

Organiser une montée en gamme dans l'oenotourisme

Contexte de l'action

- Actions de formation continue
- Action d'adaptation et de développement des compétences des chefs d'entreprise et salariés ;
- Action d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances.

Public concerné

- Propriétaire
- Hospitality Manager
- Salarié en charge de l'accueil et des ventes sur une propriété, au sein d'un coopérative...

Pré-requis

- Aucun

Effectif

- Nombre : minimum **8**, maximum **15**
- Formation accessible à toute personne en situation de handicap.
- Référente handicap : Amel JARRY - a.jarry@mfr-vayres.fr

Durée, dates, délais d'accès

- Durée totale : 7 heures (9h-17h30)
- Mercredi 10 décembre 2025
- ou Mercredi 11 mars 2026

Statuts et coûts

- 420 € par participant
- Restauration sur place à 15€ /personne
- Possibilité de prise en charge par les OPCO (OCAPIAT ...) ou FAF (VIVEA ...)

CONSEILS ESSENTIELS

La finalité de la formation professionnelle continue est de permettre le maintien dans l'emploi, favoriser le développement des compétences des travailleurs et l'accès aux différents niveaux de la qualification professionnelle, et contribuer à la sécurisation des parcours professionnels.

Dates de formation disponibles sur www.mfr-vayres.fr

Objectifs

- Développer des softskills en matière de communication verbale et non verbale avec le client sur la propriété, en matière d'adaptation de la relation client haut de gamme
- Donner des bases de connaissances générales sur l'accueil premium en phase avec l'expérience client recherchée.

Suivi de l'action

- Un émargement est réalisé par 1/2 journée

Evaluation de l'action

- Test de positionnement avant le début de la formation
- Questionnement et tour de salle au début de la formation
- Quiz en fin de formation
- Cas pratique fil rouge pour s'assurer de l'acquisition des compétences il, permettra d'évaluer la progression de chaque stagiaire.

Certification délivrée

- Attestation de formation

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Identifier et comprendre les attentes des clients haut de gamme

- Les fondements de la proposition de valeur dans le luxe : haute qualité, rareté, désirabilité, exemplarité RSE
- Les facteurs de renforcement de la proposition de valeur : authenticité et unicité de l'expérience, relations avec l'art et l'histoire
- Les typologies des clientèles premium
- La dimension interculturelle culture et adaptation aux attentes de la clientèle internationale
- La notion d'expérience client

Module 2 : Communiquer pour engendrer l'émotion du client

- Comportement en présence d'un client haut de gamme sur la propriété : disponibilité et agilité
- L'écoute active
- La communication positive
- Mettre en avant le storytelling de la maison

INTERVENANT

Bertrand Blancheton, professeur de sciences économiques à l'Université de Bordeaux, formateur France Luxe Business School, auteur de l'ouvrage «Vers le haut de gamme Made-in-France», Paris, CHEFF, 2021 et de nombreux articles académiques sur les filières d'excellence en France.

Renseignements

Lucile GALINAT, Amel JARRY
05 57 74 85 30
contact@mfr-vayres.fr