

Formation

Comment surprendre vos clients ?

ŒNOTOURISME

Pour dynamiser son entreprise ou réorienter sa carrière dans les métiers de bouche, de l'accueil, du vin et du terroir, Vaud Œnotourisme et GastroVaud lancent une nouvelle formation en marketing sur six mois, également possible via Internet.

Magaly Mavilia

Vous aimez être surpris, étonné, amusé? Vos clients aussi. Mais comment créer l'événement qui va attirer une nouvelle clientèle dans un marché de plus en plus compétitif? Quel changement apporter à son entreprise pour dynamiser sa rentabilité? Quels sont les outils pour une promotion ciblée de son entreprise? C'est pour répondre à toutes ces questions que Vaud Œnotourisme et GastroVaud, en collaboration avec l'organisation FMP Formation, viennent de créer une nouvelle formation accessible en toute liberté sur Internet. La méthode exclusive FMP (labellisée EDUQUA), en «blended learning», combine formation à distance, journées de cours, campus online, coaching, atelier, etc. Les journées de cours ont lieu sur des sites en lien avec la formation.

Le client veut vivre une expérience

«Aujourd'hui, il est difficile pour le vigneron de vivre de la vigne en tant que telle, le client recherche l'aspect ludique des choses, il veut vivre une expérience, constate Yann Stucki, chef de projet Vaud Œnotourisme. C'est pourquoi nous avons créé une formation orientée clientèle. Le but est de donner des outils concrets pour proposer une prestation d'expérience. C'est autour de cela qu'il s'agit de développer son offre et de mettre les moyens nécessaires pour le faire.» C'est ce que l'on appelle le marketing client. Soigner l'accueil et le climat dans leurs moindres détails pour donner envie d'acheter et de revenir.



Pour Yann Stucki, chef de projet Vaud Œnotourisme (au centre en complet gris) le but de cette formation est de donner des outils concrets pour proposer une prestation d'expérience et de fédérer des compétences et des idées autour d'une passion commune.

Vaud Œnotourisme

Rentabilité et innovation

«Créer l'événement autour des produits œnotouristiques est, en principe, synonyme de rentabilité à condition de disposer de connaissances aujourd'hui indispensables», relève Yann Stucki. L'utilisation des réseaux sociaux, la communication et les relations avec les

«Aujourd'hui, le client veut vivre une expérience privilégiée.»

Yann Stucki, chef de projet Vaud Œnotourisme

médias font partie des sujets abordés par des formateurs issus du terrain à travers une méthode pédagogique unique et adaptée au rythme de vie de chacun. Car les cours peuvent être suivis en tout temps sur Internet (160 périodes de 45 minutes sur 6 mois).

Seule contrainte: 4 jours de présence, l'occasion de créer des réseaux et de fédérer les connaissances et les idées entre professionnels. Mais aussi de porter un regard critique sur son environnement pour développer des idées et mettre en place des actions concrètes pour son entreprise en bénéficiant du soutien de spécialistes.

Présence sur les réseaux sociaux

«La communication est essentielle pour développer son entreprise et ce domaine est encore sous-exploité, reconnaît Yann Stucki. Des actions originales, la promotion, les relations avec les médias et l'utilisation du monde digital, tout cela s'apprend.»

Il ne sert à rien d'avoir une page Facebook si on ne l'alimente pas, cela va même donner une mauvaise image de l'entreprise. Être présent et proactif sans y perdre trop de temps, cela aussi s'apprend et fait désormais partie de ces nouveaux réseaux de diffusion indispensables.

Formation reconnue

Le certificat FMPPro obtenu à la fin du cursus est reconnu par Vaud Œnotourisme, les membres de la Fondation vaudoise pour la formation des métiers de bouche, Changins - Haute école de viticulture et œnologie et de nombreuses associations. Ceci témoigne de la fédération intersectorielle, prônée et développée par Vaud Œnotourisme.

Cette nouvelle formation a aussi pour but d'asseoir le positionnement du canton de Vaud comme pôle d'excellence en matière de formation en proposant un volet complémentaire orienté sur l'œnotourisme. Elle complète également la formation de

5 jours, conduisant à la certification Vaud Œnotourisme, initiée en 2016.

Les sessions, organisées en groupe de 15 personnes maximum, débutent en mars et en octobre. Le coût se veut abordable et les personnes qui font partie de la Fondation vaudoise des métiers de bouche peuvent demander un financement partiel.

La formation en quatre points

1. Le Marketing 7.0 Analyse, concept, stratégie, positionnement, etc.
2. La commercialisation, atout des PME
Vente, commercialisation, distribution, promotion des ventes, etc.
3. La communication 360
Publicité, médias, supports, actions de communication, etc.
4. Les RP et le digital
Presse, publics, internet, réseaux sociaux, événementiel, etc.

www.vaud-oenotourisme.ch