



MaréeBleue

Sculpté pour durer —————●

03 Juin 2026

 Panissara Panpradub - Colleen Sebillé Perringue



Prom 5.5



Tracer l'avenir

Bateau de croisière équipable d'un voilier

Le Prom 5.5 est une unité de 16,5 mètres agile et ultra-robuste, dont la coque en plastique haute densité moulée par robot résiste sans faillir aux chocs d'une location intensive. Totalement polyvalent (moteur ou voile), il offre une autonomie de 4 à 6 heures en mer, idéale pour sécuriser 1 à 2 journées complètes de sorties clients sans repasser à la pompe.



Nos embarcations

Espace du Prom 5.5



Coastal Cruiser

Profitez d'un confort absolu à bord. Un grand salon de pont ombragé, idéal pour des apéritifs prolongés face à la mer



Island Hopper

Cap sur la liberté. Son pont en teck élégant et son design épuré vous accompagnent pour explorer les plus belles criques au coucher du soleil



Speed Adventurer

Place aux sensations fortes ! Équipé pour le ski nautique, le paddle et le jet, c'est le choix parfait pour une journée dynamique



Stan 8



Premium Offshore Cruising

Une exclusivité ATTIMO conçue pour la haute mer. Alliant une coque renforcée à un design luxueux en bois nobles, ce modèle unique accueille jusqu'à 12 personnes (3 cabines) pour des croisières longue distance d'un prestige inégalé.



Le luxe dans les moindres détails



• *Pont soleil avant*



Salon de pont extérieur

Cuisine équipée premium

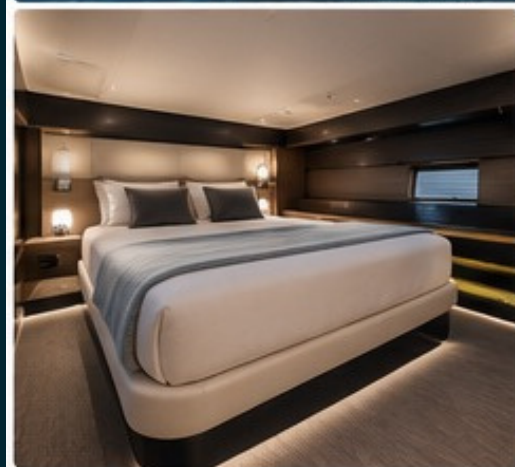


Carré intérieur & Salon



Espace de vie





PROM 5.5

VOILIER DE CROISIÈRE POLYVALENT

- Longueur hors tout : 16,75 m
- Largeur : 4,90 m
- Tirant d'eau : 2,20 m
- Déplacement lège : à partir de 12 800 kg
- Motorisation : 75 cv
- Cabines : 3
- Couchages : 6 à 8 personnes
- Catégorie CE : A



STAND 8

YACHT DE LUXE HAUT DE GAMME

- Longueur hors tout : 24,50 m
- Largeur : 5,90 m
- Tirant d'eau : 1,85 m
- Déplacement lège : à partir de 48 000 kg
- Motorisation : 2 x 1200 cv
- Cabines : 4
- Couchages : 8 personnes
- Catégorie CE : B

Commentaire

Contexte du projet

Dans le cadre du même exercice de négociation, Colleen et moi avons conçu un support visuel de présentation à destination du client, M. Putois, pour l'accompagner dans sa découverte de nos deux modèles phares : le Prom 5.5 et le Stan 8. Ce support a été utilisé comme outil d'aide à la vente (OAV) au moment de la phase d'argumentation, après la découverte des besoins.

Place de la trace dans la SAÉ

Ce diaporama est l'OAV centrale de notre entretien commercial. Il s'intercale précisément entre la phase de découverte/reformulation et le closing : c'est lui qui sert de pivot pour passer des besoins identifiés à la présentation de l'offre adaptée. Il ne s'agissait pas d'un catalogue générique — le support a été pensé pour être sorti au bon moment, sur les bonnes diapositives, en fonction des réponses du client pendant la découverte.

Organisation, contribution et rôle personnel

Ce support a été conçu en binôme avec Colleen. Nous avons travaillé ensemble sur l'architecture globale et le choix des informations à mettre en avant. Pour ma part, je me suis particulièrement impliqué dans la construction des fiches techniques comparatives (diapositive récapitulative Prom 5.5 vs Stan 8) et dans la sélection des arguments à faire ressortir en fonction du profil client ATTIMO, que nous avons anticipé comme orienté luxe et prestige. La mise en page finale a été assurée principalement par Colleen.

Contenu de la trace justifiant l'AC visé

D'abord, le support est structuré selon une logique de progression narrative : on commence par l'identité de MaréeBleue et son positionnement ("Sculpté pour durer"), avant de présenter les modèles individuellement avec leurs arguments propres. Cette progression évite la surcharge d'information et guide le client vers la conclusion naturellement.

Ensuite, chaque modèle est présenté non pas comme une liste de caractéristiques techniques brutes, mais selon une logique bénéfice-client. La diapositive Prom 5.5 met en avant la robustesse et la polyvalence pour une utilisation intensive en location, ce qui correspond précisément aux besoins d'un exploitant de flotte. La diapositive Stan 8, elle, joue sur le registre du prestige et de l'exclusivité ("Une exclusivité ATTIMO conçue pour la haute mer"), ce qui est directement pensé pour correspondre au positionnement haut de gamme d'un client comme ATTIMO.

La diapositive technique comparative finale (Prom 5.5 vs Stan 8) est particulièrement efficace comme OAV : elle permet de poser les deux options côte à côte — dimensions, motorisation, capacité, catégorie CE — pour faciliter la décision du client sans le noyer. C'est exactement le rôle d'un bon outil d'aide à la vente : clarifier, pas complexifier.

Enfin, le fait que le support soit visuellement soigné (identité graphique cohérente, photographies qualitatives, typographie premium) n'est pas anodin : dans la vente de bateaux de luxe, l'image du support renvoie directement à l'image du produit. Un client comme M. Putois, habitué à un univers haut de gamme, ne peut être convaincu que par des outils qui correspondent à son niveau d'exigence esthétique.

Prise de recul et validation

Ce que j'ai compris grâce à cet exercice, c'est qu'un OAV n'est efficace que s'il est utilisé au bon moment et sur les bonnes pages — et pas systématiquement de la première à la dernière. Nous aurions pu être tentés de tout dérouler linéairement, mais la bonne pratique est de piocher dans le support en fonction de ce que le client a exprimé pendant la découverte. Je retiens aussi qu'un support trop chargé aurait nui à la fluidité de l'entretien : ici, la simplicité visuelle était un vrai atout pour maintenir l'attention de M. Putois sur l'essentiel — nos arguments, pas nos diapositives.