

Marketing → Le CRDA du Bergeracois et la Chambre d'agriculture proposent une formation sur la commercialisation des vins afin de mieux analyser son activité et s'adapter à la demande du client.

« Le vigneron est le mieux placé pour vendre son produit »

Une formation sur la commercialisation des vins vient d'être organisée par la Chambre d'agriculture et le CRDA du Bergeracois, avec le soutien du CIVRB (Conseil interprofessionnel des vins de la région de Bergerac) et de la Fédération des vins de Bergerac (FVB). Elle a permis aux stagiaires « d'analyser leur activité, pour s'adapter à la demande et mieux vendre », comme le souligne l'animatrice du stage, Cécile Bernard, technicienne viticole au CRDA du Bergeracois.



Fabrice Chaudier, spécialiste des marchés vinicoles.
(Ph. Réussir le Périgord)

« Vendre est une question de méthode, c'est à la fois simple et totalement anti-naturel. Il faut apprendre des codes et respecter des règles de base », précise l'intervenant Fabrice Chaudier, spécialiste des marchés vinicoles pour l'entreprise Némésis consulting. La formation vise donc à donner une méthode, applicable en toutes circonstances, pour arriver à vendre plus et mieux.

Au passage, le spécialiste en marketing écarte pas mal d'idées reçues. « Non, la convivialité n'est pas un outil de vente. Il ne faut pas tout mélanger », assure-t-il devant des stagiaires plutôt dubitatifs. « J'invite toujours à ma table l'acheteur pour le remercier d'avoir acheté mon vin », explique cette viticultrice qui avoue être venue en formation pour optimiser ses ventes. « Cela fait 25 ans qu'on commercialise notre vin sur la propriété, dit-elle. On le fait de façon empirique, par habitude. J'aimerais maintenant professionnaliser la vente ».

Revoir l'accueil, distinguer ce qui est du ressort du relationnel et du professionnel, maîtriser le processus de vente jusqu'à déclencher l'achat sont les principes fondamentaux du marketing. L'intervenant incite les stagiaires à poser



Des viticulteurs apprennent à professionnaliser la vente.
(Ph. Réussir le Périgord)

des questions, à rester maître de l'entretien pour déjouer les tentatives de déstabilisation du client.

90 % de préparation, 10 % de technique

Mais la méthode ne fait pas tout. Pour Fabrice Chaudier, la stratégie de vente passe par des étapes incontournables : 90 % de préparation, 10 % de technique. Selon lui, le déroulé de l'entretien doit impérativement être mis par écrit, pour ne rien oublier. « Il faut même

noter ses questions, c'est la règle d'or si on veut concrétiser une offre. » Ainsi, il incite à travailler particulièrement la conclusion du rendez-vous. « Surtout avant de conclure l'entretien, n'ayez pas peur d'être directif. Ne jamais laisser partir le client, qu'il soit professionnel ou particulier, sans avoir obtenu des réponses précises à ses questions est la règle d'or. Il faut éviter les faux-fuyants du genre : "on verra, rappelez dans trois mois". Je veux savoir si oui ou non le client achètera et

pourquoi. Il faut partir des besoins du client et aller jusqu'au bout de sa logique. »

Les conseils méthodiques du spécialiste de la vente suscitent pas mal de questions. « Nous, sur la propriété, on reçoit surtout des vacanciers qui viennent du camping voisin, explique ce stagiaire. Ils passent beaucoup de temps avec nous, mais achètent peu car ils ne veulent pas se charger... » Adapter son offre, proposer des formules de vente par correspondance ou de livraisons à domicile, mais aussi revoir ses documents publicitaires permettraient, selon l'intervenant, « de serrer les clients dans un entonnoir pour l'inciter à acheter. » Là encore, méthode, écoute et professionnalisme vont de pair. Au troisième et dernier jour de la formation, les participants, vigneron-vendeurs de fraîche ou de longue date, ont évalué les acquis. Ils ont apprécié le caractère très pratique de l'enseignement pour une application immédiate sur leur propriété.

NELLY FRAY

• Une prochaine session est prévue. Contacter Cécile Bernard au CRDA du Bergeracois (05 53 63 56 50).