Commercialisation : Quels rôles pour les destinations ?

3 jours 21,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 30/03/2026

Objectifs de la formation

- **Mettre à jour et développer ses connaissances sur le contexte actuel de la distribution du tourisme et les problématiques de e-distribution propres à chaque filière du tourisme** *(Hôtellerie, BnB, Résidences, VV / HPA /Locations de vacances / Activités et Sites touristiques et culturels).*
- **Clarifier l'ensemble des orientations stratégiques possibles pour les destinations (OGD) en matière de commercialisation.**
- **Mesurer les avantages et les inconvénients des différentes orientations possibles en matière de commercialisation pour sa destination, aux regards de ces problématiques pour affiner ou redéfinir sa stratégie en matière de commercialisation.**

Programme de la formation

Présentation, échanges sur les dispositifs de commercialisation (ou projets) des stagiaires et présentation la méthodologie l'exercice (SWOT).
Exercice : « **Diagnostiquer son dispositif (ou projet) de commercialisation avec l'analyse SWOT »** dont la réalisation se fera pendant la formation.
Chaque stagiaire doit analyser son dispositif de commercialisation (ou son projet) en identifiant les principaux **facteurs de réussite et d'échec :**

- « Internes » en termes de forces et faiblesses.
- « Externes » en termes d'opportunités et de menaces.

Cadrage de la problématique :
Points sur les pratiques de réservation en matière d'hébergement et de loisirs, coté « client » en BtoC et en BtoB.
État de lieux de la distribution du tourisme BtoC et BtoB dans une approche par filière :

- *Hôtellerie, BnB, Résidences, VV*
- *HPA*
- *Locations de vacances*
- *Activités et Sites touristiques et culturels.*

Focus sur les principaux acteurs de la distribution par filière (Booking, Airbnb, Tripadvisor, GetYourGuide, etc.), leurs modes de fonctionnement, leurs spécificités, les avantages et les inconvénients de collaborer avec eux.

Les orientations stratégiques possibles pour les destinations (OGD) en matière de commercialisation :
Présentations des modèles de commercialisation possibles pour une destination (OGD) (vendeur, organisateur, agrégateur…).
Les choix possibles en matière de commercialisation :

- Au niveau de l'offre : Quelles filières privilégier ? Quelles implications ? Quels facteurs clés de réussite ?
- Au niveau de la demande (BtoC ou BtoB) : Quels marchés ? Avec quelle stratégie marketing ? Quelles implications ? Quels facteurs clés de réussite ?
- Au niveau du produit : Package, coffrets cadeaux, ventes privées, ventes par l'éditorial ...

Panorama des solutions technologiques du marché adaptées aux différents modèles.
Focus sur les connectivités des principales solutions technologique du marché.
[Échanges avec les stagiaires sur les démarches de commercialisation en place sur leur destination et ou les réflexions en cours]
Focus sur les attentes des prestataires touristiques privés vis-à-vis des OGD (synthèses d'études menées sur le sujet).

Échanges sur les dispositifs de commercialisation (ou projets) des stagiaires et point sur l'analyse SWOT de chacun :
Exercice : **Diagnostiquer son dispositif (ou projet) de commercialisation avec l'analyse SWOT**.
Chaque stagiaire doit analyser son dispositif de commercialisation (ou son projet) en identifiant les principaux **facteurs de réussite et d'échec :**

- « Internes » en termes de forces et faiblesses.
- « Externes » en termes d'opportunités et de menaces.

> Echanges avec les stagiaires aux vues des enseignements du jour 1

Benchmark de démarches de commercialisation mises en place par des destinations (OGD) :
Benchmark de dispositifs sur un modèle « vendeur » orienté « hébergements » en BtoC.
Benchmark de dispositifs sur un modèle « vendeur » orienté « activités » en BtoC.
Benchmark de dispositifs de « place de marché » (hébergement & activités) en BtoC.
Benchmark de dispositifs de « place de marché » (activités) en BtoC.
Benchmark de dispositifs un modèle « vendeur » (hébergement & activités) en BtoB.
Analyses de données compilées par typologie de dispositif de commercialisation : Volume d'affaires moyen, panier moyen, Taux de conversion, volume d'offres commercialisés, etc.
Identification des problématiques clés par typologie de dispositif de commercialisation.
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.
Échanges sur les bonnes pratiques et facteurs clés de réussite en fonction des typologies de dispositifs de commercialisation :

- Focus sur les bonnes pratiques et facteurs clés de réussite pour la vente on line en BtoC.
- Focus sur les bonnes pratiques et facteurs clés de réussite pour la vente en BtoB.

Échanges sur les dispositifs de commercialisation (ou projets) des stagiaires et point sur l'analyse SWOT de chacun :
Exercice : **Diagnostiquer son dispositif (ou projet) de commercialisation avec l'analyse SWOT**.
Chaque stagiaire doit analyser son dispositif de commercialisation (ou son projet) en identifiant les principaux **facteurs de réussite et d'échec :**

- « Internes » en termes de forces et faiblesses.
- « Externes » en termes d'opportunités et de menaces.

> Echanges avec les stagiaires tout au long du jour 3, notamment à l'appui du benchmark, au travers de temps dédiés à cela en fin de formation.

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

Méthodologie pédagogique :

Une pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets, de l'échange et un exercice pratique permettant de travailler sur les problématiques concrètes des stagiaires.

Déroulement du stage :

Apports théoriques illustrés d'exemples concrets et méthodologiques, exercice pratique (sur les cas des participants), supports visuels, supports pédagogiques pour chaque participant.

Modalités pédagogiques :

Les stagiaires reçoivent immédiatement après chaque session de formation, le support de présentation au format PDF, notamment le focus sur les solutions technologiques du marché ainsi que le benchmark.).

L'exercice pratique (SWOT) est travaillé individuellement par chaque stagiaire durant la durée de la formation. Des points d'étapes collectifs sur les avancements/questionnements des stagiaires sont réalisés afin de favoriser l'échange et le partage de problématiques entre les stagiaires et avec le formateur. Cet exercice permet de remettre en situation de façon concrète l'ensemble des apports de la formation. Une appréciation individuelle de chaque SWOT est formulée par le formateur à l'issue de la formation.

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 session de formation.
- L'évaluation de la satisfaction 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.
- Les relevés de présence des stagiaires sont produits par les rapports de l'outil de visio

Votre formatrice ou votre formateur

Les autres formateurs-trices Id-rezo

Satisfaction moyenne obtenue lors de précédentes formations :



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.