

## Programme de formation

### THEME DE FORMATION : L'argumentaire de vente en hôtellerie-restauration

**NIVEAU :**  Initial  Perfectionnement

**DUREE :** 2 journées = 14 heures

**LIEU :**  Sur site  Dans nos locaux

**PUBLIC :** personnel de la réception.

**TYPE D'ACTION :**

- Acquisition des connaissances
- Adaptation au poste de travail
- Perfectionnement

**INTERVENANT :** Bernard MICHAUD, Formateur consultant en hôtellerie et restauration.

### OBJECTIF DE LA FORMATION :

- Analyser l'argumentation actuelle et déceler les insuffisances et les « non-retombées » commerciales
- Identifier les caractéristiques d'une argumentation pertinente dans le domaine de l'hôtellerie-restauration développer l'argumentation expérientielle (en référence à la psychologie du lieu, du loisir, du tourisme et de l'intimité)
- Elaborer des argumentaires à partir de la « fiche produit » : éliminer la notion de vente « inventaire » au profit de la vente à contenu « émotionnel »
- Développer la richesse sémantique dans l'élaboration argumentaire
- Structurer un argumentaire de vente
- Rechercher les points d'appui dans la vente de séjours touristiques
- Découvrir le poids des mots dans la vente en face à face ou au téléphone
- Vendre « le produit et l'expérience du produit » : développer la notion « d'attaque », de « finale » en face à face ou au téléphone
- Perfectionner les techniques d'argumentation afin de convaincre un interlocuteur ou un auditoire
- Savoir gagner la vente.

### CONTENU DE LA FORMATION :

- Analyse d'une situation et définition d'objectifs (qui sont les interlocuteurs ? Quels sont les besoins du client ?)
- Les techniques d'argumentation (raisonnement, persuasion, réponses...) - structuration et plan argumentaires - la recherche des arguments – les techniques appropriées dans le milieu du tourisme
- L'aisance relationnelle (conviction, voix, postures, gestes, dialogue...)
- L'influence (pouvoir, manipulation...)
- La présentation et la problématique du prix

- La conclusion de la vente
- De la fiche produit à la fiche de vente
- La démarche expérientielle - rechercher l'équilibre « argumentation produit » et « argumentation expérientielle »
- L'orientation « client » dans le langage de la vente
- Les mots porteurs et les mots qui apaisent – les mots fragiles et qui abaissent la qualité de la vente
- Les principes de politesse « positive » et négative » dans les situations de vente et de contact
- La résonance émotionnelle – le pouvoir des mots dans un argumentaire
- Le traitement des objections à prévoir

**METHODE PEDAGOGIQUE :** L'aller-retour « théorie pratique » est la modalité choisie.

**SANCTION DU STAGE :** Attestation de fin de stage et d'une fiche d'évaluation des connaissances acquises au cours de ce dernier.

**MODALITE D'EVALUATION ET DE SUIVI :**

Évaluation de satisfaction « à chaud » : opinion des stagiaires et formalisation.

Évaluation pédagogique pour valider les compétences acquises, lors du stage : évaluations formatives - axes personnalisés d'amélioration.

**MOYENS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :**

Tous nos intervenants ont leur propre matériel : ordinateur, vidéoprojecteur et études de cas photocopiés avant la réalisation de l'action de formation.

En fin de formation, nous remettons aux apprenants, un support de cours sur une clé USB.