



O'Bercail

Alinat, Morand, Berthet, David, Bernat
TC 15



2022-2023

Sommaire



- Présentation
- QQOQCP
- Benchmarking
- Méthodologie de conduite projet
- Présentation du MIX
- Plan de communication
- Charte graphique
- Kit de communication
- Argumentaire de vente
- Visuelle du stand
- Identification des contraintes
- Calendrier Projet
- Evaluation du projet
- Conclusion

Raid Vente

5 étudiants, 1 semaine de vente

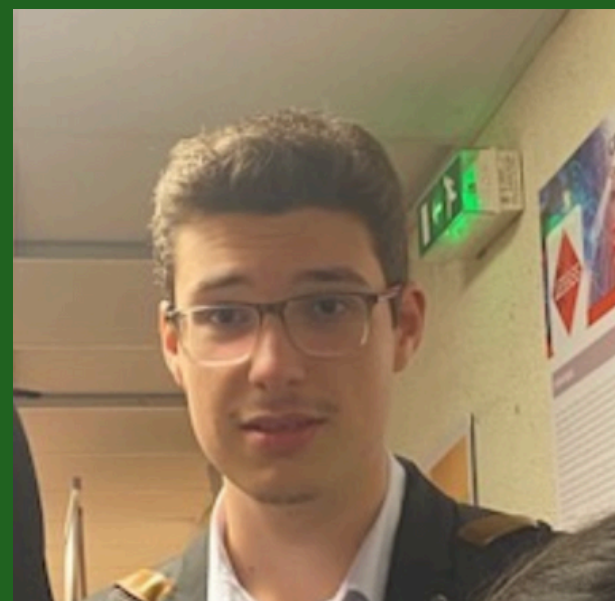


C'est un projet pédagogique organisé dans le cadre de notre formation, le BUT TC.

Nous savons une semaine pour vendre des produits locaux et artisanaux avec la mise en place d'un stand ou en "porte à porte". Nous n'avons pas le droit de payer pour avoir un emplacement pour notre stand.



Présentation



Vincent : chef de projet



Damien : chargé de prospection



Enzo : Trésorier

Solène & Constance : chargées de design et de communication

QOOQCP



Cible : Mères de famille & Seniors

Freins : Prix, Pas le besoin ni d'intérêt

Buts de la communication :

- affectif: attirer le client, faire aimer les produits des producteurs en leur apportant visibilité
- conatif : faire acheter aux clients nos produits

Nos partenaires : Maison Larrouyet, Apiculture Lauragaise, Avril Parfums et l'Odyssée d'Engrain

Benchmarking



• Produits concurrents :

- Lazzaretti
- Biraben
- L'Artisan Parfumeur
- Les ruches de sauvy

• Communication des concurrents :

- Approche cognitive : choix des couleurs, des produits de présentation
- Approche affectif: dégustation et bonne présentation pour faire aimer aux consommateurs

Méthodologie de conduite de projet

- Identification des contraintes page 17
- Diagramme de Gantt page 18

Présentation du MIX



Communication :

- Réseaux sociaux
- Affiche et PLV



Distribution :

- Stands dans des marchés
- Commandes auprès des familles
- Porte à porte



BON DE COMMANDE O'BERCAIL			
Produits	Prix	Quantité	TOTAL
SAVONS SOLIDES (100g)			
Menthe & Romarin	5 €		
Lavande & Lavandin	5 €		
Orange & Citron	5 €		
Miel, Patchouli & Lavande	5 €		
Mandarine & Anis étoilé	5 €		
Nature : Tout doux	5 €		
PARFUMS D'AMBLANCE / DESTRUCTEURS D'ODEURS (33ml)			
Patchouli	6€		
Thé vert	6€		
Orange-cannelle	6€		
Verveine citronnée	6€		
Musc blanc	6€		
Monoi	6€		
Santal	6€		
Jardin des îles	6€		
EAU DE TOILETTE (33ml)			
HOMME (Vétiver)	5€		
EAU DE PARFUM			
LUI (Boisé Épicé)	10€		
ELLE (Oriental Floral)	10€		
Eau de Cologne	12€		
MIELS			
Miel crémeux de fleurs printanières (500g)	6,90€		
Miel de fleurs du lauragais (500g)	6,90€		

Maison Larrouyet :

- Pâtés : 3,50€
- Boudins : 3,50€
- Haricots coco 750g : 8,50€
- Haricots 350g : 4,50€
- Lentilles 750g : 8,50€
- Lentilles 350g : 4,50€
- Confiture cerise : 8€
- Confiture myrtille: 8€
- Foie gras 200g : 15€
- Foie gras 350g : 26€

Odyssée d'Engrain :

- Fusilli : 4,50€
- Giglie: 4,50€
- Macaroni : 3,40€
- Creste : 5,60€
- Conchiglie : 4,50€

Avril Parfums :

- Savons : 5€
- Jodors:6€
- Eau parfums femme : 10€
- Eau toilette homme : 5€
- Eau de Cologne : 12€

Apiculture Lauragaise :

- Miel crémeux : 6,90€
- Miel de fleurs : 6,90€

Plan de communication



Nom du Stand : O'BERCAIL

Slogan : Comme à la maison

Cibles : Mères de famille, Seniors

Positionnement stratégique : Famille, Local, Partage

Charte graphique

Logo :



Police : Glacial Indifference

Couleurs : Vert, Rouge, Noir &
Blanc

Kit de communication



Affiche

Maison Larrouyet

Entreprise familiale fondée en 1980

Haricots & Lentilles



Foie gras

Confitures



Pâté

Produits fait maison,
locaux et de qualité



L'Odyssée d'Engrain

pâtes et semences paysannes

MACARONI



FUSILLIS



COQUILLETTE



AU BLE ANCIEN ET GLUTENS
NATURELLES



PLV

Apiculture Lauragaise

BIENVENUE DANS LE MONDE FASCINANT
DE L'ABEILLE LAURAGaise !

MIEL D'ACACIA

MIEL CRÉMEUX DE
FLEURS PRINTANIÈRES

MIEL DE FLEURS DU
LAURAGAIS

MIEL DE CHATAIGNIER



Avril parfum

artisan parfumeur et savonnier
passionné

Savons

Parfums d'ambiance

Eau de cologne

Eau de toilette

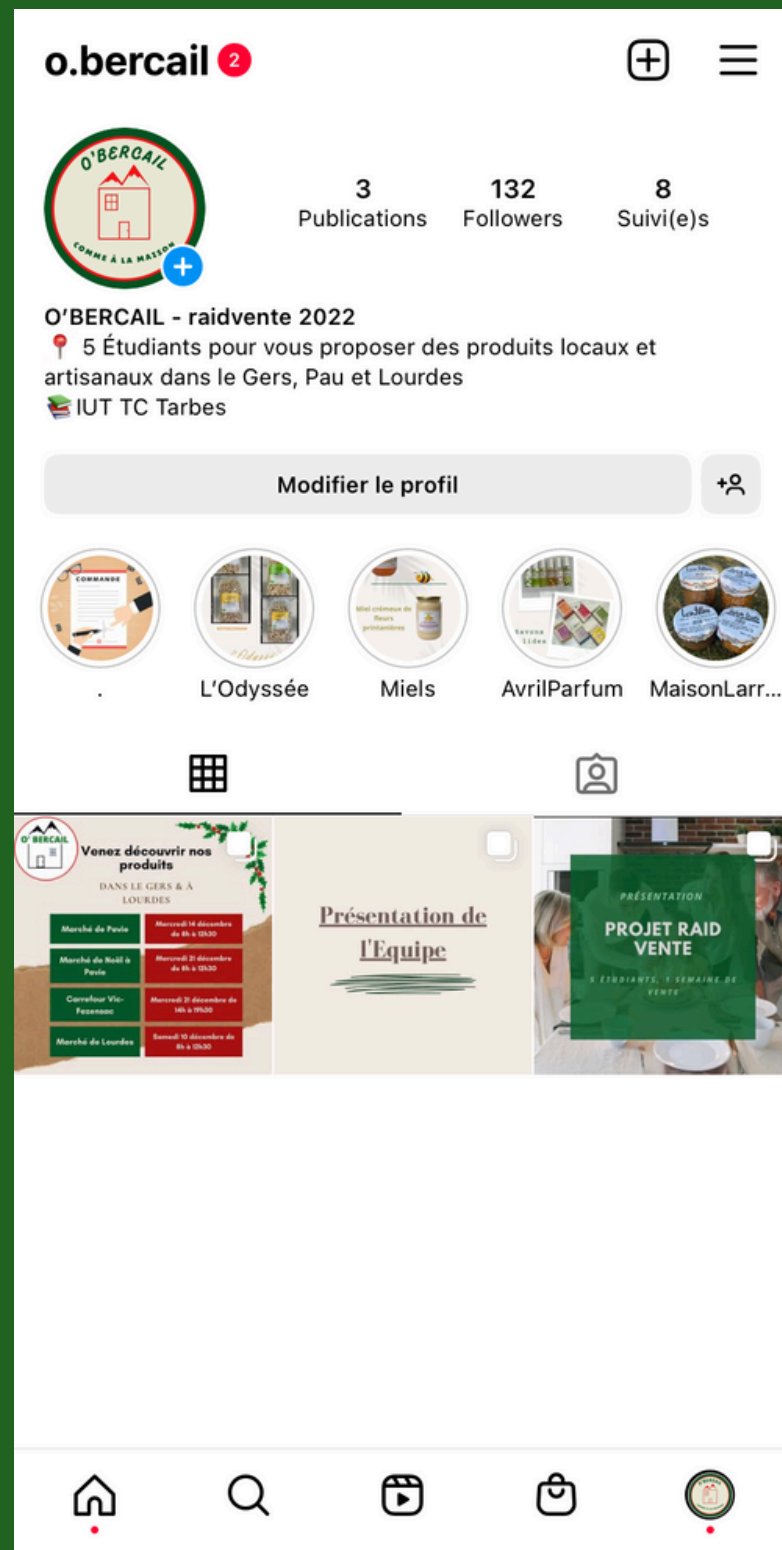
savoir faire ancien avec
amour et détermination.



Réseau social

Notre page Instagram

<https://www.instagram.com/o.bercail/>



Argumentaire de vente



Le projet Raid vente est un projet pédagogique destiné aux étudiants en technique de commercialisation de première année. Cela dure une semaine et à quelques avantages :

- faire vivre des producteurs locaux
- vendre des produits artisanaux
- valoriser l'environnement (écologique) avec des produits naturels
- aide une coopérative (l'Odyssée d'Engrain)
- permet aux étudiants d'avoir une première expérience professionnelle

Visuelle stand prévisionnel



Identification des contraintes



Description	Impact	probabilité	Criticité	conséquences
intempéris	élevé	probable	critique	Ventes
vol de matériel	catastrophique	peu probable	critique	Bénéfices
perte/ vol de caisse	catastrophique	improbable	très critique	Bénéfices
casse des produits	moyen	improbable	critique	Bénéfices
membres du groupe inactif	mineur	probable	modéré	Ventes
mauvaise gestion de la caisse	élevé	probable	critique	Bénéfices
désaccords	mineur	fort probable	modéré	Organisation
perte d'un lieu au dernier moment	catastrophique	peu probable	très critique	Ventes
membre absent	élevé	improbable	critique	Organisation
manque de consommateurs	moyen	peu probable	critique	Ventes

Calendrier Projet

[illegible]

Evaluation du projet



Les objectifs à atteindre c'est-à-dire la vente de produits et la découverte du métier de vendeur sont en cours

Les lieux où nous pourrions réaliser cela sont Marché Nay, marché de Bordes, Intermarché de Bordes, le Super U de Morlaas, Carrefour de Vic-Fezansac, Marché de Pavie, marché de Lourdes et du Porte à porte.

Conclusion



Le projet RaidVente dure 10 jours au total. Nous avons un certain nombre de produits à vendre dans différents lieux. Nous nous sommes organisés durant quelques semaines au niveau communicatio, prospection et compte des produits locaux et artisanaux. Nous avons également analysé les concurrents et leurs techniques de ventes et d'attraction clients pour nous inspirer afin de se procurer un peu de notoriété et une bonne image de notre projet.