

PROGRAMME DE FORMATION

Développer la clientèle affaires sur son territoire

Objectifs de la formation

- Établir un diagnostic de votre activité et évaluer son potentiel sur ce marché face aux attentes des clients
- Identifier ses cibles, les canaux et outils de commercialisation et communication induits
- Identifier les bonnes pratiques pour construire une offre séduisante, la commercialiser et la réaliser

Programme

Auvergne Rhône-Alpes est une destination majeure du tourisme d'affaires en France puisqu'elle arrive en seconde position derrière Paris-Ile de France. Ce tourisme d'affaires représente de sérieux avantages pour les territoires et ses professionnels : dépenses supérieures des clients vs touristes de loisirs, séjours en ailes de saison, vivier de nouvelles clientèles.

Pour autant, il est impératif de concevoir une offre adaptée, intégrant la dimension BtoB et de mettre en place une stratégie commerciale et opérationnelle dédiée.

Module 1 : Le marché

- Le cadre du MICE
- Pourquoi se positionner
- Ses acteurs : clients directs (consommateur final, commanditaire) et prescripteurs
- Les tendances en 2024

Module 2 : Rendu de l'étude Tourisme d'Affaires en région Auvergne-Rhône-Alpes

- Présentation par Christelle LEPOUTRE chargée d'Études, enquêtes et analyses au sein d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Module 3 : Construire une stratégie spécifique et adaptée à ce marché

- Établir le diagnostic de son offre et de son territoire à partir des exigences clients (complété par l'analyse effectuée par le formateur en amont)
- En déduire son positionnement MICE, les cibles à privilégier, les structures aptes à répondre aux exigences de cette clientèle (immédiatement ou présentant un potentiel)
- Présentation des canaux de commercialisation/communication standards et digitaux : leurs avantages et pré requis

Module 4 : Prospecter et fidéliser

- Structurer son organisation pour répondre aux exigences de clients professionnels
Rédiger sa proposition de valeur (1 par cible) pour se démarquer de sa concurrence, être identifié et convaincre
- Utiliser les outils indispensables et facilitateurs pour construire son offre : fiches produits expérientiels, matrices pour fixer le prix de vente et la marge prévisionnelle, rédaction d'un argumentaire spécifique, évaluations et suivi client pour fidéliser
- Savoir accueillir et coordonner son événement : les règles fondamentales selon les acteurs, les bonnes pratiques pour privilégier l'expérience client à toutes les étapes

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Atelier individuel et de co-développement
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e de développement clientèle affaires

Prérequis

Pas de prérequis

Matériel nécessaire :

Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette

Document nécessaire :

Disposer des documents utiles types fiches produits, flyers, catalogue...

Informations complémentaires

La formation est dispensé par Gilles BOURGEOIS, formateur et consultant spécialisé en évènementiel BtoB et sportif et développement des ventes.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant en fonction des objectifs visés des quizz et des exercices sous forme de rédaction
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

(Données 2024 - 4 avis)

- **Satisfaction générale** : 100% de satisfaction (75% très satisfaits et 25% satisfaits)
- **Recommandations** : 100% des stagiaires recommandent cette formation

Durée

2.00 jour(s)

14:00 heures

