

Booster les ventes de prestations de services aux socio-professionnels du son territoire



POURQUOI CETTE FORMATION ?

Un OT sans socio-professionnels adhérents à la stratégie de l'office ne peut fonctionner avec efficacité. A l'heure où les sociopros 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

Les 27 & 28 septembre 2018

LIEU

Pontivy

INTERVENANT

K. ESTAUN/TOURISM DEVELOPMENT

PUBLIC

Conseillers en séjours, chargé des partenariats, salariés en charge de la relation avec les socioprofessionnels du territoire

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique nécessaire

MÉTHODOLOGIE

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.

Observation, coaching personnalisé, prise de conscience souhaitée, feed back sur les entretiens de ventes visualisés, création d'outils de travail

NOMBRE DE PARTICIPANTS

15

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.

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

JOURNÉE 1

Matin

BILAN et définition des problématiques suite au questionnaire préformation envoyé.

DIAGNOSTIC : la vision qu'ont les socio-pros d'un Office de Tourisme, comment rebondir ? Quels seraient les points d'argumentation ?

VALORISER LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME :

- Savoir présenter ses missions/actions
- Valoriser les métiers
- Réfléchir sur les actions de communication les plus efficaces.

Après-midi

ETRE A L'ECOUTE DES SOCIO-PROS

Mettre en avant la VALEUR AJOUTEE D'UN PARTENARIAT, savoir argumenter

LES PRESTATIONS A PROPOSER :

- Savoir Innover en matière d'offre de prestations de services
 - Créer des niveaux de prestations de services (des packs) avec une tarification adaptée
- COMMENT ETRE CONVAINCANT ? pour être convaincant, il faut être convaincu

JOURNÉE 2

Matin

CREER UN GUIDE DE PARTENARIAT EFFICACE

LES CONVENTIONS DE PARTENARIATS :

- Rappel des mentions légales
- Les obligations des 2 parties

Après-midi

PERFORMANCE COMMERCIALE

ACQUERIR LES OUTILS ET LES METHODES permettant d'adopter une attitude commerciale, performante et professionnelle au cours des différentes étapes de la vente

ORGANISER SON TEMPS POUR PROSPECTER:

- Travail sur le Savoir-être et le Savoir-faire
- Créer son argumentaire de vente.