

PROGRAMME DE FORMATION

Adapter sa stratégie commerciale aux évolutions des clientèles Groupe

Objectifs de la formation

- Comprendre les évolutions et les attentes de la clientèle groupe dans le secteur touristique
- Identifier les nouvelles opportunités de développement commercial
- Appliquer des stratégies commerciales adaptatives aux besoins changeants de la clientèle groupe
- Élaborer un plan d'action concret pour optimiser la performance commerciale du groupe touristique

Programme

La clientèle groupe dans le secteur touristique est en pleine transformation. Les anciens clients, principalement des autocaristes desservant des publics âgés ou des groupes scolaires, sont de moins en moins présents. À leur place, de plus petits groupes avec des affinités variées émergent, cherchant des expériences plus personnalisées et interactives. Ces groupes ont tendance à organiser leurs voyages de manière moins formelle, ce qui rend leur identification et leur captation plus complexes. Cette évolution remet en question les schémas traditionnels de création et de commercialisation de produits touristiques.

Les structures touristiques et les offices de tourisme doivent donc comprendre les enjeux de ces changements et s'adapter pour proposer des offres attrayantes et innovantes.

La formation vise à fournir aux professionnels les compétences nécessaires pour comprendre ces évolutions, anticiper les besoins changeants de la clientèle groupe, et mettre en place des stratégies commerciales adaptées à ces nouveaux profils de clients.

Module 1 : Analyser les tendances récentes de la clientèle Groupe touristique

- Étude des données démographiques et comportementales de la clientèle groupe et ses attentes
- Repérer les nouvelles tendances de l'activité groupe
- Identifier cette clientèle et ses attentes
- Comprendre les parcours client de ces clientèles
- Impact des avancées technologiques sur la façon de réserver des groupes touristiques

Module 2 : Identifier les nouvelles opportunités de développement commercial

- Exploration des niches de marché (ex : voyages de groupes familiaux, groupes de jeunes, groupes tours, retraités...).
- Analyse des canaux de distribution alternatifs (ex : plateformes en ligne, réseaux sociaux)
- Les partenariats stratégiques pour élargir la clientèle
- Fidéliser ses clients individuels et les inciter à revenir lors d'un prochain séjour en groupe

Module 3 : Appliquer des stratégies commerciales flexibles

- Personnalisation des offres touristiques en fonction des besoins spécifiques des groupes
- Gestion proactive des attentes changeantes des clients
- Adapter et faire évoluer ses produits / services
- Utilisation de la technologie pour surveiller et adapter en temps réel ses stratégies commerciales



Module 4 : Élaborer un plan d'action concret pour le développement commercial

- Création d'un plan stratégique pour l'adaptation aux évolutions de la clientèle groupe
- Mettre en œuvre une démarche de prospection commerciale et se faire référencer
- Mesure de la performance commerciale et indicateurs clés de succès.
- Communication interne et alignement de l'équipe sur les nouvelles stratégies
- Communiquer auprès de cette cible
- Présentation d'études de cas de groupes touristiques ayant réussi à s'adapter aux évolutions de la clientèle
- Analyse des erreurs courantes et des leçons tirées

Module 5 : Conclusion et évaluation

- Conclusion des concepts
- Temps de questions-réponses sur les concepts acquis

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e de commercialisation (groupes)

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Berta CANOVAS, formatrice spécialisée dans la vente et la communication. Elle a travaillé pendant plusieurs années avec plusieurs chaînes hôtelières internationales (Accor, Hilton...) et compagnies hotelières indépendantes.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenante en fonction des objectifs visés : exercices individuels ou collectifs, quizz
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)
14:00 heures