

ACCUEIL, TECHNIQUES DE VENTE**La magie d'un lieu par la magie des mots**

<p>Objectifs : Vendre un produit hôtelier est tout un art... La magie d'un lieu mérite bien quelques mots, des mots porteurs, des mots évocateurs et des mots qui touchent... L'objectif est donc d'élaborer des argumentaires à la hauteur d'un établissement haut de gamme et de développer ainsi le chiffre d'affaires.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Personnels de la réservation, de la réception et du service commercial.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>Objectifs pédagogiques : INTEGRER DE NOUVEAUX REFLEXES « COMMERCIAUX »</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Argumenter à partir des besoins hôteliers (la demande) et des besoins profonds (la raison de la demande) ✚ Mettre de la forme, de la couleur et de l'envie dans sa proposition commerciale ✚ Dépasser la réservation « standardisée » et présenter l'offre de l'entreprise avec du relief ✚ Créer des argumentaires adaptés à chaque catégorie de chambre ✚ Par la magie des mots, rendre la prise de réservation « historique » (le début d'une rencontre, d'une histoire, d'un lien en mettant du liant) ✚ Mesurer les enjeux de la vente hôtelière et combiner un « protocole qualité » avec « la magie des mots » <p>ANALYSER SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Développer et explorer sa pratique professionnelle sur le thème de l'attitude commerciale ✚ Repérer les faiblesses et les points forts de la relation d'accueil commerciale et mutualiser les bonnes pratiques ✚ Identifier les axes d'amélioration dans sa relation clientèle ✚ Intégrer et appliquer de nouveaux préceptes commerciaux agissant sur la qualité du service 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur/coach Très expérimenté en formation de personnels pour l'Hôtellerie -Restauration</p> <p>Moyens et pédagogie</p>  <p>3 étapes : -<u>En début de session</u> : Constat de l'existant. Difficultés et solutions. -<u>En cours de session</u> : Diverses questions posées sur la raison d'être de l'entreprise et le profit. -Définition d'Objectifs et Contrôles des résultats. Des mises en situation et entraînements au camescope permettront de concrétiser l'utilisation de nouveaux comportements. -<u>En fin de session</u> : Evaluation du comportement et des connaissances des stagiaires.</p>
<p>PROGRAMME</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ La création de la relation d'appartenance ❖ La créativité commerciale ❖ L'argumentation du produit hôtelier ❖ L'offre de l'entreprise, une offre colorée, une offre mise en relief (saveur, sensibilité, forme, odeur, vue, etc.) ❖ tourisme et déplacement, compréhension du client – son rapport au temps et son rapport aux autres ❖ La concurrence et les réponses aux objections, au-delà des réponses « classiques » 	<p><u>Intra entreprise France entière et International</u></p> <p>Tarif inter par personne</p> <hr/> <p>3 jours</p> <hr/> <p>1 450 €</p> <hr/> <p>Réf : HR081</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France