

MKG-10

MARKETING ET COMMERCIALISATION POUR LES ENTREPRISES DU TOURISME : MAITRISER LES TECHNIQUES

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Professionnaliser la commercialisation : Marketing, Communication et Mailing

CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- Quel budget consacrer à cette action, sans déséquilibrer les autres postes de l'entreprise
- Analyse de l'existant / bilan
 - ✓ Quel est mon produit ?
 - ✓ Atouts, faiblesses, au niveau du produit, du personnel, situation géographique. Piste d'améliorations possibles, impossibles ?
- Les chiffres-clés, les éléments quantitatifs
 - ✓ Quelle est la fréquentation de mon établissement ?
 - ✓ Origine géographique ? pics de fréquentation ?
- Les éléments qualitatifs
 - ✓ Il y a-t-il eu enquête de satisfaction ? que dit le livre d'or ? comment les touristes nous connaissent-ils ? clientèle habituelle ou infidèle ?
- Diagnostic / quelle stratégie adopter ?
 - ✓ Diagnostic / quelle stratégie adopter ?
 - ✓ Dois-je privilégier l'action commerciale, la communication ? sur quelles clientèles ?
 - ✓ Mon produit correspond-il à ces objectifs ?
- Les actions à entreprendre = le plan d'action
 - ✓ Le Marketing mix
 - Définition du produit, distribution, politique tarifaire un plan d'action commerciale et de communication
 - ✓ L'action commerciale

- Fichiers clients, outils de “vente” arguments à exploiter le rendez-vous commercial et la négociation (TO, autocaristes), le book technique
- ✓ La communication et la promotion commerciale
 - Achats d’espace, brochures, être dans des guides spécialisés
- ✓ Calendrier d’actions et planning de commercialisation
 - En fonction des évènements de notre ville, des délais de commercialisation, un calendrier d’action sur 12 mois est à établir
- ✓ Les actions complémentaires
 - Relations publiques et presse, qui ne coûtent pas cher
 - Savoir favoriser des partenariats, se regrouper à plusieurs, créer un club
- ✓ Mesures des résultats obtenus et prospective
 - Taux de fréquentation et occupation, stratégie de renouvellement et de fidélisation

PUBLIC CONCERNE :

- Prestataire en tourisme

DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

ANIMATEUR :

Consultant spécialiste