Vendre (on line et off line) les activités de sa destination dans le prolongement du conseil en séjour

3 jours 21,00 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 de billetterie et les enjeux pour un office de tourisme.**
- **Comprendre et s'approprier les concepts clés et les facteurs de réussite d'une démarche de commercialisation des activités à l'échelle d'une destination.**
- **Comprendre les composantes « clés » de la commercialisation de produits « boutique ».**
- **Définir le périmètre de son action en matière de commercialisation.**
- **Savoir produire du contenu pour le conseil en séjour et la vente.**
- **Choisir les contenus et les outils numériques déployés dans l'espace d'accueil.**
- **Comprendre comment adapter son contenu de conseil en séjour sur le web et faire le lien avec la vente.**

Programme de la formation

La place des offices de tourisme dans la distribution des activités de loisirs et de billetterie :

- État des lieux en matière de distribution (Hébergement vs Activités/Loisirs)
- 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 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
- Problématiques et facteurs clés de réussite des différents schémas possibles.
- Benchmark de destinations engagées dans la commercialisation des activité.

La commercialisation de produit «boutique» en Office de Tourisme :

- L'achalandage de produits boutique, politique de prix et de gestion.
- Le suivi des indicateurs de rentabilité.
- Équipement en outils de caisse et réglementation en la matière.
- Lien avec la commercialisation des activités.

Définir son champ d'action en matière de commercialisation :

- Déterminer les produits à vendre en s'appuyant sur les bons indicateurs et sur un cadre clair et précis avec les prestataires notamment.
- Faire les choix des différents modes de commercialisation pour tout ou partie des produits à commercialiser : en ligne / hors ligne > dans les murs / hors les murs.

Du conseil au séjour à la vente :

- La production de contenu pour le conseil en séjour et la vente.
- La création d'une fiche « produit » et un argumentaire de vente.

Les outils numériques d'appui au conseil en séjour et à la vente :

- Les solutions possibles « en médiation » en face à face et mise en évidence des avantages, inconvénients et bénéfices de chaque solution.
- Les solutions possibles « en consultation autonome » et mise en évidence des avantages, inconvénients et bénéfices de chaque solution.

Le conseil en séjour sur le web et le lien vers la vente des activités :

- Focus sur la solution « rubrique dédiée au séjour sur le site de destination » : facteurs clés de réussite et bonnes pratiques.
- La production de contenu pour la vente : Focus sur les différentes possibilités de faire le lien vers la vente sur des contenus web.
- Les techniques de promotion de ses contenus en local auprès des clientèles en séjour et des prescripteurs locaux.

Public visé

- Conseiller en séjour
- Responsable Accueil
- Direction
- Content Manager
- Chargé de contenu web
- Responsable Marketing/Com

Prérequis

- Faire partie ou être en lien avec les équipes d'accueil (management, collaboration marketing/communication et/ou commercialisation).
- Appartenir à un office de tourisme ou une structure équivalente qui projette ou qui est déjà engagée dans la commercialisation des activités de sa destination.
- Disposer de son outil de travail de front et de back office du service accueil, d'un PC portable et d'un compte professionnel Google.

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.