

		ps9-conseil.com	Formation continue Lyon – Paris Clermont-Fd – Saint-Etienne
---	--	--	--

Formation

Animer et promouvoir son établissement touristique

Durée: 2 jours

Objectifs

- o Maîtriser les techniques de promotion et de communication adaptées au tourisme
- o Pouvoir identifier les points d'argumentation et la valeur ajoutée de son établissement
- o Savoir établir un Plan de développement commercial de son établissement
- o Connaître les relais de prescription et de vente physiques et online

Destinataires

Professionnels du tourisme souhaitant développer leur établissement.

Pre-requis

Utiliser internet dans son activité.

Programme

Connaître son établissement pour mieux le promouvoir

Connaissance de ses clients et de leurs attentes
Analyse de la concurrence et positionnement
Différenciation, points forts
Optimiser et packager son offre
Ajuster sa politique tarifaire<

Les relais de commercialisation

Les tour-operateurs généralistes et spécialisés
Les agences de voyages physiques et online
Les relais spécialistes des groupes
Prospecter la clientèle étrangère

Les centrales de réservation

Les centrales des réseaux labellisés
Les centrales proposées par les institutionnels
Les systèmes en marque blanche

Les prescripteurs et relais de diffusion

Les institutionnels du tourisme: CRT, CDT, OT, SI
Exploiter les moyens et actions proposés par les institutionnels

Les relais commerciaux sur Internet

Les comparateurs de prix
Les agrégateurs d'offres touristiques
Les sites web d'annonces

Se faire connaître et développer sa fréquentation

Brochures, flyers et documents publicitaires
L'argumentaire de vente auprès des distributeurs
Les medias locaux : affichage, radios, presse locale, supports des collectivités
Les Salons, workshops et Eductours
Créer des événements percutants pour son établissement
Mobiliser des relais d'influence : ambassadeurs, influenceurs

Etre visible et gagner des clients sur Internet

Optimiser sa présence sur Internet : site web, réseaux sociaux, référencement naturel
Mettre en place un programme d'affiliation
Faire de la publicité à la performance : le CPC (exemple Adwords)
Organiser des jeux-concours efficaces

Mettre en place son Plan commercial

Définir ses couples offres/marchés
Valider ses choix marketing : cibles, positionnement, tarification
Organiser son réseau de revendeurs
Budgéter et piloter son Plan d'actions commerciales

Méthodes pédagogiques

Alternance d'exposés théoriques, de cas réels d'entreprises et d'exercices pratiques adaptés aux secteurs d'activité des participants