



M7 De l'idée à l'action avec la méthode CQQCOQP !

Créée par
FAB'LIM



Co-funded by
the European Union

"The project "UPSKILL+" is co-funded by the Erasmus+ programme of the European Union. The content of publication is the sole responsibility of the Upskill+ Partners Consortium and neither the European Commission nor the Spanish Service for the Internationalisation of Education (SEPIE) is responsible for any use that may be made of the information contained therein."
Project number: 2022-1-ES01-KA220-ADU-000087959

CAPSULE DE FORMATION



Titre : De l'idée à l'action avec la méthode CQQC

Durée : 2:15h

Introduction : Créer une nouvelle offre agritouristique nécessite une analyse approfondie de certains facteurs qui vont influencer le succès de votre projet. Pour créer ou diversifier votre offre, il est impératif d'avoir évalué le contexte dans lequel vous vous positionnez à travers l'analyse du marché, de vos concurrents, et de voir comment vous vous situez dans ce contexte pour maximiser votre succès. Une fois cette étude de marché faite, la méthode CQQCOQP vous aidera, tout au long de la création de votre projet, à vous poser les bonnes questions pour répondre à une problématique.

Objectif de cette capsule :

Apprendre à utiliser la méthode CQQCOQP pour l'appliquer à toutes les étapes de sa création de projet agritouristique

Concepts clés :

Rappel des étapes d'une étude de marché (Pestel, concurrent, SWOT, 4P, Maslow, Soncase) en lien avec le module
Définition CQQCOQP (Comment ? Quoi ? Qui ? Combien ? Où ? Quand ? Pourquoi ?) et comment l'utiliser pour résoudre un problème quel qu'il soit.

Exemples et études de cas :

- **EXEMPLE 1 :**

Si vous souhaitez créer un sondage pour votre étude de marché, cette méthode va vous aider à vous poser les bonnes questions pour rédiger vos questions :

QUI = A qui ai-je affaire (hommes, femmes, tranche d'âge, CSP, profession, avec ou sans enfant, urbain/rural, propriétaire ou pas...)

COMBIEN = Quel budget sont-ils prêts à consacrer pour mon offre ? Quel tranche de prix leur semble acceptable pour ce type de produits ?

COMMENT = Achèterait-il ce produit de manière compulsive ou réfléchi ? Sur recommandation ? Sur avis ? Fréquence d'achat ? Pour eux, pour des cadeaux ?

OU = En direct à la ferme ? En boutique relais ? Sur le Web ? Dans une agence agritourisme ?

POURQUOI = Qu'est ce qui les pousse à l'achat ? Parce qu'ils recherchent des produits naturels ? Pour soutenir l'économie locale ? Parce qu'ils veulent apprendre ?

QUOI = Que vont-ils acheter comme type de produits ? Hébergement ? Restauration ? Animations ? Aliments ? Bio ?

QUAND = A quel moment penseront-ils à acheter mon produit (horaires) ? Pour offrir ? Pour les vacances ? Pour un weekend en amoureux ou plutôt en famille ?

THE LEARNING PILL



• EXAMPLE 2:

Vous pourriez l'utiliser pour savoir comment vendre une nouvelle offre agritouristique que vous venez de créer et vous avez besoin de savoir à qui la vendre, comment, pourquoi ces personnes achèteraient et quand, etc... Par exemple, imaginons que vous avez envie de créer des activités à la ferme pour les célibataires afin de créer des rencontres. Voici comment vous pourriez utiliser la méthode CQQCOQP :

QUI = Qui pourrait-être intéressé par ces activités ? (hommes, femmes, tranche d'âge, CSP, profession, avec ou sans enfant, urbain/rural)

COMBIEN = Quel budget sont-ils prêts à consacrer pour mon offre ? Quel tranche de prix leur semble acceptable pour ce type de produits ?

COMMENT = Viendraient-ils à mes activités sur un coup de tête ou de manière réfléchi ? Sur recommandation ? Sur avis ? De manière régulière ? Seul(e) ou avec une ami(e) ?

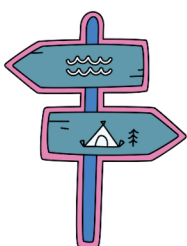
OU = Comment vont-ils trouver l'information ? Combien de kilomètres sont-ils prêts à parcourir ?

POURQUOI = Qu'est-ce qui les pousserait à venir ? Par curiosité ? Parce qu'ils cherchent l'amour ? Parce qu'ils cherchent une personne qui partage des valeurs communes ?

QUOI = Sous quel format ? Avec hébergement / Restauration ? Ateliers ou plutôt dégustation ou plutôt balade ?

QUAND = Est-ce qu'ils achèteraient plutôt des activités en soirée, en journée, en weekend ? Pour quelle durée d'activité ?

Dans cet exemple-ci, l'idée est de vous glisser dans la peau d'un consommateur idéal pour savoir ce qui le pousserait à choisir votre offre plutôt qu'une autre et donc comment adapter votre offre à ses besoins et ses envies





Activités interactives :

1/ Durée : 15mn

Tour de table : Présenter son projet sous la forme d'un pitch de 7 secondes :

Je suis (nom, prénom) Marie Dupont, (fonction) maraîchère en agriculture bio . J'aide (cibles) les habitants locaux qui ont (problèmes) des difficultés à faire des rencontres à (bénéfices) faire des rencontres en découvrant les ateliers potagers. Je suis (inventez une accroche spontanée) cultivatrice d'amour !

2/ Durée : 1h

On recherche 2 ou 3 volontaires qui ont une problématique qui peut parler à tous les participants et on travaille son cas en groupe. On pose une problématique lié à son offre agritouristique et on recherche les réponses via la méthode CQQCOQP. (20 minutes par personnes)

Did You Know?

Conseils et suggestions :

- Travailler le module marketing avant cet atelier pour avoir une vue d'ensemble sur les problématiques à résoudre pour votre offre.
- Prenez un carnet ou un ordinateur pour travailler directement sur un tableur afin de conserver des notes de nos échanges.
- Appliquez la méthode CQQCOQP à toutes vos problématiques en lien ou non avec votre projet pour vous entraîner à l'utiliser. Vous verrez qu'elle peut être utilisée dans toutes les situations et qu'elle permet d'y voir clair, rapidement, dans la résolution d'un problème.



Résumé et récap :

Avant de créer ou diversifier une offre agritouristique, il faut reprendre les étapes du modules Marketing qui ont été adaptées pour être simples et rapides à mettre en oeuvre.

Analyser le contexte, le marché via le PESTEL.

Analyser la concurrence à l'aide d'un tableau qui répond aux questions citées dans le module.

Rappelez-vous pourquoi vous avez voulu créer cette offre ? Les valeurs que vous voulez partager. Vos savoirs-faires, vos compétences, atouts mais aussi faiblesses.

Compléter le tableau SWOT pour visualiser rapidement dans une liste, les opportunités et menaces du marché, vos atouts et faiblesses.

Faites un sondage pour y voir plus clair (et pourquoi pas en utilisant la méthode CQQCOQP)

Lister vos cibles et faites un portrait de votre client idéal (Buyer persona)

Avec toutes ces informations, essayez de vous positionner sur le marché en définissant votre offre à travers ces 4 points : quel prix je vais proposer (tarif, abonnement, modalités de paiement)? Quelles particularités aura mon produit/mon service (horaires, lieu,...)? Où est-ce que je vais le vendre (à la ferme ? Dans une agence ? Sur le web ? Et comment je vais me faire connaître (supports de communication) ?

Je me fixe des objectifs marketing à atteindre (en étant raisonnable en utilisant la méthode SMART)

Et je liste les ressources humaines, matérielles et financières qu'il me faudra pour atteindre ces objectifs.



Ressources supplémentaires :

- <https://www.blogdumoderateur.com/cqqcoqp-methode-questions-decisions/>
- <https://asana.com/fr/resources/what-are-5ws>

Questions et réponses et commentaires :

Encouragez les participants à poser des questions et à fournir un retour d'information ou des commentaires. Créez un environnement propice à un dialogue franc et au partage des connaissances.

Conclusion :

Conclure le pilier de la formation par une remarque finale, en exprimant sa gratitude pour l'engagement des participants et en soulignant l'importance du sujet dans le contexte général de l'industrie de l'agrotourisme.

De tous les secteurs d'activité, l'agritourisme mérite d'être bien accompagné dans la réalisation de ses projets. Pourquoi ? Parce qu'ils permettent de renouer avec le monde rural, de sortir la tête des écrans , de faire de belles rencontres, de voir de belles choses et de vivre des aventures mémorables qu'on soit seul, en couple ou en famille et peu importe notre âge.

C'est pourquoi votre offre mérite d'être bien préparée pour pouvoir assurer le succès maximum de votre entreprise ! Le marketing et les méthodes de résolution de problème comme le CQQCOQP, ne sont pas dédiés exclusivement aux grandes boîtes et doivent être mis à disposition des professionnels engagés.

Ressources:

Matériel simplifié : Utilisez un langage simple et des explications succinctes pour garantir la clarté et la compréhension.

Aides visuelles : Inclure des diagrammes, des graphiques et des images pour améliorer la compréhension et rendre le contenu plus attrayant.

Exemples de la vie réelle : Utiliser des exemples pertinents et applicables pour aider les participants à comprendre les concepts et à faire le lien avec les scénarios du monde réel.

Études de cas simplifiées : Choisissez des études de cas simples à comprendre et pertinentes dans le contexte des participants.

Info-graphiques : Créez des infographies et des affiches visuellement attrayantes qui présentent les informations essentielles de manière claire et concise.



Méthodes :

Encourager les discussions interactives au cours desquelles les participants peuvent partager leurs expériences et leurs points de vue en matière d'agritourisme.

Mettre en œuvre des exercices pratiques et des activités de groupe pour renforcer l'apprentissage et permettre aux participants d'appliquer leur compréhension.

Utiliser des techniques de narration pour transmettre des informations et susciter une réaction émotionnelle de la part des participants, rendant ainsi le contenu plus mémorable.

Démonstrations : Proposer des démonstrations en direct ou par vidéo de pratiques ou de techniques agritouristiques particulières.

Faire participer les participants à des jeux de rôle pour les aider à comprendre les différents points de vue et à développer leur capacité à résoudre des problèmes.

Outils :

Logiciels pour des présentations simples : Utilisez des outils conviviaux tels que Microsoft PowerPoint, Google Slides ou Canva pour créer des présentations faciles et attrayantes d'un point de vue esthétique.





Co-funded by the
European Union



Upskill+ Quality upskilling in agroturism focused on sustainable innovation and experience

Project number: **2022-1-ES01-KA220-ADU-000087959**



Disclaimer:

"The project "UPSKILL+" is co-funded by the Erasmus+ programme of the European Union. The content of publication is the sole responsibility of the Upskill+ Partners Consortium and neither the European Commission nor the Spanish Service for the Internationalisation of Education (SEPIE) is responsible for any use that may be made of the information contained therein" Project number: **2022-1-ES01-KA220-ADU-000087959**