

**TOURISME**

**Marketing et commercialisation pour les entreprises du tourisme**

<p><b>Objectifs :</b> Professionnaliser la commercialisation : marketing, communication et mailing.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	<p>Prestataires du tourisme.</p>
<p><b>Préambule</b></p>	<p><b>Pré requis :</b> Aucun.</p>
<p><b>Marketing et commercialisation = budget</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Quel budget consacrer à cette action, sans déséquilibrer les autres postes de l'entreprise ?</li> </ul> <p><b>Jour 1 : Analyse de l'existant / bilan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ <b>Quel est mon produit ?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Atouts, faiblesses, au niveau du produit, du personnel, situation géographique. Pistes d'amélioration possibles, impossibles ?</li> </ul> </li> <li>✘ <b>Les chiffres-clés, les éléments quantitatifs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Quelle est la fréquentation de mon établissement ?</li> <li>✘ Origine géographique ? pics de fréquentation ?</li> </ul> </li> <li>✘ <b>Les éléments qualitatifs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Il y a-t-il eu une enquête de satisfaction ? que dit le livre d'or ? comment les touristes nous connaissent-ils ? clientèle habituée ou infidèle ?</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Jour 2 : Diagnostic / quelle stratégie adopter ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ <b>Savoir déterminer des objectifs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Dois-je privilégier l'action commerciale, la communication ? sur quelles clientèles ?</li> <li>✘ Mon produit correspond-il à ces objectifs ?</li> <li>✘ Dois-je réfléchir aussi à des axes de formation ?</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Jours 2 &amp; 3 : Les actions à entreprendre = le plan d'actions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ <b>Le marketing mix</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Définition du produit, distribution, politique tarifaire, plan d'action commerciale et de communication</li> </ul> </li> <li>✘ <b>L'action commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Fichiers clients, outils de « vente », arguments à exploiter, le Rendez-vous commercial et la négociation (TO, autocaristes), le book technique</li> </ul> </li> <li>✘ <b>La communication et la promotion commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Achats d'espace, brochures, être dans des guides spécialisés</li> </ul> </li> <li>✘ <b>Calendrier d'actions et planning de commercialisation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ En fonction des événements de votre ville, des délais de commercialisation, un calendrier d'action sur 12 mois est à établir</li> </ul> </li> <li>✘ <b>Les actions complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Relations publiques et presse, qui ne coûtent pas cher</li> <li>✘ Savoir favoriser des partenariats, se regrouper à plusieurs, créer un club</li> </ul> </li> <li>✘ <b>Mesure des résultats obtenus et prospective</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ taux d'occupation et de fréquentation, stratégie de renouvellement et de fidélisation</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>PEDAGOGIE</b></p> <p><b>Le Formateur</b></p> <p>Professionnel du tourisme utilisant les dernières techniques pédagogiques.</p> <p><b>Moyens et pédagogie</b></p> <p>Formation/Action.</p>  <p>Exposés théoriques. Ateliers d'entraînement de mise en situation.</p>  <p>Cas pratiques vécus par le formateur.</p>  <p>Débat avec le public. Analyse critique de documents.</p>   <p><b><u>Intra entreprise France entière et International.</u></b></p> <p><b>Tarif inter par personne</b></p> <p><b>3 jours</b></p> <p><b>Tarif : nous consulter</b></p> <p>Réf : HR096</p>

Groupe PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : [contact@proformalys.com](mailto:contact@proformalys.com) - Fax : 01 48 74 39 98  
 Adresse : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : [www.action-formalys.com](http://www.action-formalys.com)