

PROGRAMME DE FORMATION

Bâtir et mettre en œuvre un argumentaire commercial de ses produits boutique

2 jours
7,00 heures

Public visé

Salariés d'Offices de Tourisme ayant déjà une activité boutique et **ayant participé à la formation « optimiser son activité boutique »**

Pré-requis

Disposer d'une activité boutique dans sa structure
Avoir participé à la formation de 1er niveau "Optimiser son activité boutique"

Objectifs pédagogiques

- Savoir bâtir un argumentaire commercial de ses produits boutique
- Savoir utiliser les valeurs argumentaires sur les supports de communication écrit et à l'oral

Programme de la formation

L'OFFRE QUALIFIEE POUR REpondre AUX MOTIVATIONS DE SES CLIENTELES CIBLES

Retour sur le travail réalisé sur ce point lors de la formation « optimiser son activité boutique »

- Les motivations des clientèles selon SONCAS et leur utilisation dans la préparation d'un argumentaire
- Les éléments indispensables de connaissance de l'offre - produit, les critères de bons attributs différenciateurs communicables. Contenu d'une fiche produit

LA CONSTRUCTION D'UN ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

- Les différents types d'argumentaires
- La structuration d'un argumentaire selon la méthode CPPD
 - ★ Descriptif « chapeau » distinctif
 - ★ Caractéristiques techniques, commerciales, émotionnelles, psychologiques... justifiées par des preuves concrètes ; transformer ces caractéristiques en avantage client
 - ★ Identifier les arguments phares

Mise en pratique sur une sélection de produits/cibles : attributs de l'offre, preuves argumentaires

Entre les 2 demi-journées : finalisation du travail pour applications orales et écrites ci-dessous

LA MISE EN OEUVRE DE L'ARGUMENTAIRE COMMERCIAL AU BON MOMENT

- Présenter son argumentaire commercial à l'oral : déceler le bon moment au cours du parcours du client dans la boutique pour engager l'entretien et choisir les atouts à mettre en avant



- Les applications à l'écrit : les principes de rédaction argumentaire : dans la continuité du travail précédent sur les atouts phares de son offre-produit adaptés à des clientèles identifiées :
 - ★ Hiérarchisation des messages et arguments concrets
 - ★ Rédaction avec choix des mots (pour présentation chapeau, descriptif...) et de visuels

Applications pratiques sur une même sélection d'offre-produit des structures participantes.

La rédaction appliquée aux supports utilisés, exemples non exhaustifs : supports numériques dont page web de présentation produits, cartel (boutique), outils dans un espace boutique ...

Modalités pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels

Travail de cas pratiques en groupe et en binôme

Un travail préalable à la formation sera demandé aux participants et mis en application entre les 2 demi-journées de formation

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF et tout autre supports pédagogiques sur l'extranet personnel du stagiaire

Modalités d'évaluation et de suivi

La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs de la formation

La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation abordés.

L'atteinte des objectifs pédagogiques de formation est évaluée à la fin de chaque formation.

La formation est évaluée à l'issue de la formation : questionnaire à chaud et à froid.

Une certificat de réalisation est transmis au stagiaire à l'issue de la formation.