

PROGRAMME DE FORMATION

Créer un argumentaire commercial percutant

Objectifs de la formation

- Comprendre la place de l'argumentaire dans le processus de vente
- Identifier les différents types d'argumentaires en fonction des leviers activés
- Savoir bâtir un argumentaire commercial
- Savoir utiliser et mettre en œuvre l'argumentaire commercial au bon moment

Programme

Renforcer l'attractivité économique de son territoire, fidéliser la clientèle locale existante, capter de nouveaux consommateurs ; véritable challenge notamment pour les Offices de Tourisme qui doivent générer de nouveaux revenus et se positionner en mode commercial.

Un office de tourisme est avant tout la vitrine de son territoire et son rôle de commercialisation des prestations touristiques est aujourd'hui indispensable.

Le véritable atout de la posture commerciale réside dans le tandem « convaincre et persuader » ; Pour se positionner en mode commercial percutant il faut acquérir des compétences de communication, d'argumentation et de persuasion. Obtenir le « oui » des interlocuteurs relève de techniques efficaces selon le contexte et le profil client, l'acte de vente nécessite de bâtir un argumentaire clair, précis et riche d'informations.

I Module 1 : La place de l'argumentaire commercial dans le processus de vente

Réaliser un état des lieux des expériences commerciales des stagiaires

Identifier ce qu'est un argumentaire commercial : place dans le processus de vente, utilité

Connaître les différents types d'argumentaires commerciaux : arguments factuels, émotionnels et concurrentiels

Connaître les besoins psychologiques du client et y répondre : le SONCASE

I Module 2 : Bâtir son argumentaire commercial

Comprendre les notions de besoin, d'envie et de manque du client pour bâtir l'argumentaire

Faire la différence entre les besoins des clients finaux (touristes) et les besoins des intermédiaires

Transformer les caractéristiques du produit ou de l'offre en avantage client

Elaborer l'argumentaire commercial avec la méthode C.A.P. (Caractéristique, Avantage, Preuve)

Identifier les 3 ou 4 arguments phares

I Module 3 : Mettre en œuvre l'argumentaire commercial

Présenter son argumentaire commercial à l'oral : présentation du produit en mettant en avant ses atouts

Présenter son argumentaire commercial à l'écrit et sur un site Web : présentation du produit en mettant en avant ses atouts

La méthode AIDA pour donner envie à l'écrit

I Module 4 : Atelier de co-développement

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Exercices pratiques/mises en situation filmées
- Travail individuel et en sous-groupe
- Atelier de co-développement
- Support pédagogique

Public

Personne en charge de la commercialisation au sein d'une structure / entreprise touristique

Prérequis

Pas de pré-requis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Julien BAFOIN, formateur et consultant spécialisé en développement commercial durable et intervient depuis plus de 10 dans le secteur du tourisme

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

Questionnaire de positionnement et recueil des attentes en amont de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de satisfaction
- Evaluation des acquis individuels de la formation au regard des objectifs visés par le biais d'exercices et mises en situation
- Formation sanctionnée d'une attestation de formation

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures