



UNIVERSITÉ DU VIN

N° déclaration d'existence : 82 26 000 12 26

Date : Les 29 et 30 Novembre 2018

Coût TTC : 468,00 €uros TTC

Coût HT : 390,00 €uros HT

Durée : 14 heures

Coût Heure/Stagiaire : 27,86 euros HT

Effectif minimum : 8

Effectif maximum : 16

DEVELOPPER UNE ACTIVITE OENOTOURLSTIQUE EN OPTIMISANT SON INVESTISSEMENT

Public concerné :

► Employé commercial de domaines et caves coopératives en charge de la vente directe, de la promotion, personnel animateur, médiateur touristique, personnel en charge de l'animation des Chartes Qualité, personnel en reconversion professionnelle dans la filière.

Pré-requis :

► Aucun

Objectifs du stage :

► Structurer son offre en proposant des prestations différenciantes. Construire un modèle économique cohérent

Lieu de l'action

► Université du Vin – Suze la Rousse

Moyens pédagogiques :

► Exposés théoriques - Documents pédagogiques – Diaporama - Dégustations

Moyens d'encadrement

► L'Université du Vin assure l'encadrement technique de la formation et garantit le choix de l'intervenant spécialisé sur le sujet traité.



Modalités d'évaluation à l'issue de la formation :

- Chaque participant est consulté quant aux notions acquises et leur application possible dans le travail
- Une synthèse de l'évaluation des acquisitions est réalisée soit oralement lors d'un échange intervenant / stagiaires soit sous forme de questionnaire écrit individuel en vue de la validation de l'apprentissage.
- Remise aux stagiaires d'un questionnaire de satisfaction en fin de formation.

A l'issue de la formation :

► Remise au stagiaire d'une attestation de formation

PROGRAMME

1^{er} jour :

- Connaître le cadre de l'oenotourisme dans le Monde et en France,
- Comprendre les objectifs du positionnement concurrentiel,
- Connaître les axes de différenciation et évaluer sa propre plus-value sur le marché,
- Connaître et comprendre les oenotouristes. Qui sont-ils ? comment les intéresser ? leur faire vivre une expérience, en faire des ambassadeurs,
- Faire un diagnostic forces/faiblesses/Menaces/opportunités,
- Comprendre les mécanismes et appliquer la méthode du storytelling.

2^e jour :

- Connaître et analyser les ressources oenoculturelles de son domaine et de son vignoble,
- Savoir les valoriser et les « marchandiser » en prestations,
- Etudier la rentabilité / le modèle économique d'un projet.