

PROGRAMME DE FORMATION

Développer la clientèle des résidents et la clientèle de proximité

Objectifs de la formation

- Comprendre les opportunités de marché offertes par le tourisme de proximité
- Identifier les différents types de clientèles de proximité, pour comprendre leurs attentes et besoins spécifiques
- Créer et ajuster son offre pour séduire les clientèles de proximité
- Construire une stratégie pour capter et fidéliser les clientèles de proximité, grâce à une communication ciblée

Programme

Les résidents (principaux et secondaires) suscitent de plus en plus l'intérêt des professionnels du tourisme. En effet, pour peu qu'on sache le surprendre et lui offrir une prestation de qualité, le « locatouriste » est facile à fidéliser et ce, tout au long de l'année. Mais il nécessite que l'on s'adresse à lui de façon ciblée, avec des prestations et une communication adaptée, et parfois même un tarif spécifique.

Au-delà de la consommation de prestations de loisirs voire de courts séjours, les locaux contribuent à l'ambiance et à l'animation du territoire. Greeters et acteurs de la vie associative constituent des partenaires de choix au service de la Destination. Enfin ils s'avèrent souvent être de formidables ambassadeurs au sein de leur communauté et sur les réseaux sociaux.

Autant de raisons qui justifient sérieusement l'intérêt d'intégrer les habitants et clientèles de proximité dans sa stratégie de développement touristique !

Module 1 : Comprendre les opportunités de marché offertes par le Tourisme de Proximité

- Pourquoi s'intéresser au Tourisme de Proximité
- Un contexte favorable : tendances et crise sanitaire
- Le marché du Tourisme de Proximité

Module 2 : Identifier les différents types de clientèles de proximité pour comprendre leurs attentes et besoins spécifiques

- Les clientèles de proximité et leurs spécificités
- Les pré-requis pour travailler avec les clientèles de proximité
- Faire son autodiagnostic et définir ses priorités

Module 3 : Créer et ajuster son offre pour séduire les clientèles de proximité

- Définir une proposition de valeur adaptée aux clientèles de proximité
- Innover grâce au Tourisme Expérientiel
- S'initier au design pour séduire les clientèles de proximité

Module 4 : Capter et fidéliser les clientèles de proximité grâce à une communication ciblée

- Communiquer de façon efficace en fonction de ses cibles
- Créer du lien avec les habitants pour en faire des ambassadeurs
- Définir son plan d'action et ses priorités

Méthodes et supports



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache, 69002, LYON
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / contact@trajectoires-tourisme.com
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z - Activité enregistrée sous le n° 84 691 487
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas
agrément de l'Etat

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Exercice en groupe et sous-groupes
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Conseiller.e en séjour en office de tourisme

Prérequis

Pas de pré-requis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Françoise SCHMITT, formatrice et consultante spécialisée en stratégie marketing notamment en slow tourisme.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quizz, jeux de rôle et étude de cas
- 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

