

ATOUT FRANCE

FORMATION

JEUDI 15 NOVEMBRE 2018

Atout France

79/81, rue de Clichy - 75009 PARIS

Mise en marché et commercialisation de votre offre œnotouristique

Formateur : Didier MARCEILLAC

09H00 Ouverture de la journée par **Bénédicte Mainbourg**, Directrice du Développement Professionnel

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 (B to C) via des distributeurs tourisme (autres agences B to B),
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