

Réussir les ventes de fin d'année, un défi à relever

La Chambre d'Agriculture du Gers a organisé une demi-journée technique pour aborder tous les aspects de la commercialisation, à l'attention des éleveurs de volailles et/ou palmipèdes en vente directe. Pendant les deux dernières saisons, fortement marquées par l'influenza aviaire, les producteurs de volailles et de palmipèdes en circuit court ont rencontré des difficultés sur le plan commercial, variables en fonction des situations individuelles : clients inquiets, diminution des ventes, arrêts de certains marchés faute de marchandise...

La nouvelle saison festive se prépare dès maintenant, et les actions commerciales pour conquérir à nouveau des parts de marché, appliquer des augmentations de prix de vente,... doivent s'anticiper. L'intervention d'un consultant spécialisé en commercialisation a permis d'identifier les éléments clés pour communiquer auprès des clients.

Quelques conseils pour la communication de crise

• **Avoir un état d'esprit positif :**

Il est indispensable d'être positif pour rassurer les clients et maintenir leur confiance.

• **Prendre contact avec vos clients pour clarifier et expliquer votre situation personnelle**

Les acheteurs, notamment les clients particuliers qui vous sont fidèles, ont besoin d'entendre votre approche sur les difficultés rencontrées, mais surtout sur votre situation actuelle : production sécurisée, produits disponibles,...

Il est conseillé de faire cette communication de clarification séparément à l'envoi des tarifs, pour ne pas brouiller le message.

La prise de contact peut se faire par téléphone, courrier ou en face à face, en fonction du type de client.

• **Former son entourage étant en contact avec le client pour avoir la même communication positive**

Toutes les personnes en contact avec le client (salariés, parents, enfants,...) doivent avoir la même communication, et surtout doivent véhiculer le même état d'esprit positif.

• **Faire preuve d'empathie avec le client**

L'empathie est la capacité d'arriver à se mettre à la place d'autrui, de ressentir ses émotions. Il est important de montrer à votre client que vous comprenez ses senti-

ments : déception de ne pas avoir eu de produit, inquiétude, perte de confiance,...

• **Dédramatiser**

Il est important d'expliquer au client, sans mentir bien évidemment, les efforts supplémentaires que vous réalisez pour maîtriser votre production.

• **Ne pas se plaindre au client**

Montrer que vous avez su rebondir face à cet épisode.

• **Répéter en boucle 3 messages clés**

Pour éviter de se perdre dans des explications trop techniques avec vos clients, il est important de pré-

parer quelques messages importants, que vous pourrez répéter. Pour exemple :

- L'épisode passé est un phénomène indépendant de votre volonté, lié à la migration des oiseaux

- Aujourd'hui, vous avez tout mis en oeuvre pour assurer une maîtrise technique permettant d'assurer une qualité des produits irréprochable...

• **Ne surtout pas aborder les sujets liés à la santé humaine**

Même si c'est pour dire « il n'y a pas de risque pour la santé humaine », cette phrase peut être mal interprétée par le client.

Un petit lexique commercial

Il est important d'adapter son vocabulaire à sa clientèle pour véhiculer un message positif, mais également d'adapter les tournures de phrase en évitant le plus possible la négation.

• **Quelques mots à éviter dans vos échanges avec vos clients :** crise, relancer, influenza, virus, biosécurité, ...

• **Quelques mots à privilégier, qui inspirent le dynamisme et le positivisme :** clair, confiance, encouragement, ensemble, épisode, éthique, fiable, honnête, motivé, positif, précaution, préserver, prévention, protection, rassurer, reconnaissance, reconstruire, reconquérir, relever, réputation, résister, savoir-faire, sécurité, tranquillité, transparence, volonté, ...

**Contact : Chambre d'Agriculture du Gers,
Pôle Elevage-aviculture - Tél. 05.62.61.77.40.**

