

OBJECTIFS

Etre **CAPABLE DE STRUCTURER** une stratégie de commercialisation efficace dans le but d'attirer et de fidéliser les clientèles Affaires.

SAVOIR CIBLER ses prospects et choisir les meilleurs canaux pour créer du lien et développer à la fois la notoriété et les réservations.

SAVOIR UTILISER et **EXPLOITER** les outils du Marketing Direct à des fins de promotion de l'offre Séminaires/Congrès.

CONTEXTE

La conjoncture économique défavorable, les aléas de la météo, les changements dans les attentes des clientèles Affaires et l'évolution des modes de communication portés par la généralisation et la multiplication des NTIC convergent aujourd'hui vers la nécessité d'adopter une stratégie commerciale différente et optimisée, pour tous les acteurs du tourisme souhaitant développer leur offre Séminaires/Congrès.

CONTENU

Connaître le marché : quels évènements organisent les entreprises? Quelles sont leurs attentes? Qui sont mes prospects? Où sont-ils? Définir une stratégie de commercialisation sur cette cible et ébaucher un plan d'actions.
Les « basiques » de la communication : adopter les bonnes pratiques pour de meilleurs résultats.
Focus sur quelques outils de la prospection : la base de données, le téléphone, la documentation dédiée, les campagnes Emailing.

MÉTHODES PEDAGOGIQUES et EVALUATIONS

Apports théoriques sur les attentes et les spécificités de la clientèle Affaires.

Etude de cas concrets en interaction avec les situations particulières des apprenants.

Echange expérientiel autour des bonnes pratiques de commercialisation.

ÉVALUATION Rédaction guidée d'un plan d'actions avec point de situation à J+60

INFORMATIONS

Public concerné Personnels en charge de la communication au sein de structures touristiques privées ou institutionnelles.

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.



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.