

## **REUSSIR SON ACCUEIL OENOTOURISTIQUE**

Programme conforme à l'art. L.6353-1 & l'art. D.6321-1 du code du travail  
(Formation - Accompagnement : 3 demi-journées en INTER)

### ***Finalité :***

- Proposer une offre de tourisme de qualité

### ***Objectifs pédagogiques :***

A l'issue de la formation, le stagiaire est capable de :

- Améliorer et développer son accueil au domaine
- Maîtriser les règles de l'accueil et du service afin d'assurer la satisfaction totale de la clientèle du premier contact en amont du séjour jusqu'au suivi de la relation client post séjour
- Fidéliser sa clientèle et gérer sa relation client
- Bâtir sa stratégie de communication

### ***Public concerné:***

- Tout vigneron, responsable de cave souhaitant acquérir et maîtriser les bonnes pratiques et méthodes d'accueil et de fidélisation des clientèles sur son domaine.

### ***Caractéristiques et Modalités :***

- Formateur : France Gerbal-Médalle
- Prérequis : Aucun
- Sessions : 10 stagiaires.
- Durée : 10h30 / 3 jours
- Horaires : 9h-12h/13h-17h
- Lieu : Distance ou à déterminer
- Délais d'accès : Notre organisme de formation s'engage à vous répondre dans un délai de 72h (en jours ouvrés). Nous envisagerons la date de début de formation la plus appropriée en fonction de vos besoins, préférences et contraintes. Sauf cas particulier et en fonction des disponibilités du

stagiaire, du formateur, le délai pour la mise en place de la formation est habituellement d'un mois (en moyenne).

- Si vous êtes en situation de handicap, nous vous remercions de bien vouloir nous le signaler en amont de la formation afin que nous puissions prendre toutes les mesures nécessaires pour vous accueillir au mieux.

### ***Moyens et méthodes pédagogiques :***

- Moyens :
  - Formation en salle ou à distance (type zoom), support de formation type power-point
- Méthodes :
  - Apprentissage collaboratif et par l'action, exposés théoriques et mise en situation

### ***Suivi et évaluation :***

- En amont : évaluation des attentes des stagiaires par mail par entretien
- Évaluation à chaud en fin de formation des savoirs et savoir-faire acquis : grille d'auto-évaluation
- Évaluation à froid des savoirs et savoir-faire acquis (J+1 mois) : évaluation de la réutilisation des stagiaires par mail
- Évaluation de la satisfaction des stagiaires en fin de session : questionnaire de satisfaction
- Remise d'une attestation de réalisation de la formation au stagiaire

### ***Programme :***

#### **Séance 1 (3h30) : Construire « son » accueil personnalisé**

#### **Objectifs pédagogiques de la séance :**

- Comprendre les attentes des œnotouristes
- Créer une expérience touristique de qualité et cohérente avec son domaine

#### **Contenus**

- Tour de table et partage d'expérience (0h30)
- Rappel sur l'œnotourisme (1h)
- Comprendre les attentes des visiteurs en termes d'offre d'accueil dans l'œnotourisme (0h30)
- Les bonnes idées à mettre en place pour un accueil de qualité en face à face ou à distance(1h)
- Auto-diagnostic (0h30)

*A l'issue de la séance, le participant est en mesure de proposer un accueil en face à face et téléphonique de qualité*

**Travaux inter-séance :** Faire son diagnostic A.F.O.M

## **Séance 2 (3h30) : Fidéliser sa clientèle par le réseau et l'événementiel**

Objectifs pédagogiques de la séance :

- Comprendre les ressorts de la fidélisation en œnotourisme
- Développer l'effet réseau pour la renforcer
- Créer une offre événementielle

Contenus :

- Retour sur le S.W.O.T (AFOM) (1h)
- Travailler sur l'offre réseau et harmoniser sa communication (1h00)
- Construire une offre événementielle pour valoriser son domaine et la destination (1h30)
- Autodiagnostic de son offre de fidélisation et partage d'expérience (0h30)

*A l'issue de la journée, le participant est en mesure de travailler en réseau et de proposer une offre événementielle*

**Travaux inter-séance :** Préparer une visite guidée des lieux de production

## **Séance 3 (3h30) : Bâtir son plan marketing et communication au service de l'œnotourisme en cohérence avec la destination**

Objectifs pédagogiques de la séance :

- Bâtir une stratégie de communication cohérente avec la destination et l'offre œnotouristique du domaine

Contenus :

- Construire son plan de communication en cohérence avec l'offre territoriale et produit (2h)
- Comprendre les différents médias et les sélectionner en fonction de ses attentes (1h30)
- Autodiagnostic de son offre de communication (0h30)

*A l'issue de la formation, le participant est en mesure de proposer une offre œnotouristique de qualité*

**Coût Pédagogique :** sur devis