

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
- Bâtir un argumentaire commercial
- 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.

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

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
- Élaborer l'argumentaire commercial avec la méthode C.A.P. (Caractéristique, Avantage, Preuve)
- Identifier les 3 ou 4 arguments phares

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

Module 4 : Atelier de co-développement

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Exercices pratiques et mises en situation filmées
- Travail individuel et en sous-groupes
- Atelier de co-développement
- Support pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e de commercialisation

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

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

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e au regard des objectifs visés : exercices et mises en situation
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain après la fin de la formation

Durée

2.00 jour(s)

14:00 heures