

PROGRAMME DE FORMATION

Mobiliser les socio-pros au sein de son office de tourisme

Objectifs de la formation

- Présenter une offre packagée et marketée pour les socio-pros
- Choisir les actions à mener pour rendre son offre visible
- Déterminer le volume et la fréquence de ses actions commerciales (prospection et fidélisation)

Programme

Beaucoup de professionnels se posent la question de poursuivre leur adhésion à leur office de tourisme, au vu de tous les canaux de diffusion possibles à disposition de la clientèle. Dans ce contexte, l'office de tourisme doit se positionner comme un véritable prestataire de service incontournable.

Avec des équipes plus importantes depuis les regroupements et de vraies compétences dans chacun des métiers, l'OT doit impérativement être en mesure d'assurer les accompagnements numériques, les prestations photo/vidéo, la commercialisation de produits packagés, la vente/résa en ligne ...

celui-ci devra développer et commercialiser son offre sous forme de « packs » (*produits packagés*), de façon à développer encore plus de ressources pour sa structure.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer une gamme de produits packagés attractive à destination des acteurs touristiques.

Module 1 : Concrétisation de l'ambition de mon OT en plan d'action commercial

- Présentation de la notion de gestion des flux
- Processus et étapes à prendre en compte : génération, traitement, suivi des flux
- Comment sont gérés les flux de ma structure (vis à vis des professionnels) ?
- Comment traiter les flux pour plus d'efficacité ?
- Plan de visibilité

Module 2 : Système de prospection et de communication

- Les différents systèmes de prospection
- Du porte à porte au phoning en passant par les réseaux sociaux, quel est le système le plus adéquat pour atteindre les socio-pros ?
- Comment choisir le ou les systèmes de prospection qui me correspondent ?
- Exercices pratiques sur les principaux systèmes de prospection choisis par les participants

Module 3 : Elaboration de mon propre plan d'action commercial au regard de la vision de mon OT

- Les objectifs : comment obtenir un résultat à la hauteur de mes ambitions ?
- Les choix de secteur, de cible et de stratégie tarifaire : A qui vendre et où ?
- La tactique: quels moyens et comment s'y prendre ?

Module 4 : Atelier de co-développement

- Prendre du recul sur un plan structurel et postural pour déterminer la meilleure façon de répondre à mes enjeux
- Partager et s'enrichir mutuellement



Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Mise en pratique
- Atelier de co-développement
- Supports pédagogiques transmis aux stagiaires : fiches de synthèse détaillant les thématiques abordées

Public

Personnel d'un office de tourisme

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

Cette formation est dispensée par Julien BAFOIN , consultant et formateur en développement commercial durable, intervient dans le secteur du tourisme depuis plus de 10 ans

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant en fonction des objectifs visés via des exercices (pitches et plans d'actions)
- 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

