

2021 (sociopro) – La GRC en période de crise sanitaire et le renforcement de sa relation commerciale

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours (4 1/2 journées)

Date(s) :

6 mai, 7 mai les matins et 10 mai, 11 mai les après-midis (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Hébergeurs

Tarif de la formation :

Gratuit

Coût de 420 € net de taxes (base de 6 participants) pris en charge par le CRTL

Objectifs

- Identifier les attentes clients et les enjeux pour vos entreprises
- Identifier les actions (supports, outils, messages, offres spécifiques) pour optimiser la relation client avant – pendant – après le séjour
- Formaliser un plan d'actions à court et moyen terme pour développer ses actions de relation client et fidéliser ses clientèles

Pré-requis

Une connaissance de l'ensemble des actions de promotion, communication, relation client déjà réalisé dans l'office de tourisme

Matériel stagiaire :

Moyens techniques indispensables pour la formation : Une bonne connexion Internet ainsi qu'un ordinateur avec un navigateur internet à jour (préférence Google Chrome ou Firefox), un micro et une caméra intégré ou webcam

Intervenants

Françoise Clermont, Comanaging

Une formatrice avec une expérience opérationnelle de la gestion de la relation client & un grand nombre de formations réalisées dans ce secteur.

Contenu de la formation

Classe virtuelle 1 – 3 h 30 – Les attentes clients et les enjeux et défis pour les entreprises, la pierre angulaire des fichiers clients

Les attentes clients & les nouvelles pratiques des consommateurs dans le contexte actuel : importance du relationnel

Rappel des fondamentaux de la GRC : personnalisation, confiance, bienveillance, le cycle avant- pendant – après le séjour – Atelier en mini-groupes : Quelles évolutions constatées en matière de relations client la saison dernière ?

Les enjeux et défis pour vos entreprises – Atelier collectif

Collecter de manière éthique & légale (RGPD) / Construire et gérer sa base

Les outils simples d'emailings et les outils GRC à votre disposition (selon les activités du tourisme) / Qualifier les contacts pour pouvoir segmenter et fidéliser

Atelier individuel Plan d'actions : 2 à 3 pistes d'actions pour ma base prospects & clients (la collecte, la gestion, l'exploitation)

Classe virtuelle 2 – 3 h 30 – La relation client & le conseil avant le séjour : séduire, convaincre, rassurer et vendre

Soigner la relation client dès la phase de recherche : qualité de ma présence web (site et plateformes de mise en relation), inspiration & rassurance du client = textes et visuels) – Illustration avec des exemples

Atelier en mini-groupes : partage d'expériences concernant la présence web et la rassurance des clients/ Atelier individuel Plan d'actions : 2 à 3 pistes d'actions pour améliorer ma présence web

Faciliter le contact en multicanal : ex. visibilité des modes de contact / Faciliter la réservation : sécurisation du client, flexibilité des conditions d'annulation / Développement des messageries Illustrations avec des exemples

Adapter ses messages d'envoi d'informations avant-séjour : contenus des messages & notion de « marketing automation »

Atelier en mini-groupes : partage d'expériences, identification de pistes d'actions avant-séjour – Mise en commun / Atelier individuel Plan d'actions : 2 à 3 pistes d'actions pour améliorer la relation client avant-séjour

Classe virtuelle 3 – 3 h 30 – La relation client pendant et post-séjour : satisfaire et optimiser l'expérience client, remercier et impliquer

Importance de l'accueil / Les messages pendant le séjour : importance du feed-back à chaud / Les applications de séjour / Le conseil personnalisé et le travail en réseau

Impliquer le client : intérêt des réseaux sociaux, susciter le partage

Atelier en mini-groupes : partage d'expériences concernant la relation client pendant le séjour

Moment du départ : penser à matérialiser le souvenir du séjour, susciter les avis / Le post-séjour immédiat : remercier, susciter les avis clients et les gérer – Illustrations avec des exemples

Atelier individuel Plan d'actions : 2 à 3 pistes d'actions pour améliorer la relation client avant-séjour

Classe virtuelle 4 – 3 h 30 – La relation client après le séjour : fidéliser (entretenir la relation), et donner envie de revenir

Entretenir le lien via les newsletters et emailings : bonnes pratiques & clés de réussite (l'objet, les offres et contenu du message) – Atelier en mini-groupes : analyse critique de newsletters et emailings – Mise en commun

Planifier ses messages sur l'année : bâtir son planning annuel (les « marronniers », les événements locaux)

Atelier individuel : réalisation de son plan d'emailing sur l'année / Finalisation de ses pistes d'action à mettre en

Méthode pédagogique et évaluation

- Une formatrice avec une expérience opérationnelle de la gestion de la relation client & un grand nombre de formations réalisées dans ce secteur.
Une formation très interactive avec de nombreux exemples en illustration, partage d'expériences et ateliers de travail en mini-groupes et collectif
Les participants repartent avec des pistes opérationnelles d'actions pour optimiser leur relation client applicables immédiatement.
Outil de veille partagée sur Padlet sur actions de relation client dans le tourisme (disponible pour les participants pendant une durée d'un an après la formation)
- Questionnaire préalable portant sur connaissances et pratiques actuelles, formations déjà suivies, projets dans les 6 mois, objectifs de la formation, questions particulières
- Questionnaire portant sur le déroulé de la formation, les contenus de la formation, le formateur, l'organisation, notation de la satisfaction, niveau de recommandation, points à améliorer et points forts de la formation
- Evaluation des acquis

● **Nombre de personnes** : 15

● **Code action** : 25012-2