

## PROGRAMME DE FORMATION

### Mobiliser les socio pros au sein de son OT

#### Objectifs de la formation

- Présenter une offre packagée et marketée pour les socio-pros
- Choisir les actions à mener pour rendre son offre visible
- Déterminer le volume et la fréquence de ses actions commerciales (prospection et fidélisation)

#### Programme

Beaucoup de professionnels se posent la question de poursuivre leur adhésion à leur office de tourisme, au vu de tous les canaux de diffusion possibles à disposition de la clientèle. Dans ce contexte, l'office de tourisme doit se positionner comme un véritable prestataire de service incontournable.

Avec des équipes plus importantes depuis les regroupements et de vraies compétences dans chacun des métiers, l'OT doit impérativement être en mesure d'assurer les accompagnements numériques, les prestations photo/vidéo, la commercialisation de produits packagés, la vente/résa en ligne ...

Il devra développer et commercialiser son offre sous forme de « packs » (*produits packagés*), de façon à développer encore plus de ressources pour sa structure.

**À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer une gamme de produits packagés attractive à destination de ses acteurs touristiques.**

#### Module 1 : Concrétisation de l'ambition de mon OT en plan d'action commercial

- Avoir une stratégie à la hauteur de mes ambitions
- Présentation de la notion de gestion des flux
- Processus et étapes à prendre en compte : génération, traitement, suivi des flux
- Comment sont gérés les flux de ma structure (vis à vis des professionnels) ?
- Comment traiter les flux pour plus d'efficacité ?
- Plan de visibilité

#### Module 2 : Système de prospection et de communication

- Connaître et choisir mes systèmes de prospection
- Les différents systèmes de prospection
- Du porte à porte au phoning en passant par les réseaux sociaux, quel est le système le plus adéquat pour atteindre les socio-pros ?
- Comment choisir le ou les systèmes de prospection qui me correspondent ?
- Exercices pratiques sur les principaux systèmes de prospection choisis par les participants

#### Module 3 : Elaboration de mon propre plan d'action commercial au regard de la vision de mon OT

- Passer de la théorie à la pratique



- Les objectifs : comment obtenir un résultat à la hauteur de mes ambitions ?
- Les choix : secteur, cible, stratégie de prix : A qui vendre et où ?
- La tactique (les moyens : comment s'y prendre ?)

#### **Module 4 : Atelier de co-développement**

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

#### **Méthodes et supports**

Mise en pratique sur le terrain avec objectifs précis entre et/ou après chaque module de formation.

A la fin de la formation, les apprenants reçoivent des fiches de synthèses détaillant les thématiques abordées.

#### **Public**

Personnel d'un office de tourisme

#### **Prérequis**

Aucun prérequis

#### **Informations complémentaires**

Cette formation est dispensée par Julien BAFOIN ou Fabien ROSSIAUD, consultants et formateurs en développement commercial durable, ils interviennent dans le secteur du tourisme depuis 10 ans principalement en Auvergne Rhone Alpes et également en France Dom Tom compris.

La vision des formateurs fait écho au secteur du tourisme notamment via ses 3 fondements :

- Avoir l'intention véritable de servir le client
- Aligner sa vision de développement avec son offre
- Donner la bonne visibilité à son offre

#### **Modalités d'évaluation (Pré-Formation)**

Questionnaire de positionnement et recueil des besoins

#### **Modalités d'évaluation (Post-Formation)**

Questionnaire de satisfaction de la formation

Evaluation des acquis individuels

Formation sanctionnée par une attestation de formation

Supervision téléphonique de l'apprentissage sur le terrain pendant 1 mois après la formation

#### **Durée**

2,00 jour(s)

14:00 heures