

Formation semestre 1 : Comment booster sa commercialisation par l'élaboration de produits adaptés au marché et élaborer une communication percutante ?

Montpellier

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

27 février, 28 février 2020 (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Tarif de la formation :

530 € net de taxes

Personnel en charge de la commercialisation ou de la conception de produit au sein de toute structure et filiale?re touristique Occitanie.

Objectifs

Objectifs généraux :

- Savoir développer son CA (et sa marge),
- Soit directement pour le Territoire, l'OT en production,
- Soit en mobilisant son réseau local de socio-pro
- Le tout dans un objectif adapté et concret à votre structure pour sa commercialisation

Objectifs liés à son organisation au sein de l'OT :

- Acquérir les sensibilités propres au commercial et la connaissance des outils existants y compris les aspects réglementation
- Savoir mettre en place un plan d'actions commercial adapté à son marché (ou à ses marchés cibles) avec une vue globale des contraintes et des objectifs

Objectifs liés à la commercialisation effective :

- Savoir détecter les attentes de ses marchés et y répondre par des offres innovantes
- Cibler et mettre en œuvre le plan d'actions commercial

Pré-requis

Matériel stagiaire à amener : Pc portable

Pre?requis : Agre?ment Tourisme Atout France

Toute structure de?sireuse de commercialiser des offres package?es rentre dans le cadre re?glementaire. En conse?quence votre structure doit disposer d'un nume?ro d'agre?ment Atout France « ope?rateur de voyages ». Ou bien vous devez avoir l'objectif de le demander (une aide pour ce faire pourra vous e?tes apporte?e lors de la formation).

Temps de préparation amont : il fait partie du parcours de formation.

Sur le plan pratique, un échange préalable sera organisé entre vous et les deux intervenants du Cabinet SIFG pour appréhender :

L'Attente du participant

Son projet en relation avec la formation : faire émerger votre choix de futures actions dans le but de booster votre CA. La formation est opérationnelle, elle doit se traduire à son issue par des réalisations concrètes.

Ce futur « axe commercial » pour votre structure, sera support du cas concret qui sera traité et réalisé lors de la 2^{eme} journée de la formation.

Intervenants

Didier MARCEILLAC & Didier ANDRIEU, SAS SLOT IN FRANCE

Professionnels du Tourisme Receptif dotés d'une expérience de plus de trente ans dans le secteur privé. Ils maîtrisent et transfèrent au cours de la formation, les tendances du marché et tous les aspects techniques de la Production et de la Commercialisation.

Tarif de la formation :

530 € TTC 530 € 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

Jour 1 :

Définition d'une stratégie « offres commerciales »

Préciser les moyens organisationnels du « métier »

Mettre en phase l'offre du territoire et les cibles, selon diverses thématiques MICE, SEJOURS EN ETOILES, SEJOURS ACTIVITES, EVENEMENTIEL, etc... Tenir compte de l'accessibilité de sa destination

Décider d'agir pour soit même, l'OT, ou au travers des socio-pro. Partenariats prestataires/fournisseurs. L'activité commerciale doit se concevoir dans une juste répartition des rôles entre l'OT (mise en musique) et les principaux prestataires touristiques locaux concernés

Bâtir un « Plan de Production », mettre en face « l'offre » et les moyens à engager sur le plan commercial, évaluer ce qui est en BtoB (partenariats distributeurs/coût de distribution) ou en BtoC (intégrer le cas échéant les événements importants qui existent sur votre territoire)

Réglementation du volet commercialisation : être en règle, mentions légales, offres préalables, contrat de voyages... et pratique des assurances optionnelles (*remise d'un dossier support complet*). Mise en place des lois

RGPD pour votre commercial (remise d'un document support)

La relation contractuelle avec vos prestataires (uniquement pour le volet commercialisation)

Etudier pour la Production, l'organisation et les besoins d'outils de back-office (contrat client, calcul de prix, voucher, facture client, facture fournisseur et comptabilité, marge par dossier...)

Etat d'esprit du commercial, être « opportuniste » tenant compte de la notoriété et des fréquentations touristiques générales du territoire

Communiquer : voire les outils supports nécessaires (nouveaux outils) pour la commercialisation et la communication (fiches-produit, emailing, fichier, prospection, présence salons, etc...). *En matière de commercialisation le site web existant est-il efficace ?*

Réfléchir à la création d'un outil de qualification des demandes sachant que des offres figées sont rarement vendues en l'état, aborder le principe des forfaits dynamiques (*présentation d'un outil conducteur « demande client Groupe »*)

Se convaincre que le commercial impose du phoning et d'avoir aussi un état d'esprit vendeur. Comment passer des accords et motiver des distributeurs ou des transporteurs

Vous présentez vos offres et publications commerciales actuelles (introduction à la journée 2)

Jour 2 :

Créer et lancer la réalisation de votre offre commerciale, tous ces points sont traités sur la base de votre propre cas concret

Un outil support personnalisé se remplit de manière détaillée au fur et à mesure de cette journée : mon offre / la demande / mes actions

Définition de votre offre commerciale : format, contenu, prix (outil de calcul de prix des forfaits)

Ciblage client, principes de présentation « accroche client » contenus forts, « offres pépites », tourisme expérientiel, comment attirer l'attention de l'organisateur (BtoB) ou du client (BtoC).

Dans le « plan de Production », fixer un budget de dépenses et de recettes, pour votre cas, ce dernier recouvrant une partie « objectifs » (nombre de clients, CA et marge)

Présenter vos offres suggérées en « prix à partir de ... » ou directement tarifées, avec une date butoir et selon la saisonnalité de vos offres, ainsi que la pratique de remises et commissions pour les distributeurs

Communiquer rationnellement et Commercialiser : sélectionner des fichiers et contacts disponibles et le moyen de les actionner (leur coût) tenant compte de ce qui existe déjà chez vous. Présence produit sur salons BTC et ou BTB

Choix du/des canal(aux) de distribution correspondant à votre offre commerciale

- **Nombre de personnes** : 12
- **Code action** : 23018