



Action de vente appliquée

Dossier de vente

Projet solidaire au profit de For My Planet

Geste.vert



1 achat = 1 don
For my planet

Ferrandiz Alexis

Mars-avril 2026



Sommaire :

1) Stratégie commercial	P.1
2) Choix des canaux de communication	P.2
3) Arguments (méthode ACPCCR)	P.3
4) Objections et réponses	P.3
5) Actions réalisées	P.4
6) Mes supports de communication	P.5
7) Mon Pitch B To C	P.6
8) Analyse personnelle	P.7
9) Conclusion	P.7



1) Stratégie commerciale

Au départ, ma stratégie était orientée principalement vers le B2C (vente aux particuliers), notamment via mon réseau personnel et la vente directe. Cependant, j'ai rencontré un problème de disponibilité des stocks car je m'y suis pris trop tard.

J'ai tout de même réussi à obtenir 30 sticks supplémentaires, soit un total de 60 sticks. Pour augmenter mon volume, j'ai ensuite proposé à ma classe de récupérer les sticks invendus en fin de période. Cela m'a permis d'augmenter mon stock de 10 sticks et de continuer à vendre.

Ayant récupéré ces 10 sticks le jour de fin (donc un total de 70), je les ai achetés moi-même et vais utiliser la méthode suivante pour les vendre..

Pour vendre j'ai adapté ma stratégie en combinant :

B2C : vente directe (proches, rue, réseaux sociaux, e-commerce)

B2B : démarchage d'entreprises pour vendre des packs (porte à porte, mailing)

2) Choix des canaux de communication

J'ai utilisé plusieurs canaux pour maximiser mes ventes :

- Réseaux sociaux (Instagram, TikTok)

Création d'un compte dédié pour présenter le projet, l'association et les produits.

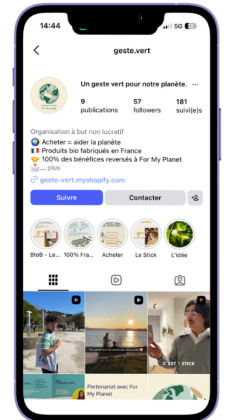
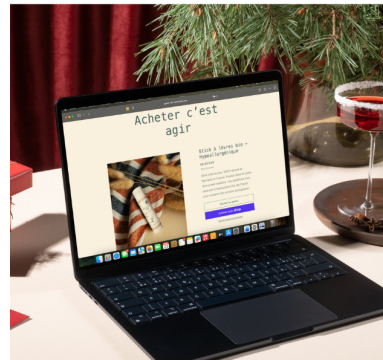
Création de support de communication

→ Objectif : crédibilité + visibilité + ludique et drôle

- Site web (Shopify) avec lien disponible sur les réseaux

Création d'un site pour permettre l'achat en ligne et une image.

→ l'Objectif : professionnaliser l'offre, vendre à mes amis dans le sud, tenter de se faire repost par For my Planet → échec, shopify quasi inutile, j'ai tenté de faire des vidéos reels explicatives sur tiktok et instagram.



l'objectif perso est aussi de m'initier à shopify pour ma vie future et c'était une occasion ;

- Mailing à des professionnels déjà engagé écologiquement.



- Démarchage direct (terrain)

Rencontre directe avec des clients dans la rue ou lors d'événements.

pour les professionnels directement dans leurs locaux / magasins

→ Objectif : conversion rapide, s'habituer au démarchage spontanée auprès d'inconnu (sortir de sa zone)

3) Arguments (méthode ACPCCR)

Argument 1 – Made in France

- **Avantage** : Vous avez un produit fiable et de qualité
- **Caractéristique** : Stick fabriqué en France (Grenoble)
- **Preuve** : Mentionné sur la brochure produit
- **Conséquences concrètes** : Vous évitez les produits de mauvaise qualité et vous utilisez un produit conforme aux normes
- **Résultat** : Vous utilisez un produit en toute confiance

Argument 2 – Produit solidaire

- **Avantage** : Vous faites un achat utile avec un impact réel
- **Caractéristique** : 100 % des bénéfices sont reversés à l'association
- **Preuve** : Projet encadré par l'école + partenariat avec l'association
- **Conséquences concrètes** : Votre achat finance directement des actions écologiques et soutient une cause environnementale
- **Résultat** : Vous participez concrètement à la protection de la planète

Argument 3 – Produit naturel

- **Avantage** : Vous utilisez un produit sain pour vos lèvres
- **Caractéristique** : Stick composé d'ingrédients naturels
- **Preuve** : Liste des ingrédients disponible sur la brochure
- **Conséquences concrètes** : Moins de risques pour la peau et utilisation quotidienne sans problème
- **Résultat** : Vous prenez soin de vous avec un produit naturel et de qualité

4) Objections et réponses

Objection 1 : “C’est trop cher”

→ Réponse : Le prix inclut un don à une association, donc ce n’est pas seulement un achat mais aussi un geste engagé.

Objection 2 : “Je n’en ai pas besoin”

→ Réponse : Vous pouvez l’offrir à vos proches, de plus c’est un produit du quotidien, qui va faire du bien à votre peau

Objection 3 : “Je préfère faire un don directement” → Réponse : Ici vous faites un don ET vous recevez un produit utile.

5) Actions réalisées

B2B

Online :

- Création d'une base de données d'entreprises

(entreprises sensibles à l'écologie en haute savoie)

- Envoi de 100 mails ciblés à cette base de données.

Démarchage direct :

- 1 entrepreneur (création de site web, nombreux clients)
- 1 pharmacie

→ **Résultat** : pas de vente, mais retours positifs (intérêt pour l'aspect écologique et qualité produit)

Voir le fichier :



B2C

- Création d'un site web (Shopify)
- Création de contenus (réseaux sociaux, vidéos)
- Démarchage des proches
- Vente en direct :
 - Rues de Toulon (mourillon + plage)
 - Rue D'annecy (Paquier)
 - Groupe de yoga

→ Utilisation de supports : flyer, produit, brochure explicative, tote bag

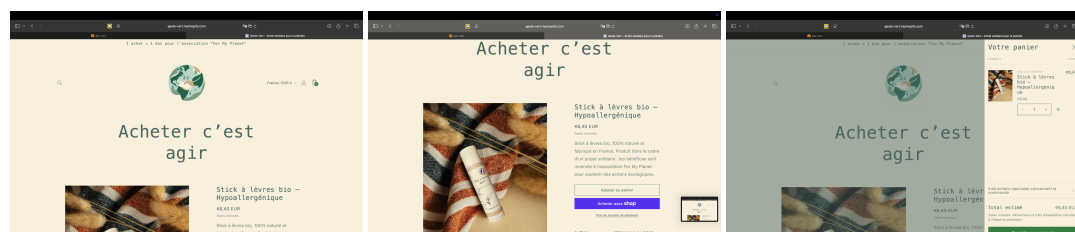
Explication du pitch et de l'association à un ami sur Toulon pour qu'il m'aide à démarcher



Aperçu des supports de communication : (voir page suivante)

Voir plus de support sur instagram et tiktok : @Geste.vert

Aperçu du site internet en photo en effet j'ai annulé l'abonnement payant puisque l'action est terminée (l'hébergement n'est plus disponible).





7) Mon Pitch B To C

Nous - Client

- Bonjour excusez nous de vous déranger.

-Avez vous 2 minutes a nous accorder pour qu'on vous présente notre projet étudiant

-bien sûr (85% des cas)

-Nous sommes étudiants a l'université Savoie Mont Blanc et on fais un projet scolaire en partenariat avec l'association For my Planet "montre le totebag", Vous connaissez ?

-non (100% des cas)

-Présentation de l'association : association écologique.ET
COMMENT ? : Relevés en zone glaciaire, sensibilisation auprès des plus jeunes, plantation d'arbres...

Il faut savoir que pour ce projet on est aussi en partenariat avec la marque **nous le savons** qui nous a fournis des sticks à lèvres, MAIS c'est pas n'importe quel stick à lèvres, non, c'est pas des **labellos pourries**, ce sont des sticks à lèvres **bio, fabriqué en france**, en isère seulement fabriqué avec ces 4 ingrédients *montre la brochure* **Beurre de karité, huile de ricin, huile de tournesol, cire d'abeille**

Ces sticks à lèvres on a pour mission au prix de les vendre au prix de 6€ et **tous les bénéfices qu'on obtient sont reversés à l'association.**

Comme vous avez compris aujourd'hui je vous propose d'acheter ce stick à lèvres pour vous ou pour vos proches votre achat sera une action pour aidé **vos lèvres** notre **projet étudiant** et bien sûr **notre planète**

Achat

Prise de contact

Pas trop long + coté étudiant

Découverte : Nous présenter et posé une question pour rendre un minimum acteur l'interlocuteur de la discussion

Présentation produit et asso + argumentation

NE SURTOUT PAS COMMENCER A DIRE QU'ON VEND OU QU'ON A DES STICKS

→Présentation asso, montrer le totebag, flyer (je suis équipé)

Présenter les sticks comment un vrai produit, pas du dropshipping, france, bio...NE PAS TOUT DE SUITE DIRE QU'ON LES VEND

Annonce du prix et intercaler le prix avant un avantages déjà assimilé.

Annoncer la vente,

Pour les proches Le pitch était similaire mais sans le coté abordage.



8) Analyse personnelle

Malgré un manque de stock au départ, j'ai su m'adapter en trouvant une solution pour récupérer des produits invendus et me diriger vers le B to B.

Le démarchage direct a été la méthode la plus efficace pour vendre.

Le B2B s'est avéré plus difficile, notamment à cause du budget des entreprises, mais les retours étaient encourageants.

9) Conclusion

Cette expérience m'a permis de développer :

- **mes compétences commerciales**
- **ma capacité d'adaptation**
- **mon aisance à l'oral**
- **des supports de com et un compte instagram adapté**
- **la création d'un site e-commerce**
- **une capacité à démarcher un professionnel**

C'est une expérience concrète qui m'a permis de comprendre les réalités du terrain.