

TOUR - Les clés du spiritourisme: construire son offre, valoriser sa marque et développer la vente directe

PUBLIC CONCERNÉ: Dirigeants, personnels - y compris saisonniers - des maisons et domaines de spiritueux pour développer ou améliorer leurs prestations touristiques. Institutionnels du tourisme

PRÉ REQUIS: Aucun.

OBJECTIF: Acquérir les clés au plan marketing, organisationnel et réglementaire pour proposer une offre qualitative en matière de circuit de visite et/ou d'expérience touristique.
Agencer sa boutique de vente d'une manière attractive et adaptée aux attentes des clientèles.

PROGRAMME

État des lieux du spiritourisme

- Présentation des chiffres clés
- Diversité des expériences et analyse des tendances
- Recrutement et fidélisation des publics

Expérience gastronomique

- Zoom sur un atelier Food Pairing, accords mets/spiritueux
- Respect des normes sanitaires, choix des bouchées
- Déroulé complet de l'expérience avec dégustations

Construire et faire évoluer son offre

- Bonnes pratiques de la filière du tourisme de savoir-faire
- Définir sa stratégie, son positionnement, son message
- Aspects réglementaires et organisationnels
- Les labels, référencements et accompagnements

Développer la vente directe

- Le magasin/espace de vente comme lieu stratégique
- Construire son assortiment et son merchandising
- Aspects réglementaires et pratiques de la vente directe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Exposés et échanges, atelier pratique et dégustations.

Sanction: évaluation des acquis et certificat de réalisation.

5/12 participants

DURÉE: 2 jours/14 heures

DATE et LIEU: 2 sessions par an au CIDS

HORAIRES: 9H-17H30

Formation très intéressante, dynamique, complète et bien menée.

C. B. – Responsable de circuit de visite

Un format adapté aux besoins des participants. J'ai appris beaucoup de choses.

C. D. – Porteur de projet