

MODULE 07 / Vente & réservation

Ma présentation commerciale

Les éléments de l'offre et votre liste de partenaires à contacter.

VOTRE OBJECTIF	COMMENT UTILISER CE CAHIER
Les éléments de l'offre et votre liste de partenaires à contacter.	Lisez la méthode et le cas pratique, complétez la trame puis choisissez une action datée. Les exemples servent de point de départ.

Votre projet

Atelier / thème	Date de séance	Responsable
À compléter	À compléter	À compléter

Les montants sont des hypothèses pédagogiques. Les validations sanitaires, juridiques et fiscales restent propres à votre activité.

Dans ce cahier

- 01 Comprendre la méthode et les choix à faire
- 02 Étudier un exemple et repérer les erreurs courantes
- 03 Compléter votre document de travail
- 04 Organiser vos prochaines actions

VOTRE POINT DE DÉPART
Ce que je sais déjà :
Ce que je dois encore vérifier :

COMPRENDRE ET APPLIQUER

Construire une page d'offre convaincante

Une belle photo donne envie. Les informations concrètes permettent de décider. Votre page doit montrer fidèlement l'expérience et les conditions de participation.

Commencer par l'essentiel

Affichez le thème, le public, la réalisation finale, la date, la durée, le lieu et le prix. Précisez les prérequis et le matériel à apporter. Les préparations faites à l'avance doivent être expliquées.

Montrer des preuves authentiques

Utilisez vos réalisations et votre expérience vérifiable. Demandez les autorisations nécessaires avant de publier photos et témoignages de participants. N'utilisez pas une illustration comme preuve d'un résultat obtenu par vos clients.

Clarifier les modalités

Avant la vente, faites vérifier les informations commerciales, l'annulation et les droits applicables à votre offre. Les règles peuvent différer selon le service et son calendrier. Le guide officiel e-commerce figure dans les ressources de la formation.

Cas pratique commenté

LA SITUATION

Un visiteur voit un atelier citron à 60 €, mais ignore le lieu et s'il emporte ses réalisations. Ajouter ces informations peut lever son hésitation sans changer la photo ni le tarif.

À éviter

Inventer des avis, des places restantes ou une urgence commerciale.

Votre mise en pratique

Écrivez une page d'une longueur raisonnable et demandez à quelqu'un de retrouver en moins d'une minute le prix, le lieu et le résultat.

Résultat à obtenir : Une page d'offre complète à relire.

APPROFONDISSEMENT PROFESSIONNEL

Construire une offre claire qui permet une décision éclairée.

Présenter les informations dans l'ordre des questions

Commencez par public, résultat pratiqué et expérience proposée. Donnez ensuite durée, date, localisation, taille du groupe, prix et contenu inclus. Décrivez niveau requis, préparations faites en amont et contraintes utiles. Les informations précontractuelles et conditions applicables doivent être adaptées à votre vente et vérifiées.

Apporter des preuves proportionnées

Utilisez des images de votre essai en indiquant leur contexte et uniquement avec les autorisations nécessaires. Distinguez le résultat d'un débutant de celui du professionnel. Ne publiez ni faux avis, ni taux de réussite non mesuré, ni places prétendument presque épuisées sans données réelles.

Étude de cas : à vous de décider

Votre annonce dit « atelier premium, 90 € ». Six prospects demandent la durée, les pièces emportées et si le matériel est fourni. Rédigez le bloc principal avec des données explicitement fictives.

MON RAISONNEMENT / MES CALCULS

Corrigé indicatif

Exemple à adapter après validation : « Atelier pochage pour adultes débutants, samedi de 14 h à 16 h, quatre places. Chaque participant pratique le geste et réalise six pièces ; pâte préparée en amont. Matériel prêté et boîte inclus, 90 € par personne. » Ajouter lieu, accès et conditions vérifiées avant publication.

Pièce à ajouter au dossier

Une page d'offre avec chaque promesse reliée à une preuve et une liste des informations restant à confirmer.

Critère observable	Score 0 / 1 / 2	Preuve à joindre
Le lecteur comprend ce qu'il fera.	À compléter	À compléter
Les informations pratiques sont cohérentes.	À compléter	À compléter
Les preuves ne suggèrent pas des résultats non établis.	À compléter	À compléter

Documenter votre évaluation

[illegible]

Repère de classement : conservez la première version, la correction et la preuve qui justifie votre nouvelle évaluation. Ne joignez pas de données sensibles inutiles.

COMPRENDRE ET APPLIQUER

Trouver ses premiers partenaires

Votre premier canal peut être un lieu ou une communauté déjà en relation avec les participants visés. Commencez par une liste courte et des échanges personnalisés.

Sélectionner par pertinence

Pour chaque partenaire, notez le public accueilli, la raison du rapprochement et l'interlocuteur. Un gîte familial et une agence événementielle n'attendent pas la même présentation ni la même organisation.

Présenter une proposition concrète

Expliquez le thème, le format, les besoins et les responsabilités que vous prenez en charge. Posez une question simple sur l'intérêt de leur public et proposez un échange. Respectez les refus et les règles applicables à la prospection.

Suivre les prochaines actions

Tenez un tableau avec date, réponse, point bloquant et prochaine action convenue. Une proposition claire et suivie vaut mieux qu'un grand volume de messages identiques envoyés sans ciblage.

Cas pratique commenté

LA SITUATION

Un hébergeur reçoit des familles les jours de pluie. Vous proposez un atelier compatible avec ses locaux et échangez sur les horaires. Vous n'annoncez aucune date à ses clients avant validation du partenariat.

À éviter

Envoyer le même message à tous les établissements sans regarder leur clientèle.

Votre mise en pratique

Choisissez cinq contacts. Pour chacun, écrivez pourquoi votre atelier peut intéresser son public et ce qu'il vous reste à vérifier.

Résultat à obtenir : Une liste de cinq partenaires et un plan de contact.

APPROFONDISSEMENT PROFESSIONNEL

Construire une prospection locale ciblée et mesurable.

Choisir des partenaires ayant un public commun

Listez des lieux ou professionnels dont la clientèle correspond à votre cible. Notez l'intérêt concret d'une collaboration : animation d'un lieu, activité pour une équipe ou rendez-vous pour une communauté. Personnalisez la proposition avec un format test, les responsabilités envisagées et une prochaine étape simple.

Suivre le cycle commercial

Un tableau doit distinguer contact, échange qualifié, proposition, accord et réservations réellement encaissées. Consignez dates et prochaine action, sans accumuler de données personnelles inutiles. Un partenaire enthousiaste ne garantit pas un nombre de ventes ; le budget doit rester viable dans le scénario de faible conversion.

Étude de cas : à vous de décider

Dix partenaires contactés, quatre échanges, deux propositions et un atelier réservé par un partenaire. Que peut-on mesurer et que manque-t-il ?

MON RAISONNEMENT / MES CALCULS

Corrigé indicatif

40 % de contacts donnent un échange, 50 % des échanges une proposition et 50 % des propositions un accord. Le taux contact/accord est 10 %. Ces petits effectifs ne prédisent pas une performance stable. Il manque les places payées, le temps passé, les commissions et la marge pour juger la rentabilité.

Pièce à ajouter au dossier

Une liste de dix partenaires pertinents, un message personnalisé et un tableau de suivi avec prochaine action.

Grille de réussite

Critère observable	Score 0 / 1 / 2	Preuve à joindre
La pertinence du public est justifiée.	À compléter	À compléter
La proposition décrit un test concret.	À compléter	À compléter
Le suivi distingue intérêt, accord et recettes.	À compléter	À compléter

0 : absent ou erroné ; 1 : partiel, à vérifier ; 2 : démontré par une preuve. Repère pédagogique : 5/6 sans critère à 0. Reprendre la méthode et corriger le livrable si nécessaire. Les conditions de sécurité et d'exercice non résolues restent bloquantes, quel que soit le score. Autoévaluation non certifiante.

Documenter votre évaluation

Preuve / source et date	Ce que cette preuve démontre

Critère à retravailler	Correction prévue	Échéance

Mon total : / 6 Date de réévaluation :

Repère de classement : conservez la première version, la correction et la preuve qui justifie votre nouvelle évaluation. Ne joignez pas de données sensibles inutiles.

VOTRE DOCUMENT DE TRAVAIL

La trame à compléter

Titre de l'atelier :

Pour qui :

Ce que les participants réalisent :

Ce qu'ils emportent :

Durée / date / lieu :

Nombre de places :

Prix et prestations incluses :

Prérequis / matériel à apporter :

Préparations réalisées à l'avance :

Modalités de réservation et d'annulation :

ARGUMENTAIRE POUR UN LIEU PARTENAIRE

Mon expérience vérifiable :

Pourquoi l'atelier correspond à son public :

Format proposé :

Besoins en espace et matériel :

Organisation, nettoyage, responsabilités :

Proposition économique à discuter :

CINQ PARTENAIRES À CONTACTER

Nom / raison du choix / contact / date / retour / prochaine action

1.

2.

3.

4.

5.

BILAN DU TEST

Personnes contactées :

Demandes reçues :

Réservations :

Temps réel / dépenses :

Questions fréquentes :

Améliorations :

PASSER À L'ACTION

Votre décision, par écrit.

Appuyez-vous sur le cas pratique et vos données réelles. Gardez une trace des points confirmés et de ceux qui nécessitent encore une réponse.

Décision retenue	Pourquoi ce choix ?

Action	Responsable	Date cible	Preuve attendue

Avant de classer ce document

- ☐ J'ai remplacé les hypothèses par mes chiffres ou mes informations.
- ☐ J'ai identifié les validations encore nécessaires.
- ☐ J'ai choisi une prochaine action et une échéance.
- ☐ J'ai daté cette version et conservé les justificatifs.

Notes et retours après votre première séance

Ce qui a fonctionné	Ce que je change à la prochaine séance