

PROGRAMME DE FORMATION

Jouer la carte des clientèles de proximité

Objectifs de la formation

- Construire un plan d'action commercial spécifique aux résidents
- Permettre aux locaux d'être des prescripteurs efficaces de la destination
- Identifier des moyens d'atténuer la saisonnalité de son activité grâce aux locaux

Programme

Jour 1 (matin)

Cadre de la formation (objectif, programme, méthode pédagogique, logistique).
Mise en mouvement bienveillante du groupe grâce à la notion d'orientation client.

- Savoir présenter aux résidents leur territoire.

Module 1 : Intégrer la clientèle de proximité dans la stratégie commerciale globale :

Objectif :

- Avoir une vision juste de son mode de fonctionnement et des attentes des résidents
- Déterminer les axes de développement vis-à-vis des locaux

Contenu :

- Le lien avec la vision, les valeurs, l'ambition
 - Slow tourisme
 - Local (empreinte écologique)
 - Économique (moins de frais de déplacement)
- Présentation de la notion de gestion des flux :
 1. Génération / Obtenir davantage de demandes de qualité
 2. Traitement / Améliorer les taux de transformation et le temps passé
 3. Suivi des flux / booster la fidélisation et la prescription
- Analyse du mode de fonctionnement actuel des structures vis-à-vis des résidents
- Estimation du potentiel de cette cible

Jour 1 (après-midi)

Module 2 : Segmentation de la clientèle « résidents »

Objectif :

- Prendre en compte les différents types de locaux
- Matérialiser le bénéficiaire client de ces cibles
- Structurer son offre pour les résidents

Contenu :

- Définition de la clientèle de proximité
 - Par type de cible
 - Par zone géographique
- Offre
 - Générale
 - Spécifique pour les résidents
 - Récurrente !

Débrief de la journée et choix des actions prioritaires à mettre en œuvre.

Jour 2 (matin)

Module 3 : Plan de communication

Objectif :

- Être visible des locaux
- Générer des appels, visites, demandes

Contenu :

- Les éléments du plan de communication :
 - Les objectifs : Comment dimensionner ma communication ?
 - Les choix (secteur, cible) : A qui dois-je m'adresser ?
 - Les systèmes de communication : Comment mes produits et services deviennent visibles pour mes cibles ?
- Les différents canaux de communication :
 - OFF line et/ou ON line, quels sont le ou les systèmes de communication les plus performants pour toucher les locaux ?
 - Les différences et spécificités entre outils d'aide à la vente et systèmes de génération de flux.
- Plan de fidélisation
 - Valider la satisfaction clients
 - Rester visible pour permettre au résident de devenir un consommateur régulier et un ambassadeur

Jour 2 (après-midi)

Module 4 : Atelier de co-développement

Objectif :

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

Contenu :

- Chaque participant propose une thématique/situation personnelle liée au sujet de la formation. Cette thématique est traitée par les participants et l'intervenant qui est aussi garant du processus mis en œuvre. Chacun repart avec différentes options qui répondent à ses enjeux du moment. Cet ensemble fonctionne sur la base d'un processus de relations « paritaires » entre participants. Dans ce cadre, au même titre que l'intervenant, les participants ont un rôle multiple. Ils sont à la fois consultants, formateurs, coaches et experts. Ce processus vise à créer et à stimuler une intelligence collective qui viendra enrichir l'ensemble des participants au sein du groupe.

Débrief de la formation et choix des actions prioritaires à mettre en œuvre.

Méthodes et supports

Méthode pédagogique :

Pendant la formation :

- Travail sur 2 axes : Structuration des processus et mise en mouvement par l'individu
- Apports théoriques de fondamentaux avec approche métaphorique
- Mise en situations et entraînement avec travail évolutif à partir de situations concrètes
- Atelier de co-développement avec processus de stimulation de l'intelligence collective
- Prise de conscience par le jeu et le questionnement

Après la formation :

- Mise en pratique sur le terrain avec objectifs précis entre et/ou après chaque module de formation
- Supervision téléphonique de l'apprentissage sur le terrain pendant 1 mois après la formation

Outils et supports remis aux stagiaires :

Le participant reçoit, à la fin de la formation, des fiches de synthèse détaillant les thématiques abordées sur la journée.

Chaque thématique comporte une ou plusieurs fiches « mémo » qui reprend les éléments expliqués lors de la journée de formation.

L'ensemble de ces fiches reprend le processus complet de commercialisation.

Ces fiches mémo sont développées spécifiquement de manière simple et métaphoriques : elles permettent une compréhension facile et un rappel aisé des notions abordées en formation.

Évaluation :

Objectifs de l'évaluation :

- Mesurer la montée en compétences
- Valoriser le parcours individuel

Modalités de l'évaluation : à la fin de la formation

Public

Toute personne en charge des clientèles et de la commercialisation, au sein de toute structure touristique.

Prérequis

Aucun pré-requis

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures