

OBJECTIFS

Etre **CAPABLE DE STRUCTURER** une offre touristique pertinente face aux attentes de la clientèle Groupes et déployer une stratégie de communication efficace et pérenne.
SAVOIR CIBLER ses prospects et choisir les meilleurs canaux pour créer du lien, développer à la fois la notoriété et les réservations.
SAVOIR UTILISER et **EXPLOITER** les outils du Marketing Direct à des fins de promotion.

CONTEXTE

Les français sont de plus en plus nombreux à vouloir donner du sens à leurs vacances ou leurs loisirs et à ne pas vouloir « bronzer idiots ». Quelques 5000 entreprises attirent chaque année près de 20 millions de visiteurs, qui viennent essentiellement en groupes, (pour 80%). Leurs motivations : connaître les produits et services qu'ils consomment au quotidien, découvrir le patrimoine économique d'une région, se cultiver tout simplement. Tous les secteurs de l'économie sont représentés, mais l'agroalimentaire et l'artisanat sont ceux qui attirent le plus.

CONTENU

Définir ses marchés et ses cibles prospects : Qui? Combien? Où? Quand?
Quelles sont les attentes de ces groupes?
Connaître les canaux de communication qui fonctionnent et déterminer les plans d'action.
Les « basiques » de la communication : adopter les bonnes pratiques pour de meilleurs résultats.
Planification des actions à mener, retro planning et ébauche du plan budgétaire.

MÉTHODES PEDAGOGIQUES et EVALUATIONS

Apports théoriques sur le marché du tourisme de Groupes et les fondamentaux de la communication.
Etude de cas concrets en interaction avec les situations particulières des apprenants.
Echange expérimentiel autour des bonnes pratiques de commercialisation.
ÉVALUATION Rédaction guidée d'un plan d'actions avec point de situation à J+60

INFORMATIONS

Public concerné Structures industrielles/artisanales ayant développé une offre touristique autour du savoir-faire principal : responsables Marketing/Communication/Commercialisation de l'offre touristique.

Pré-requis Connaissances informatiques de base en tant qu'utilisateur professionnel.

Durée du stage 1 journée (7 heures)

Prix du stage 1 200€ HT/jour + déplacements/hébergement du formateur

Modalités Formation en Intra - 10 participants au maximum - Dates à définir et au minimum à J+15 de la signature de la convention de formation. Mode Présentiel ou Distanciel (visioconférence).

Formation qualifiante permettant d'améliorer ses compétences et d'évoluer dans son métier, mais non sanctionnée par une certification officiellement reconnue.



OF agréé sous le N° 82380613138

Bénédicte LANSIAUX ☎ 06 08 81 82 76

benedicte.lansiaux@promotion-services.fr

PRÉSENTATION de l'INTERVENANT

PROMOTION SERVICES est une agence de Marketing Direct spécialisée depuis 35 ans dans le tourisme de groupe et d'affaires.

Sa connaissance pointue des outils marketing alliée à son expérience des clientèles Groupes offrent un panorama construit et pertinent de la communication et de la promotion touristiques.