

METHODOLOGIE POUR L'ARGUMENTATION

(PARTIE 2 PROJET CWAD)

A la suite de la description de votre espace de loisirs, vous devez produire une argumentation afin de convaincre **trois interlocuteurs différents** :

-Les visiteurs

-Les futurs employés (animateurs, employés de service, employés administratifs)

-Les partenaires financiers (sponsors)

Il faut 3 arguments PAR cible (9 au total).

N'oubliez pas **d'adapter le niveau de langage** en fonction des interlocuteurs.

Le travail est à rendre à la fin de la séance avec la description de l'espace de loisirs réalisée à la première séance. Le tout sera noté sur 20 points.

1. Les visiteurs

Pour convaincre des visiteurs de choisir un espace de loisirs, l'argumentation doit susciter l'envie en mettant en avant les éléments qui leur parleront le plus : l'expérience unique, la diversité des activités, et les services additionnels et/ ou les tarifs. Voici une structure en trois points pour une argumentation percutante avec l'exemple d'un parc d'attraction :

-Mettre en avant l'expérience unique et mémorable

Exemple d'argument : « Notre parc d'attractions est bien plus qu'un simple lieu de loisirs. Dès que vous entrez, vous êtes transportés dans un univers magique, où petits et grands trouveront leur bonheur et repartiront avec des souvenirs inoubliables. »

-Insister sur la diversité et la qualité des activités

Exemple d'argument : « Avec des attractions pour tous les âges et des installations modernes, notre parc d'attractions garantit un moment de divertissement de haute qualité. Que vous aimiez les sensations fortes ou les balades paisibles, vous trouverez de quoi vous amuser, vous détendre et vous émerveiller. »

-Valoriser les services additionnels et/ou le tarif

Exemple d'argument : « Votre confort est notre priorité ! Que vous ayez besoin d'une pause gourmande, d'un espace de repos, ou d'un accueil chaleureux pour vous guider, notre équipe est là pour que vous passiez un moment agréable, sans soucis. Nous avons pensé à tout pour que vous vous sentiez comme chez vous. »

2. Les futurs employés

Pour attirer des candidats motivés à rejoindre une équipe dans un espace de loisirs, il est important de développer des arguments convaincants en se concentrant sur trois types d'arguments principaux : les opportunités de développement professionnel, l'environnement de travail stimulant, et l'impact positif du travail sur l'expérience des visiteurs. Voici comment structurer ces trois types d'arguments :

-Opportunités de développement professionnel

Travailler dans un espace de loisirs offre des possibilités d'évolution et d'apprentissage continues, particulièrement intéressantes pour des candidats qui souhaitent développer leurs compétences.

Exemple d'argument : « Rejoindre notre espace de loisirs, c'est intégrer un environnement de travail qui valorise l'apprentissage et l'évolution. Avec des formations régulières et des perspectives d'avancement, vous aurez l'opportunité de développer des compétences solides et transférables pour progresser dans votre carrière. »

-Environnement de travail dynamique et stimulant

Exemple d'argument : « Travailler dans notre espace de loisirs, c'est évoluer dans une ambiance chaleureuse et dynamique, entouré de collègues motivés et bienveillants. Chaque journée est l'occasion de relever de nouveaux défis et de contribuer ensemble à créer une atmosphère unique pour nos visiteurs. »

-Impact positif sur les visiteurs et satisfaction personnelle

Exemple d'argument : « Dans notre espace de loisirs, chaque jour est l'occasion de faire sourire nos visiteurs et de leur offrir des moments de bonheur. Cette satisfaction personnelle et le contact humain enrichissant font du travail ici une expérience gratifiante, où chaque employé peut faire la différence. »

Vous pouvez aussi structurer en 3 points reprenant 3 emplois différents que vous recherchez (par exemple : jardinier, technicien de fusée, chorégraphe, directeur marketing, comptable etc).

3. Les partenaires financiers (sponsors)

Pour attirer des sponsors dans un espace de loisirs, il est essentiel de mettre en avant les avantages que ceux-ci pourraient tirer de leur partenariat. Les arguments principaux doivent tourner autour de la visibilité accrue et du rayonnement de leur marque, de l'accès à un public ciblé et varié, ainsi que des valeurs et de l'impact positif associés au parc. Voici comment structurer ces trois types d'arguments pour maximiser l'attractivité auprès des sponsors :

-Visibilité et rayonnement de la marque

Exemple d'argument : « En devenant partenaire de notre espace de loisirs, votre marque bénéficiera d'une visibilité stratégique auprès de milliers de visiteurs chaque mois, à travers des campagnes ciblées et des placements de marque exclusifs. »

-Accès à un public varié et ciblé

Exemple d'argument : « Avec un public varié et fidèle, notre espace de loisirs offre à votre marque une exposition auprès de cibles précises. En vous associant à des événements thématiques, vous bénéficiez d'un engagement direct auprès de vos segments de marché. »

-Valeurs communes et impact positif

Exemple d'argument : « En devenant sponsor de notre espace de loisirs, vous associez votre marque à un lieu de détente et de partage, qui incarne des valeurs de convivialité, de bien-être, et de responsabilité sociétale. Cet engagement renforce votre image positive auprès de notre communauté. »