Les fondamentaux marketing touristique : se démarquer pour mieux vendre

2 jours 14,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 25/01/2024

Objectifs de la formation

- Passer en revue les éléments permettant de faire un état des lieux de l'activité de l'entreprise.
- Prendre des décisions stratégiques et engageantes, les hiérarchiser et surtout ne pas subir le marché.
- Cibler des populations spécifiques, les qualifier et les quantifier
- Evaluer et réajuster les outils – actions, en fonction de ses objectifs, de ses axes de développement
- Définir un rythme de dynamique commerciale

Programme de la formation

Dans un monde de plus plus en concurrentiel et complexe, l'enjeu d'exister est majeur et la place de la stratégie fondamentale.
Quels sont mes avantages concurrentiels ? Comment rendre mon offre vraiment distinctive ? Comment répondre aux attentes de mes clients ?
Quels sont mes leviers de développement économique ?

Un contexte à prendre en compte

- La concurrence : mondiale, directe, indirecte
- La demande : un consommateur exigeant
- Un environnement difficile

Établir un diagnostic :

- Analyse de la structure et de l'offre
- Analyse de la stratégie de prix
- Analyse de la clientèle actuelle, du fichier (existence- utilisation)
- Analyse des canaux de distribution
- Analyse des actions actuelles de prospection et de communication

Générer de la valeur ajoutée

- Le positionnement

- La création de marge

Le plan de marchéage

- Définition de la politique produit : du produit à l'expérience
- Les domaines d'activités stratégiques
- Définition de la politique de prix/ distribution
- Définition de la politique de communication, les niveaux de messages

Les clients

- Freins et motivations à l'achat
- Le parcours client

Identifier les axes de développement de l'entreprise

Définition des priorités en matière

- de conquête de nouveaux clients,
- de fidélisation la clientèle et
- de mobilisation de prescripteurs.

Passer de la stratégie au plan d'action :

- Comprendre la vocation première des différents types d'actions marketing.
- Choisir ses actions selon un objectif, une cible,
- Qu'attendre de ses actions
- Mettre en place du contrôle.

PUBLIC VISÉ

Dirigeants-tes d'entreprises touristiques : hôtellerie/hébergement ; camping/hôtellerie de plein air ; agence réceptive ; prestataires de loisirs...

- Direction Générale
- Direction/Responsable Marketing
- Direction/Responsable Promotion / Communication
- Collaborateurs-trices en charge du marketing
- Porteurs-euses de projet touristique

PRÉREQUIS

Avoir une « sensibilité » à la réalité de l'industrie du tourisme

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 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
- 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

Véronique VIDAL
Consultante Coach

Moyenne satisfaction formation sur les 12 derniers mois › 95%

Co fondatrice du Cabinet 4V, membre d'IDREZO - Consultante - Coach certifiée
Véronique VIDAL travaille avec l'entreprise depuis 20 ans, sur sa réalité économique bien sûr mais aussi la place que celle-ci veut prendre dans notre monde en pleine mutation. Les marchés étant soumis à de terribles turbulences, elle est attentive à la capacité à revenir à des fondamentaux comme piste de résilience.
Pour bien accompagner, elle s'attache à comprendre, à dimensionner et à intégrer le facteur humain comme élément clé des organisations, dans sa richesse et sa complexité.

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 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.