

Marketing : 5 astuces pour bien se préparer à la Travel Agents Cup

C'est du 23 au 25 septembre 2025 que se déroulera l'IFTM, au Hall 1 de Paris Expo, Porte de Versailles. Comme chaque année le salon professionnel du tourisme accueillera les finales des concours des Travel Agents Cup et Travel Agents Cup Junior destinés à récompenser respectivement les meilleurs vendeurs de voyages et étudiants en formation tourisme. Les vendeurs intéressés ne doivent pas tarder à se préparer, le dépôt des vidéos de candidature auprès des organisateurs de l'IFTM devant intervenir avant le 31 juillet. Voici cinq astuces pour mettre toutes ses chances de son côté pour être sélectionné et avoir la chance de monter sur la scène de la salle Arena.

1. Définir un scénario

Cela ne sert à rien d'improviser. Vous devez écrire le scénario du film court que vous allez réaliser pour votre candidature. Celui-ci doit comporter plusieurs parties avec votre parcours (âge, formation, vos postes précédents si cela sert votre présentation, ville de l'agence...), votre engagement au travail, votre savoir-faire, vos missions au sein de l'agence, vos atouts dans le rapport aux clients... Sans oublier à la fin vos motivations pour participer à la finale de la Travel Agents Cup. Votre texte doit être bien écrit sans être trop long afin de respecter le temps du film qui ne doit pas dépasser 2 minutes.

2. Être créatif

Soyez imaginatif pour le scénario de votre film. Mettez-vous en scène dans votre agence, à votre poste de travail, en rangeant des brochures sur un présentoir, avec des clients si ceux-ci vous accordent l'autorisation de les filmer (sinon ayez recours à des amis ou de la famille pour faire les figurants), en discussion avec des collègues ou votre responsable... Ces différentes prises de vue permettront d'alterner les scènes où vous parlez directement et celles en situation où vous parlez en voix off. N'hésitez pas à ajouter une pointe d'humour dans le déroulé de la vidéo sans être toutefois trop décalé et que cela ne tombe à plat.

3. Soyez vous même

Il est important que vous restiez vous même dans la vidéo. Mais aussi pour faire la différence auprès du jury de sélection en faisant passer une vraie énergie et de la passion dans votre message. Certains candidats présentent leurs passions, leur famille et bien sûr leurs collègues de l'agence. Et n'hésitez pas à vous jeter quelques fleurs car cette vidéo doit vous vendre auprès du jury qui sélectionnera cet été les finalistes.

4. Faire un film soigné

Le film peut être réalisé avec votre téléphone, un appareil photo faisant de la vidéo, une GoPro ou une vraie petite caméra, loisir ou professionnelle. Celui-ci doit être bien réalisé avec des images qui ne bougent pas dans tous les sens. Si vous filmez avec un téléphone, il est de fait recommandé d'utiliser une perche ou un stabilisateur. L'éclairage et surtout le son doivent également être optimum, sans bruit de fond comme une voiture qui passe si vous tournez une scène en extérieure devant la vitrine. Votre voix doit être clairement compréhensible tout au long du film, avec de surcroît un même niveau sonore. Grâce au numérique, vous pouvez aisément refaire des prises si le résultat ne vous semble pas à la hauteur. Cela implique de motiver vos collègues pour vous filmer en n'oubliant pas de les remercier via une mention texte à la fin de la vidéos. Des logiciels de montage sont ensuite à votre disposition (CapCut, Edits d'Instagram, VN Editeur Vidéo, Adobe Premier Rush...) pour réaliser le montage, faire des fondus enchaînés, ajouter les voix off, de la musique, du texte, des photos... Si toutefois vous disposez d'un petit budget, vous pouvez confier la réalisation de cette vidéo à un professionnel local et ainsi gagner du temps. Moins onéreux, pensez à activer votre réseau afin de dénicher la perle rare, passionnée de vidéo, qui vous fera ce film bénévolement.

5. Se préparer à la mise en situation de la finale

La finale est une mise en situation de vente classique. Le parcours commence le matin avec la rencontre d'un client mystère qui vous communiquera sa destination (souvent celle d'un partenaire comme Costa Croisières, la République dominicaine, Mayotte...), la durée du voyage, la cible (famille, couple, tribu...) et le budget. À vous ensuite de monter le voyage adéquat selon ces critères en filant sur le stand ou les stands considérés avant la restitution l'après-midi devant le client et le jury. Votre challenge sera de rester vous même et de ne pas être impressionné par le cadre de la salle Arena, le jury et un public nombreux avec vos collègues ou des vendeurs de votre réseau voire vos proches dans l'assistance. Il est crucial de respecter l'ensemble des éléments du voyage ainsi que les 4 minutes de présentation. Cela ne sert à rien d'avoir fini au bout de 3 mn si vous avez oublié certaines étapes de la vente. Et pensez à mettre en avant certaines marques représentées dans le jury (Air France, Avis, SNCF...) si cela sied au voyage. Vous pouvez ainsi vous entraîner à l'agence avec vos collègues -qui joueront le rôle du client mystère- car la TAC n'est pas qu'une aventure individuelle.

Au final, pour mettre toutes les chances de votre côté pour la TAC, vous devez faire une vidéo soignée, qui respecte le timing imposé et plusieurs incontournables comme le fait d'être en situation en agence, de raconter une histoire, d'être efficace et créatif. Mais surtout soyez vous même. Et faites passer de l'énergie et la passion pour votre métier d'agent de voyages. Alors n'hésitez pas à candidater et rendez-vous le 25 septembre sur l'IFTM pour la finale de la Travel Agents Cup. Le fait de remporter ce concours pourra de surcroît être un accélérateur pour votre carrière

professionnelle.

Document généré depuis la fiche en ligne : <https://www.tourisme-espaces.com/article/1218-marketing-5-astuces-pour-bien-se-preparer-a-la-travel-agents-cup>