

TOURISME

Connaître et analyser les marchés étrangers

<p>Objectifs : Travailler avec les agences réceptives, capter les clientèles étrangères, commercialiser sur les marchés étrangers.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Prestataires et organismes du tourisme.</p>
<p>✚ Analyse des comportements et des marchés</p>	<p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>✚ Comment obtenir des informations ✚ MDF, institutionnels du tourisme, études, sites Internet, ...</p> <p>✚ Comportements du grand public ✚ Attentes en terme d'accueil, de prestations</p> <p>✚ Ce qu'attendent les professionnels du tourisme (voyagistes, autocaristes) ✚ Professionnalisme à adopter ✚ Erreurs à éviter</p> <p>✚ Les agences réceptives ✚ Comment travailler avec elles ?</p> <p>✚ Les TO/Voyagistes ✚ Négociations, allotements, commissions, ...</p>	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Professionnel du tourisme utilisant les dernières techniques pédagogiques.</p> <p>Moyens et pédagogie Formation/Action.</p>  <p>Exposés théoriques. Ateliers d'entraînement de mise en situation.</p> <p>Cas pratiques vécus par le formateur.</p>
<p>✚ Les actions à entreprendre = le plan d'actions</p> <p>✚ Les salons professionnels étrangers ✚ Se regrouper à plusieurs, exposer, la documentation, les arguments à mettre en avant, les animations du stand</p> <p>✚ Les workshops professionnels ✚ Quel coût ? sont-ils utiles ?</p> <p>✚ Les actions complémentaires ✚ Relations publiques et presse étrangère ✚ Eductour ou voyage de familiarisation et de découverte pour la presse/les voyagistes ✚ Informer /former son personnel aux comportements des étrangers</p> <p>✚ Mesure des résultats obtenus</p>	<p>Débat avec le public. Analyse critique de documents.</p>  <p><u>Intra entreprise France entière et International.</u></p> <p>Tarif inter par personne 1 jour</p> <p>Tarif : nous consulter</p> <p>Réf : HR097</p>

Groupe PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France