

Comment rassurer mes clients dans un contexte de crise

2 jours 10,50 heures

Programme de formation



FORMATIONS TERRITOIRE

COMMERCIALISATION & RELATION CLIENT

COMMENT RASSURER MES CLIENTS DANS UN
CONTEXTE DE CRISE



Les formations qui envoient du bois, by id-rezo



Mise à jour : 23/08/2021

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Être en capacité d'analyser de la psychologie collective au plus fort de la crise et sur le temps long
- Être en capacité d'identifier les impacts de la crise sur le secteur du tourisme avec une approche filière,
- Être en capacité d'identifier les leviers d'actions qui permettent de rassurer les visiteurs d'une destination, les clients d'un prestataire touristique,
- Intégrer les enjeux sanitaires dans son activité et dans son entreprise,
- Avec ses collaborateurs
- Avec ses clients

[*]Concilier ses objectifs commerciaux dans sa communication en restant engagé sur des valeurs fortes

[*]Exploiter les différents leviers de communication internes et externes

[/list]

PROGRAMME DE LA FORMATION

De la prise de conscience à l'anticipation

Objectif : Dresser le constat et analyse d'une psychologie collective aux forts impacts sur la consommation notamment touristique

- Quelle était la psychologie collective au plus fort de la crise et depuis le déconfinement ?
- Comment se sont exprimés les impacts de cette crise sur les comportements de vie et les comportements d'achats ?
- Et dans le tourisme ?
- Identifier les leviers d'actions

La servuction au service de la relation client

Objectif : Interroger les composantes de son marketing produit

- Se familiariser avec la notion de servuction : mon offre au filtre du marketing des services
- Quels sont les points de contact avec mon client qui auront un impact sur les craintes qu'il pourrait ressentir ?
- Quelles méthodes d'organisation pour concevoir puis déployer un plan d'action visant à rassurer les visiteurs / clients ?
- Ebauche du plan d'actions

Adapter sa communication avec transparence et éthique

Objectif : Intervenir à toutes les étapes du cycle d'achat pour rassurer sur sa sécurité sanitaire et les mesures prises

- Quels sont les enjeux à adapter sa posture de communicant en période de crise et en sortir de crise ?
- Comment traduire ses valeurs dans sa communication ?
- Quels messages et quels outils de diffusion utiliser dans son entreprise et/ou lors du séjour ou de la consommation du produit ?
- Quel message porter en communication externe, sur les réseaux sociaux, sur son site web, sur les sites d'avis... ?

PUBLIC VISÉ

Personnel des Offices de Tourisme, Agence de Développement Touristique, Comité Départemental et Régional de Tourisme, Collectivités

- Direction Générale
- Direction/Responsable Marketing
- Direction/Responsable Promotion / Communication

PRÉREQUIS

Occuper un poste ou des missions qui permettent une capacité d'intervention sur le repositionnement de l'offre touristique de la destination, sur sa promotion et sa mise en marché.

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 : dans nos locaux (646 rue Marius Petipa 34080 Montpellier) ou dans toute autre salle mise à disposition pour le donneur d'ordre et qui réponde aux exigences de bon déroulement de la formation
- 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 heures 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
- 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

Jean-Patrick MANCINI

Consultant indépendant

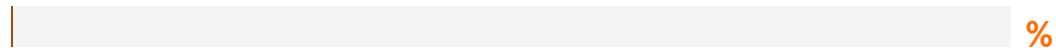
Moyenne satisfaction formation sur les 12 derniers mois > 96%

Consultant-Formateur Tourisme et Etourisme, Jean-Patrick MANCINI conçoit, développe et déploie depuis 9 ans des projets innovants de développement touristique auprès des acteurs institutionnels (Offices de Tourisme, Comités départementaux et régionaux de Tourisme) et privés du tourisme.

Auparavant Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud, il a développé pour eux l'un des plans de formation et de transformation digitale parmi les plus ambitieux. Il est également créateur d'une agence réceptive « Marseille Provence Expériences » et enseignant universitaire depuis 2015, responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme.

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de % obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivi par 3 stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

NB : Si ce dernier chapitre 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.