

Formation semestre 1- L'office de tourisme au service des socioprofessionnels (développer de nouveaux services et être plus proche des prestataires)

Pyrénées-Orientales

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

12 mars, 13 mars 2020 (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Tarif de la formation :

400 € net de taxes

Personnels en charge des relations avec les socio-professionnels

Objectifs

Dans le contexte touristique actuel, l'Office de Tourisme a parfois du mal à faire comprendre son utilité et ses missions auprès des prestataires et donc à valoriser ses services auprès d'eux. Trouver de nouveaux partenaires et leur vendre des services n'est pas simple.

Pour séduire les partenaires potentiels avec des packs de services et générer davantage de retombées économiques, l'Office de Tourisme doit :

Apprendre à mieux valoriser ses services existants

Être à l'écoute de ses prestataires pour leur proposer des services qui répondent à leurs besoins

A l'issue de la formation, les participants auront acquis les savoir, savoir-faire et/ou savoir-être suivants :

Identifier les services à offrir aux socioprofessionnels

Comprendre la nécessité de valoriser les services offerts aux prestataires

Comprendre l'intérêt de proposer des packs de services différenciés pour les prestataires

Savoir comment concevoir des packs

Pré-requis

Nécessité de pouvoir travailler en situation réelle : nous recommandons aux participants de venir avec un ordinateur portable et leur propre smartphone, pour une mise en pratique optimale.

Intervenants

Sébastien Gonzalez, envoi Digital

Accompagnement du site Micropolis pour concevoir des contenus web expérientiels et améliorer les messages postés sur les réseaux sociaux. Vision précise de la manière de valoriser un site ou une destination par la photo et la vidéo, en mixant les prises de vue, l'humain, l'offre touristique et en prenant de la hauteur.

Tarif de la formation :

400 € net de taxes

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :
76340953834

Salariés de droit privé des organismes du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS !

Contenu de la formation

Plan d'actions :

Le marketing de services, ou comment proposer du service marketé à mes prestataires
Valoriser l'Office de Tourisme et ses services, pour quoi faire ?
Savoir identifier les services de l'Office de Tourisme
Savoir créer des nouveaux services proposés par l'Office de Tourisme
Valoriser les services de l'Office de Tourisme
Intégrer ses services dans des packs de services
Elaborer son guide du partenaire
Définir les atouts / points forts de ses services
Savoir « vendre » ses packs de services et argumenter à l'écrit
Savoir pitcher ses packs de services et donner envie à des partenaires potentiels d'adhérer à l'Office de Tourisme

Contenu plus détaillé :

Tour d'horizon des services proposés par l'Office de Tourisme
Le prestataire est en quête de services... oui mais lesquels ? Réassurance, infos techniques, veille, infos métier, numérique, spécial investisseur...
Service basique et service premium, quelle différence ?
Comment créer de nouveaux services attrayants pour ses partenaires ?
Qui dit nouveaux services, dit nouveaux partenaires. Comment renouveler ses partenaires et en attirer des nouveaux ?
Lister l'ensemble de ses services et trouver les points forts / points faibles de chacun
Comment concevoir des services premium pour ses prestataires ?
Mise à plat et hiérarchisation des services proposés par l'Office de Tourisme
Tour de table pour se nourrir des services proposés par les autres Offices de Tourisme
Exemples et bonnes pratiques
Comment réussir à valoriser l'ensemble de ses services ?
D'un service en one shot à un service intégré et packagé, il n'y a qu'un pas

Concevoir des services à tiroir et créer le besoin chez son partenaire
Attirer de nouveaux partenaires grâce à ses services
La création de packs de services
Les différents niveaux de packs
Les formules gratuites, starter, premium et VIP : un éventail de services à marketer pour valoriser l'Office de Tourisme
Mettre en forme ses services et packs de services dans un guide du partenaire
Réaliser le chemin de fer de son guide du partenaire
Intégrer ses services dans son site Internet ou son site pro
Comment promouvoir ses services
Argumenter et coucher sur le papier les avantages et avantages concurrentiels de ses services
Trouver les bons mots et les bons arguments pour « vendre » ses services
Connaître les différents types de partenaires existants ou futurs partenaires pour savoir comment les toucher / sensibiliser.
Quel comportement avoir face à chaque attitude de partenaire
Savoir pitcher ses services à destination des partenaires

- **Nombre de personnes** : 15
- **Code action** : 23011