



# ASSOCIATIONS DE TOURISME : COMMENT OPTIMISER LES ETAPES DE VOTRE STRATEGIE COMMERCIALE

Fiche formation F10 - Formation de 2 jours

***Il ne suffit pas d'avoir le meilleur produit, encore faut il le faire savoir ...***

*Une formation participative et collaborative de 2 jours destinée aux associations du tourisme social pour optimiser leur stratégie commerciale : poser les bases de sa stratégie commerciale, bien en définir les différentes étapes et identifier les actions clés de la relation client/ usagers.*

*Une formation alliant méthode, partage d'expériences et cas pratiques pour des associations de tourisme qui n'ont souvent que peu de temps ou peu de moyens humains ou financiers à consacrer à leur stratégie commerciale pourtant essentielle à leur développement.*

*Une nouvelle formation déjà diffusée auprès des associations de tourisme membres de l'Unat Centre et de l'Unat Nouvelle Aquitaine.*



**100% de stagiaires satisfaits ;**

**100% recommandent cette formations\***

\*source : enquête issue de 20 stagiaires formés en 2020

*Cette formation sera animée par Magali Bonnin, directrice de P2M consulting et Facility Project, formatrice sur la gestion de projet depuis plus de 15 ans et forte d'une expérience de plus de 10 années dans le secteur du tourisme social et associatif.*

**Contact : Magali Bonnin – [contact@p2mconsulting.fr](mailto:contact@p2mconsulting.fr) – 06.84.75.25.83**





## ASSOCIATIONS DE TOURISME : COMMENT OPTIMISER LES ETAPES DE VOTRE STRATEGIE COMMERCIALE

Durée : Formation de 2 jours (14 heures)

Lieu : en Inter, en Intra au sein de votre établissement et/ ou à distance Date / délai d'accès : sous 3 mois selon disponibilité du client

### Public visé :



- Établissements et associations de tourisme social
- Prérequis : cette formation ne nécessite pas de prérequis

### Objectifs opérationnels :



- Appliquer les étapes de la mise en place de sa stratégie commerciale
- Construire sa relation client en identifiant les questions à se poser
- Définir au mieux ses objectifs de commercialisation

### Modalités pédagogiques :



- Alternance de support théorique (PowerPoint) et d'exercices opérationnels
- Exercices de mises en situation pratiques en continu
- Questionnaires d'auto-évaluation

### Méthode pédagogique :



- Un temps de préparation est prévu avec le client en amont des formations afin d'adapter totalement la formation au contexte et besoins du client.
- Un questionnement est fait auprès de chaque stagiaire sur son niveau de connaissance et ses attentes, avant le début de la formation
- Un support de formation en pdf est remis à chaque participant

### Modalités d'évaluation :



- Feuille d'émargement signées par les stagiaires et par le formateur par demi-journées.
- Certificat de réalisation remis en fin de formation
- Evaluation formative tout au long de la formation + Questionnaire d'évaluation des acquis en fin de formation
- Questionnaire de satisfaction en fin de formation

### Equipement :



- salle de formation aux normes ERP, connexion internet, ordinateur pour chaque stagiaire, écran projecteur, paperboard (si Intra fourni par le client)

### Accessibilité aux personnes en situation de handicap :



- P2M Consulting peut proposer des aménagements organisationnels et pédagogiques pour répondre aux besoins particuliers des personnes en situation de handicap.

### Tarifs :



- Intra : 1800€ HT par jour pour un groupe de 8 stagiaires maximum
- Inter : 460€ HT de frais de formation + 30€ de forfait repas par jour et par stagiaire

## 1 CONCEPTS DE BASE

Jour

Introduction

Présentation – tour de table - Attentes et objectifs de la formation

- **Le développement de sa stratégie commerciale**
  - La cible
  - Les besoins
  - Les enjeux / Les contraintes
  - Les objectifs

- **La relation client :**

- Les 6 étapes de la GRC
- Analyse des pratiques

Jour

## Cas pratiques

Cette seconde journée se déroulera quelques jours après la 1ère journée afin de laisser à chaque stagiaire le temps de travailler à la présentation d'un cas pratique qu'il devra présenter aux autres stagiaires.

- Exposé par chaque stagiaire de sa stratégie commerciale sur une cible et un produit bien défini
- Capitalisation des expériences
- Renforcement des notions de base

Conclusion : Questions/ réponses / Evaluation des acquis / Evaluation de la satisfaction des stagiaires

Le contenu de la formation peut être adapté et modulé en fonction des besoins et demandes spécifiques des apprenants dans le respect des objectifs de formation visés.