



ATOUT FRANCE

FORMATION

Jeudi 15 novembre 2018

Atout France - 79/81, rue de Clichy - 75009 PARIS

La mise en marché/commercialisation de votre offre œnotouristique

Formateur : Didier MARCEILLAC

09H00 Ouverture de la journée par **Bénédicte Mainbourg**, Directrice de la Formation de Atout France

09H10 Le concept d'œnotourisme : commercialisation

Marier deux mondes professionnels : le vin et le tourisme,

Quels attendus, quels bénéfices espérés du commercial :

- Direct : vente à la cave, vente post visite, marge brute pour les opérateurs du tourisme,
- Indirect : image et notoriété, collaboration avec la promotion institutionnelle,

La réalité de la position et des attendus des clientèles,

Durées et contenus des séjours, de la journée à l'itinérance, incluant ou non l'hébergement, nécessité probable d'intégrer une prestation d'accompagnement.

11H00 Pause

11H10 Œnotourisme France : état et avancées de la commercialisation

Offres commerciales existantes, lisibilité par région viticole,

Analyser le pourcentage vendu entre la part Tourisme et la part Vin, celle-ci distinguant une prestation d'accueil payante et les ventes de bouteilles induites,

Rôle d'appui des partenaires institutionnels du tourisme et du vin, promotion,

Niveau de performance commerciale atteint grâce à la promotion réalisée,

Des partenaires locaux complémentaires à l'offre œnotourisme à identifier,

Poids commercial des labels. Comment les utiliser ?

Exemples à l'étranger.

13H00 Déjeuner

14H30 Œnotourisme France : commercialisation couples offres/demandes

Exposé formation : *faire ses choix*

Proposition de premières pistes de réalisations commerciales, un *catalogue* de ce qui est possible,
Définir et adopter une stratégie clientèles (choisir) : individuels, groupes, professionnels, événements,
Les marchés cibles, de la proximité au long courrier,
Direct par le web (Btoc) via des distributeurs tourisme (autres agences Btob),
Les volumes escomptables de CA (part du Tourisme et part du Vin), de marge,
Les moyens commerciaux à engager, les coûts commerciaux, les aides à l'export,
Des outils commerciaux et techniques adaptés : de la vente directe à un outil de qualification des demandes, choisir de mettre en avant des offres forfaitisées ou du sur mesure,
Un état d'esprit commercial : proposer des prix, des avantages clients, des messages clients liés à l'acquisition de bouteilles...

15H30 Pause

15H40 Traduction et mise en œuvre à partir de cas concrets : une démarche agile

Durant la formation, création de duos de travail, associant producteurs (vin) et distributeurs (tourisme), avec une cohérence métier et/ou territoriale,
Le travail en commun, animé et suivi par les deux intervenants, consistera à faire émerger une action de commercialisation inscrite dans un couple produit/marché, ceci pour chacun des duos,
Les pistes de réalisation retenues seront avancées pendant la formation.
Au-delà, elles feront l'objet d'un document de synthèse qui pourrait être un support au suivi concret à l'ensemble des actions commerciales œnotourisme.

17H00 Fin de la formation