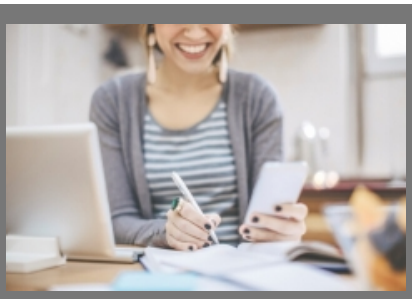

POURQUOI CETTE FORMATION ?

Un office de tourisme sans socio-professionnels adhérents à la stratégie de l'office ne peut fonctionner avec efficacité. A l'heure où les socio-pros considèrent les Offices de Tourisme comme une entité publique et donc avec des prestations de service gratuites, il est primordial de faire évoluer cette vision : Oui l'OT est un service public destiné à l'accueil et à la promotion du territoire, mais les services annexes (OT apporteur d'affaires,...) peuvent faire partie de la stratégie commerciale de l'office de tourisme.

DATES

20 & 21 novembre 2017

LIEU
Pontivy

INTERVENANT
K. ESTAUN/TOURISM DEVELOPMENT

PUBLIC

conseillers en séjours, responsables accueil en charge de la relation avec les socio-professionnels du territoire

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique nécessaire

MÉTHODOLOGIE
Présentation PowerPoint.
Conseils personnalisés (envoi d'un questionnaire préformation).
Tableau d'analyse stratégique : mes forces, mes actions menées efficaces
Jeux de rôles afin d'y apporter des actions correctives si cela est nécessaire.
Mise en place d'indicateurs de performance.
Observation, coaching personnalisé, prise de conscience souhaitée, feed back sur les entretiens de ventes visualisés, création d'outils de travail

NOMBRE DE PARTICIPANTS
10

A SAVOIR
Conception de fiches techniques avec un argumentaire de vente pour chaque solution proposée.
Préparation de tableaux Excel avec la mise en place d'indicateurs d'évaluation

Renforcer le partenariat commercial et la vente de prestations de services à ses socio-professionnels

OBJECTIFS

- Faire évoluer l'image de l'office de tourisme dans l'esprit des prestataires
- Savoir mettre en avant les missions de l'office de tourisme
- Détecter les besoins des prestataires de services
- Créer des partenariats efficaces
- Quelles prestations vendre aux socio-professionnels ?
- Développer ses performances commerciales et optimiser ses ventes de prestations de services

CONTENU

JOURNEE 1

MATIN
Bilan et définition des problématiques suite au questionnaire préformation envoyé
L'image de l'office de tourisme dans l'esprit des socio-professionnels
Revaloriser les missions de l'office de tourisme
• Savoir présenter ses missions/actions
• Valoriser les métiers
• Réfléchir sur les actions de communication les plus efficaces.

APRES-MIDI
Mettre en avant la valeur ajoutée d'un partenariat
Savoir argumenter avec ses socio-professionnels de façon rationnelle, afin d'apporter la preuve de (rédiger des argumentaires)
Travailler sur sa conviction (pour être convaincant, il faut être convaincu

Lister les prestations à proposer
• Savoir Innover en matière d'offre de prestations de services
• Etre à l'écoute des besoins de ses partenaires
• Créer des niveaux de prestations de services (des packs) avec une tarification adaptée

JOURNEE 2

MATIN

Le guide du partenariat
Nous prendrons un peu de hauteur : le guide du partenariat efficace : la forme, le fond

Travailler des conventions de partenariats :
• Les obligations des 2 parties
• La forme et le fond

APRES-MIDI
Performance commerciale
Acquérir les outils et les méthodes permettant d'adopter une attitude commerciale performante et professionnelle au cours des différentes étapes de la vente de prestations de services

Organiser des moments de force de vente afin de prospecter: travail sur le savoir être, travail sur le savoir-faire, travail sur l'argumentaire de vente.