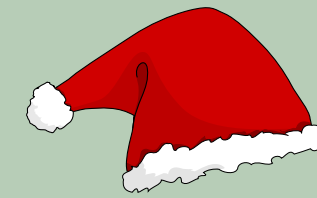
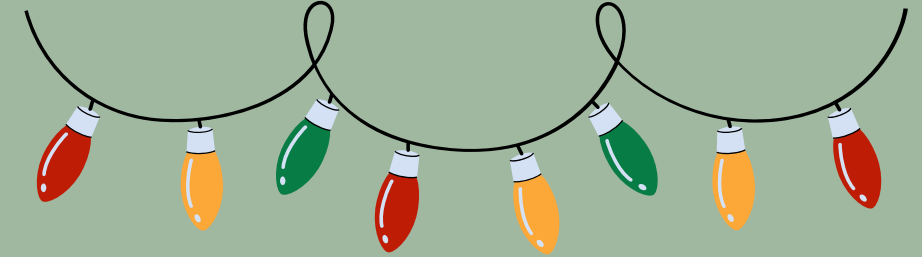
ARGUMENTAIRE ENTREPRISES

Entreprises	Argument entreprises	Caractéristiques	Avantage	Preuve
L'odyssée d'engrain	<ul style="list-style-type: none"> - Coopérative - Utilise des blés anciens 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de hiérarchie entre les personnes, tout le monde est à la même hauteur - Se soucie du bien être des consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Liberté d'expression et de décisions - permet aux personnes ayant des problèmes digestifs à cause des glutens de pouvoir consommer sans problème - Permet de préserver l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> - C'est une SCIC (société coopérative d'intérêt collectif) - Les glutens sont à l'origine de maladie coeliaque, donc logiquement en supprimant les glutens, on supprime les potentiels risques de maladie coeliaque.
Avril parfum	<ul style="list-style-type: none"> - parfums artisanaux, locaux - respect des traditions artisanales 	<ul style="list-style-type: none"> - Parfums qui respectent l'environnement - Hypoallergéniques 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de démangeaisons car ce sont des produits naturels - En achetant ce produit vous contribuez à protéger l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> - Fabrication artisanale - Qualité certifiée pour les huiles essentielles utilisées - Savoir faire ancien
Maison Larrouyet	<ul style="list-style-type: none"> - Conserverie artisanale et familiale, locale 	<ul style="list-style-type: none"> - Produits élaborés, soit à partir de matières premières de la production ou soit à partir de matières premières provenant d'exploitant de la région - proposer des produits locaux et de qualité 	<ul style="list-style-type: none"> - maîtriser toutes les étapes de la production pour permettre de contrôler la qualité des produits - conserver notre savoir-faire ainsi que les valeurs dégagées depuis toujours 	<ul style="list-style-type: none"> - transmet les valeurs à travers les produits - apporte la meilleure expérience possible aux consommateurs
Apiculture Lauragaise	<ul style="list-style-type: none"> - Passionné, produits locaux - Production de Miels & dérivés - Développement d'un pôle élevage 	<ul style="list-style-type: none"> - Commercialiser leur produit à travers une multitude de partenaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Étendre son réseaux au plus grand nombre - Faire connaître ses produits et se construire une image de marque 	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 20 partenaires locaux (O bon coups vert, Les moulins de Perrine, sur les marchés et également dans les confiseries du célèbre Chocolatier Toulousain : CRIOLLO)

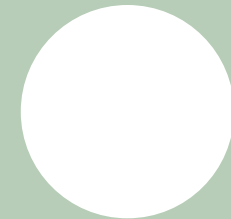
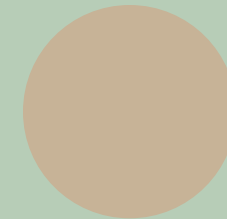
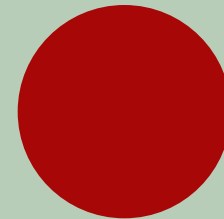
ARGUMENTAIRE RAID VENTE

Raid Vente	Caractéristique	Avantage	Preuve
	<ul style="list-style-type: none">- Vendre des produits locaux et artisanaux- Plusieurs point de vente dans plusieurs villes	<ul style="list-style-type: none">- Aider les producteurs tarbais à vendre leurs produits- Toucher plus de personnes, dans des villes différentes de Tarbes- Faire connaître des producteurs locaux et artisanaux qui respectent l'environnement	<ul style="list-style-type: none">- Le Raid Vente continue depuis 20 ans, les entreprises et l'IUT sont contents de ce projet, les entreprises sont fidèles au projet- Les entreprises vendent toujours dans le Sud Ouest mais s'élargissent grâce aux étudiants en partie (cible)

PRESENTATION DU STAND PREVISIONNEL



Couleurs du stand :



IDENTIFICATION DES CONTRAINTES

ANALYSE DES RISQUES

Risques	Causes	Probabilités	Actions préventives
Ne pas vendre	mauvais temps, pas assez de durée, mauvaise communication, pas d'endroit où vendre	peu probable	prévoir l'emplacement en avance, avec un emploi du temps.
Ne pas vendre tout le stock	manque de communication avec les clients, et pas assez actifs sur le poste de travail.	probable	essayer d'aller voir les client et oser parler avec des gens que l'on ne connaît pas
Casser des produits	pas assez protégés, sécurité faible, pas au bon endroit au bon moment	probable	prendre soin des produits et bien les emballer
Se faire voler des produits ou de l'argent	Pas assez attention aux produits et à l'argent	peu probable	faire attention au risque de vol, toujours avoir un oeil sur le stand
Ne pas donner les bonnes informations sur le produits vendus	pas assez renseignés sur le sujet	peu probable	bien s'être renseignés, se poser des question dans le groupe s'entraîner aux questions que l'on peut nous poser
Produit d'hygiène qui fondent (savon)	les savons ne sont pas assez protégés et mis à la chaleur	peu probable	faire attention à où l'on met nos produits
Mauvaise communication dans le groupe	écouter la chef, et faire en sorte que tout le monde écoute bien et donne son avis	probable	faire en sorte qu'il y est une bonne communication, que si une personne a un problème on l'aide
Conflit sur la position du stand	désaccord sur l'emplacement	très probable	communiquer plus
une personne ne vient pas	maladie, panne de réveil	probable	réunion parlementaire pour instaurer des lois/ chartes

CALENDRIER DU PROJET

DIAGRAMME DE REALISATION DES TACHES



PLANNING RAID VENTE

Equipes	Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
1 (Idriss et Maroua)	Castorama	Castorama	Castorama	Castorama	Castorama	Castorama	Castorama	Castorama
2 (Roxane, Anna et Mélissa)	Marché Rieumes	Marché Rieumes	Intermarché Fonsorbes	Intermarché Fonsorbes	Leroy Merlin Colomiers	Leroy Merlin Colomiers + le soir pizzeria	Leroy Merlin Colomiers	Leroy Merlin Colomiers

Horaires :
Dépendent de
l'endroit où
nous sommes



EVALUATION DU PROJET

CONCLUSION

FIN