Commercialisation des activités de loisirs : Quelle(s) stratégie(s) pour les destinations ?

2 jours 14,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 30/03/2026

Objectifs de la formation

- **Comprendre le contexte actuel de la distribution des activités de loisirs et développer ses connaissances sur les problématiques de commercialisation des prestataires d'activités et sites touristiques.**
- **Connaître et comprendre les leviers prioritaires qui permettent aux prestataires d'activités et sites touristiques de vendre davantage.**
- **Comprendre les stratégies de commercialisation institutionnelles possibles concernant les activités de loisirs (avantages et inconvénients des différentes possibilités) afin d'être en mesure de définir ou redéfinir sa stratégie.**

Programme de la formation

Introduction du sujet :

Point sur les pratiques de réservation des activités de loisirs.

État des lieux de la situation en matière de e-distribution des activités de loisirs :

- Focus sur Tripadvisor (viator), GetYourGuide vs Francebillet, Ticketmaster et Digitick.
- Focus sur Airbnb Expérience.
- Focus sur Booking.

- Focus sur les autres OTA "Activités".
- Focus sur Alentour.
- Focus sur Google "Things to Do" et ses dernières évolutions.

Les points clés pour développer ses ventes coté prestataire d'activités/site touristique :
Les fondamentaux marketing et techniques pour vendre en ligne.
- Focus sur les bases marketing et la nécessité d'être centré sur l'expérience client.
- Focus sur les solutions de vente et les solutions d'encaissement en ligne du marché.

Les leviers d'actions qui permettent de développer ses ventes :
- Focus sur les leviers prioritaires à mettre en œuvre, coté prestataire d'activités/site touristique (exemples de bonnes pratiques pour chaque levier).

Focus sur la position « stratégique » des hébergeurs et des acteurs institutionnels en matière de commercialisation des loisirs.

Focus sur les modèles possibles en matière de commercialisation des activités loisirs :
Place de marché vs centrale de réservation vs simple intermédiation ?
- Billetterie vs activités ?
- Ventes en ligne vs ventes physiques ?
- Offre forfaitisée (Pass, Package, etc.) vs offre sèche ?

Problématiques et facteurs clés de réussite des différents schémas possibles.

Benchmark de destinations engagées dans la commercialisation des activités.
- Benchmark de dispositifs sur un modèle « vendeur » orienté « activités ».
- Benchmark de dispositifs de « place de marché » (hébergement & activités).
- Benchmark de dispositifs de « place de marché » (activités).
- Benchmark de dispositifs visant à accompagner et professionnaliser les prestataires touristiques sur leur propre distribution.
- Benchmark de destinations qui font le choix de se positionner en apporteur de trafic qualifié pour les prestataires touristique sans intervenir sur des technologies de vente.

Focus sur les outils de vente « activités et/ou billetterie » pertinents pour les acteurs institutionnels en fonction de leurs choix stratégiques :
Mise à disposition d'un comparatif des principales solutions de réservation.
Explications des points clés d'analyse *(capacité à fonctionner en mode place de marché, fonction de Channel Manager, fonction caisse, fonction revendeur, modalités de contrôle d'accès, etc.).*

Échanges avec participants sur les stratégies possibles.

Exercices de validation de l'atteinte des objectifs de la formation *(quizz).*

PUBLIC VISÉ

- Responsable centrale de réservation/place de marché
- Direction
- Agent de réservation
- Chargé de développement
- Responsable "filière"
- Conseiller en séjour
- Responsable Accueil
- Responsable Marketing/Com

PRÉREQUIS

- Appartenir à une structure institutionnelle (OT, ADT, collectivités, etc.) qui projette ou qui est déjà engagée dans la commercialisation des activités de sa destination.
- Avoir travaillé et/ou avoir une réflexion sur le sujet de la commercialisation des activités de loisirs.

MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS

Modalités d'organisation :
Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 12 maximum

- En présentiel : Nous avons identifié des locaux professionnels dans lesquels nous louons, en fonction de vos besoins, la salle de formation la plus adaptée. Ces établissements sont tous adaptés aux personnes en situation de handicap. Nous nous déplaçons également dans toute autre salle mise à disposition par le donneur d'ordre dans la mesure où celles-ci répondent aux exigences de bon déroulement de la formation et d'accès aux personnes en situation de handicap.
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

Accès à la formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 12 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),*

Accueil des personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer ICI ou contactez notre référent handicap.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation au format PDF.
- Outils : le formateur/la formatrice utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible.
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur/la formatrice
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer

Modalités d'évaluation et de suivi

- La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.
- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

Votre formatrice ou votre formateur

Mathieu VADOT
Consultant en marketing touristique

Mathieu VADOT
Consultant indépendant, expert en stratégie marketing, commercialisation, IA et stratégie de contenu multicanal.
Issu d'une formation marketing en école de commerce, Mathieu VADOT fait ses premières armes dans les stations de sports d'hiver (Chamrousse, l'Alpe d'Huez, Valloire et Chamonix). Son parcours l'amène à déployer une place de marché à l'échelle de la destination « Cévennes », visant à développer la commercialisation digitale des prestataires touristiques, et structurer de l'offre de la destination.
Depuis 15 ans, il conseille, forme et accompagne les professionnels du tourisme, partout en France, sur les bonnes pratiques du marketing digital (visibilité, e-distribution, e-réputation, relation client et stratégie de contenu).
Ses sujets de prédilection : les problématiques de e-distribution des acteurs privés du tourisme, la commercialisation des destinations, ainsi que l'intégration des IA génératives dans le marketing de contenu des entreprises touristiques et des destinations.

Les autres formateurs-trices Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :

0%

Satisfaction moyenne de 0% obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.
Cette formation a été suvi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

NB : Si ce dernier chapître ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.