

Formation semestre 1- La fonction commerciale du Conseil en Séjour, du conseil à la vente

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

28 mai, 4 juin 2020 (Nombre total d'heures de formation : 14) 29 mai, 5 juin 2020 (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Tarif de la formation :

330 € Net de taxes

Conseillers en séjours

Objectifs

S'approprier la fonction commerciale du métier de conseiller en séjours

Booster la performance commerciale des conseillers en séjours
Connaître les techniques de vente appliquées à l'Office de tourisme

Discerner les besoins et les motivations des différents types de visiteurs par une écoute active et empathique

Réaliser des outils d'aide à la vente et préparer ses argumentaires

Savoir transformer l'acte de conseil en acte de vente directe ou indirecte

Pré-requis

Aimer travailler avec et pour les collègues, les touristes, les partenaires. Venir également avec des cas spécifiques, des problèmes rencontrés non résolus ou ayant provoqués des blocages, etc...

Intervenants

Emmanuel MOREIRA, Amplifiez

Expériences du management intergénérationnel complexe, de la conduite de divers types de réunions, de la vente ainsi que la négociation

Tarif de la formation :

330 € 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

Contenu

La fonction commerciale pour vendre des services ou des produits.

Les enjeux pour les OT ?

Comment vais-je y arriver moi aussi ?

Savoir structurer et monter les argumentaires spécifiques à chaque vente pour s'approprier les services et les produits et faire des sketches.

Savoir accueillir le client, découvrir son approche et son style d'achat, pour adapter la découverte à ses besoins, en posant les bonnes questions ouvertes.

Adapter ensuite son argumentation à chaque client, avec des ventes additionnelles, traiter les objections et conclure.

Principales étapes d'intervention :

Prioriser les produits, les services à mettre en avant.

Déterminer les C.A.P. (Caractéristiques – Avantages – Produits) pour monter les argumentaires, EN FONCTION des profils d'achat des clients. Les simuler et les corriger après avoir réalisé des sketches avec les CS.

La prise de contact. Les premières questions à poser au client pour découvrir : son approche – son style d'achat – sa motivation d'achat.

Maîtriser le questionnement efficace pour cerner les besoins et les envies.

Adapter l'argumentation aux attentes, développer le C.A.P. propre à chaque profil d'achat déterminé.

Amorcer les ventes additionnelles, traiter les objections en récupérant des informations supplémentaires, amener le client à la conclusion. Comment, en s'appuyant sur les signes d'achat, provoquer une première conclusion ?

Fidéliser le client

- **Nombre de personnes** : 12
- **Code action** : 23025-1