POURQUOI CETTE FORMATION ?

Le regroupement des Offices de Tourisme et la structuration des Destinations de Bretagne sont l'opportunité de repositionner votre nouvelle structure au cœur de la réflexion sur le développement touristique local, mais aussi de structurer son territoire en l'adaptant aux nouvelles attentes des clients,. Il est donc indispensable de repenser ses produits touristiques et de mettre en place une réelle stratégie d'innovation pour ce « nouveau départ ».

DATES

2 & 3 octobre 2017

LIEU
Pontivy

INTERVENANT
K. ESTAUN/TOURISM DEVELOPMENT

PUBLIC

Responsables de structures, personnel en charge de la commercialisation ou en lien avec le développement de produits touristiques

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique nécessaire

MÉTHODOLOGIE
Présentation PowerPoint.
Conseils personnalisés (envoi d'un questionnaire préformation).
Un support multimédia remis à chaque participant avec des documents annexes : contrats, fiches poste, fiche prestataire, conditions générales de vente,…
Formation participative réalisée par une formatrice experte en commercialisation.
Karine ESTAUN travaille donc avec une pédagogie impliquante et interactive afin que chacun soit acteur de sa formation et de sa progression.

NOMBRE DE PARTICIPANTS
10

A SAVOIR
Karine ESTAUN travaille sur tout l'hexagone aujourd'hui, ce qui lui permet d'argumenter de façon concrète avec de nombreux exemples et de présenter des supports existants.
Chaque participant devra réaliser une stratégie afin de quitter la formation en ayant un plan d'action définis.
Un SAV dans les 6 mois après la réalisation de la formation

Repenser ses produits touristiques à l'échelle d'un nouvel OT, d'un territoire, d'une destination

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du regroupement
- Savoir analyser les forces et faiblesses de ses produits touristiques
- Savoir s'adapter et proposer des actions correctives
- Créer des produits touristiques et innover dans sa stratégie de commercialisation

CONTENU

JOURNEE 1 : ANALYSE STRATEGIQUE
Matin
BILAN et définition des problématiques suite au questionnaire préformation envoyé.
LES CONSEQUENCES DU REGROUPEMENT
RAPPEL DU CODE DU TOURISME : sur la commercialisation
ANALYSE DE LA CONCURRENCE : une étape préalable indispensable pour alimenter vos réflexions stratégiques

Après-midi
BENCHMARK : les nouvelles tendances du marché groupes et individuels
ANALYSE DES 4 P : Produit, Prix, Distribution et Communication
BILAN : des positionnements de vos anciens OT du territoire
ANALYSE DE L'EXISTANT :
• Quels sont les produits que l'on propose ?
• Fonctionnent-ils ou non ?
• Travailler sur un renforcement de l'existant ou se repositionner ?
MATRICE D'ANSOFF : Comment s'adapter aux évolutions du marché ?

JOURNEE 2 : STRATEGIE OPERATIONNELLE
Matin
SEGMENTATION CLIENTS
CREER DES PRODUITS ADAPTES : pour répondre aux attentes des clientèles groupes et individuelles
• Le tourisme affinitaire
• Le tourisme industriel
• Le marché des CE
• Le tourisme expérientiel
CREER DES PRODUITS INNOVANTS
QUELLE STRATEGIE DE PRIX ADOPTER ?

Après-midi
LES QUALITES DU POLE COMMERCIALISATION :
• Spécialisation des métiers
• Rédaction des fiches de poste
• Réunions de travail en interne
REDIGER SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL
STRATEGIE DE COMMUNICATION : sur les nouveaux produits