



Piloter et booster sa stratégie commerciale globale (billetterie, visites guidées, boutique, activité réceptive, services aux prestataires touristiques,)_INTRA

Préparer 2023 nécessite la remise à plat des actions commerciales et la réorientation de celles-ci : efficacité et efficience, structuration de nouvelles offres, répondre aux attentes des nouvelles clientèles, développer les partenariats privés/publics, nouveaux marchés à exploiter, nouveaux outils de vente à mettre en place. Seront traités lors de cette formation le positionnement commercial, les opportunités commerciales, la gamme produits, le modèle économique, la stratégie tarifaire, la rentabilité, et le plan d'actions commerciales. Vous quittez la formation avec une stratégie globale réajustée et un plan d'actions opérationnel pour les 3 prochaines années

Durée: 21.00 heures (3.00 jours)

Profils des stagiaires

- Directeurs de structures, responsable du service marketing et/ou commercial et toute l'équipe car la commercialisation est transversale à tous les services
- INTERMÉDIAIRE – CONFIRMÉ

Prérequis

- Avoir une stratégie commerciale dans votre office de tourisme
- Matériel à prévoir par les stagiaires : ordinateur et tous les supports d'accueil et de vente de l'office de tourisme
- La formation peut avoir lieu en présentiel ou en distanciel (la formatrice est équipée de zoom pro)

Objectifs pédagogiques

- Savoir analyser vos indicateurs et trouver des marges de développement
- Identifier les facteurs clés de succès
- Identifier de nouvelles clientèles qualitatives et quantitatives : sécuriser, consolider, développer
- Définir votre gamme d'offres et de services
- Positionnement et mapping
- Réfléchir au modèle économique le plus efficient dans la recherche de sources de financements
- Mettre en place vos plans d'actions commerciales, suivi et pilotage

Contenu de la formation

- Jour 1
 - A partir de matrices, vous analyserez vos activités commerciales (PESTEL, SWOT, PORTER)
 - Prendre de nouvelles orientations ou confirmer celles mises en place sur la stratégie de votre structure: -Les indicateurs de la relance commerciale « à l'instant T » -Le positionnement commercial à adopter, identifier les concurrents *pour les acteurs institutionnels, repenser le rôle de l'OGD sur son Territoire
 - Echanges, débats, avantages, inconvénients



- Identifier de nouvelles opportunités commerciales et ainsi pallier la baisse de certaines : les marchés porteurs, les nouveaux marchés, sécuriser, consolider, développer.
- Entre le J1 et J2 : Réflexions quant à : ▪ Votre positionnement commercial ▪ Vos cibles de clientèles ▪ Vos couples marchés/produits
- Jour 2
 - Savoir définir la gamme de produits à commercialiser et y intégrer une stratégie de services :
 - Billetterie, activité réceptive, visites guidées, boutique, centrale de réservation, place de marché aux touristes
 - Packs services aux prestataires touristiques
 - Réflexion quant au Positionnement commercial et mapping, indispensable au développement de vos activités commerciales
 - Réflexion sur le modèle économique le plus efficient
 - Réflexion sur la stratégie tarifaire
 - Intégrer les notions de rentabilité dans vos services
 - Recherche de financements (marges de production, de distribution, vente de services)
- Jour 3
 - Mettre en place vos plans d'actions (un modèle vous sera mis à disposition) à partir des cibles et des offres de produits et services.
 - Déployer des actions de mise en marché directes et indirectes
 - Piloter votre stratégie commerciale
 - Mettre en place des indicateurs d'efficacité et d'efficience

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Karine ESTAUN

Karine ESTAUN est professionnelle de la formation (elle possède un certificat d'exercice aux techniques pédagogiques et des diplômes en engineering du tourisme : management et engineering des industries du tourisme). Avant d'être formatrice Karine ESTAUN a fait ses armes dans quelques domaines : guide conférencière chez les voyages FRAM Toulouse et LIMTOUR Bordeaux, puis assistante chef de produits chez COFR@TOUR puis chef de produits chez FITOUR Réceptif (groupe TRIANGLE : autocariste et tour opérateur). En qualité de chef de produits, Karine était en charge du développement des grands comptes sur les marchés Affaires et Loisirs, enfin responsable d'agence de locations de voitures à Bordeaux. Une solide expérience en qualité de chef de produits sur le marché MICE, partenaire du Bureau des Congrès de Toulouse/Midi-Pyrénées, d'agences événementielles, DMC et PCO, elle a travaillé à l'élaboration de congrès de 300 à 1800 personnes, en France et en Europe et de séminaires d'entreprises pour des grands comptes tels que des groupes d'assurances, banques, aéronautiques.

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation participative et adaptée au niveau de chacun
- Mise à disposition de supports USB avec une Mallette à outils
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.
- 1 support multi média est remis à chaque participant : prévoir un ordinateur et tous les supports utiles à la formation
- Un suivi des indicateurs est programmé 6 mois après la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Formation sans jeux de rôles, basée sur la prise de conscience individuelle
- Formulaire d'évaluation de la formation (préalable, à chaud, à froid)
- Certificat de réalisation de l'action de formation.
- Vous quittez la formation avec une stratégie réajustée et un plan d'actions opérationnel pour les prochaines années
- Formation participative et adaptée au niveau de chacun
- Un questionnaire pré-formation est envoyé afin de répondre au plus juste aux attentes des participants
- Une trame d'analyse d'activité est envoyée à chaque participant en amont de la formation afin que les participants arrivent avec des indicateurs d'analyse

OTB

1C - 1D avenue de Bellefontaine CS 71777

35517 CESSON-SEVIGNE Cedex

Email: aude@otb.bzh

Tel: 06 30 33 15 00

