

## PROGRAMME DE FORMATION

### Adapter son développement commercial aux évolutions des clientèles Groupe

#### Objectifs de la formation

- Identifier les attentes des clientèles groupes et leurs processus d'achat
- Construire une offre touristique adaptée aux nouveaux segments des marchés Groupes
- Utiliser les outils adaptés à chaque cible, planifier les actions, analyser les résultats
- Développer ses compétences en matière de prospection commerciale

#### Programme

La clientèle groupe est en pleine mutation. La clientèle historique, composée majoritairement de grands groupes d'autocaristes avec une offre traditionnelle pour des publics âgés ou les groupes scolaires, se fait plus rare, tandis que des groupes plus petits, affinitaires (famille/ amis ou intérêt commun/séminaire d'entreprise) avec une envie de partager une expérience ensemble émergent. Ces clientèles ne passent pas forcément par des intermédiaires pour construire leur séjours, ce qui les rend plus difficile à identifier et à capter.

Les schémas traditionnels du montage et de la commercialisation de produit touristique ne sont plus adaptés. La crise sanitaire actuelle renforce certains besoins et fait émerger de nouvelles tendances et de nouvelles opportunités de reconquérir une clientèle de groupe qui jusqu'alors privilégie les séjours à l'étranger par exemple.

Les structures touristiques et les Offices de tourisme, qui souhaitent adapter ou développer une offre groupe, ont besoin de comprendre ses différentes "composantes", ses attentes, ses fonctionnements.

**A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de construire une offre adaptée aux nouvelles tendances de consommation des clientèles groupe et de la commercialiser.**

#### Module 1 : Panorama des marchés Groupes en 2023 :

- Connaître et/ou mettre à jour ses connaissances des clientèles Groupes et Affaires
- Focus sur différents segments du marché Groupes

#### Module 2 : Quelles offres groupes déployer en 2023 ?

- Savoir développer une analyse critique objective des offres existantes, savoir faire un benchmark
- Développer sa créativité, être capable d'adapter ses propositions aux nouveaux enjeux
- Analyser les contenus des offres du marché à l'aune des nouvelles attentes des groupes
- Se créer une grille de lecture
- Auditer ses propres contenus et identifier les points de progrès
- Réorienter ses propositions en tenant compte des spécificités et des ressources de son territoire

#### Module 3 : Les outils de la communication et de la promotion en tourisme de groupes

- Savoir utiliser les outils de communication adaptés aux différents segments de marché
- Savoir créer des contenus pertinents
- Se créer une "boîte à outils" efficaces pour optimiser les ressources
- Savoir exploiter les résultats des campagnes de communication

**Module 4 : Professionnaliser sa prospection commerciale : savoir utiliser l'outil téléphone et les techniques de prospection, se créer une base de prospect saine et évolutive**

- Focus sur la bonne utilisation de l'outil téléphone en prospection B2B
- Organisation de la prospection commerciale

**Module 5 : Préparer un Plan d'Actions Marketing : être capable d'avoir une vision stratégique et globale et de la mettre en œuvre de façon opérationnelle**

- Identifier les cibles prioritaires, les offres à créer ou adapter, lister les moyens à mettre en œuvre
- Prévoir un "Qui fait Quoi"
- Construire son Plan de Communication

**Méthodes et supports**

- Apports théoriques macro-économiques et techniques marketing
- Echanges d'expériences
- Exercices (Learning By Doing)
- Support pédagogique transmis aux stagiaires

**Public**

Personnel du service groupe des organismes de tourisme

**Prérequis**

Pas de prérequis

**Informations complémentaires**

La formation est animée par Bénédicte LANSIAUX, spécialisée en tourisme groupe et d'affaires

**Modalités d'évaluation (Pré-Formation)**

- Questionnaire de pré-formation en ligne

**Modalités d'évaluation (Post-Formation)**

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quizz, plan d'action, restitution, production de newsletter, quizz final
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

**Durée**

2,00 jour(s)

14:00 heures