

Quelques exemples de thèmes de formation « à la carte »

Tél. 06 16 45 26 09 www.declic-conseil.com contact@declic-conseil.com

METTRE EN PLACE SA STRATÉGIE COMMERCIALE et DE COMMUNICATION

(1 à 2 Jours)

Connaître et maîtriser

*Les différentes étapes de la stratégie marketing

*L'élaboration d'un plan d'actions commerciales et de communication

Savoir choisir

*les différentes actions à mettre en place pour atteindre ses objectifs :

améliorer mes prestations et mes services, mettre en place ma politique de prix, choisir ses réseaux de distribution, décider et mettre en place des actions de communication.

COMMENT FIDELISER SES CLIENTÈLES ?

(1 Jour)

Savoir

*Intégrer une stratégie de fidélisation dans la stratégie marketing de son entreprise

Connaître

*Le processus de fidélisation de ses clientèles

*Les avantages et les contraintes liés à la fidélisation

Connaître et maîtriser

*Les actions de fidélisation et leurs objectifs

*Les techniques de fidélisation

LA « BOÎTE A OUTILS » POUR MIEUX COMMUNIQUER SUR INTERNET

(1 Jour)

Connaître

* Les « règles et les astuces » pour concevoir et faire évoluer son site Internet

* Les « règles et les astuces » pour optimiser le référencement de son site Internet
- référencement naturel et référencement payant-

* Les différents circuits de vente et de communication par Internet - centrales de réservations, portails touristiques dédiés, annuaires spécialisés, sites communautaires...-
Qui sont-ils ? Comment fonctionnent-ils ? Comment optimiser sa collaboration avec eux ?

* Surveiller, gérer et améliorer sa « e-réputation » pour développer et fidéliser ses clientèles : tout savoir sur les avis postés des internautes.

LES CLÉS DE LA RÉUSSITE D'UN MAILING

(1 Jour)

Connaître

* L'importance et le rôle du marketing direct dans sa stratégie commerciale de prospection et de fidélisation

Maîtriser

* Le fichier clientèle - mise en place, optimisation, législation-

* Les différents canaux du marketing direct - téléphone, fax, courrier, e-mail, mobile -

* Les différentes étapes d'une opération mailing réussie par courrier, fax et e-mail : conception, rédaction, mise en forme, envoi, gestion des retours-

Règles et Astuces

* La communication multi-canal : les meilleures combinaisons des canaux pour mieux atteindre ses cibles.

Quelques exemples de thèmes d'accompagnement « à la carte »

Optimiser sa stratégie commerciale et de communication :

- Diagnostic de mon plan d'actions commerciales et de communication
- Pistes d'amélioration pour développer son entreprise.

Mettre en place une stratégie commerciale et de communication :

- Réflexions et démarches pour prendre les bonnes décisions : de l'analyse de son marché à l'élaboration du plan d'actions commerciales et de communication.

Suivre la stratégie commerciale et de communication :

Gérer toutes les actions commerciales et de communication :

- prospection de clientèles
- création de supports commerciaux et de communication
- relations clientèles
- relations avec la presse
- organisation d'événements
-

« Coups d'accélérateur » au développement de son entreprise :

- démarchages de clientèles « d'affaires » et de « loisirs » en France et à l'étranger : clients directs, intermédiaires touristiques, institutionnels du tourisme, entreprises...
- optimisation de sa présence et de sa communication sur Internet : référencement, inscription à des annuaires, sites communautaires, suivi des avis des internautes....
- actions de communication auprès de ses clientèles pour mieux les fidéliser
- créations de supports commerciaux et de vente
- gérer la présence de son établissement sur les guides touristiques français et étrangers y compris sur le web.

**Un diagnostic commercial de votre établissement est réalisé
avant chaque début de mission.**



Votre contact, **Carole TORLASCO**

... dé clic ... depuis 2004

+ de 17 ans d'expérience professionnelle en France et à l'étranger. (Hôtels du 3 au 4****L, Restaurants traditionnels et gastronomiques, Résidences de tourisme... pour la fonction de directrice commerciale et de communication)

-Titulaire d'une **Maîtrise de Gestion en Hôtellerie-Tourisme** et d'un **B.T.S Hôtellerie**

-Titulaire de la **formation pédagogique « Se former au métier de formateur »**, Ci.r.f.f.i Toulouse.

■■■ CONSEIL

Accompagnement pour la commercialisation et la communication d'entreprises touristiques : de la mise en place d'une stratégie marketing à des actions personnalisées et ciblées de commercialisation et de communication.

■ **RELATIONS CLIENTÈLES** : toutes cibles de clientèles France et étranger

■ prospection de clientèles ■ choix et suivi de réseaux de distribution traditionnels et via Internet ■ négociation de contrats ■ fidélisation de clientèles ■ ...

■ **COMMUNICATION**

■ relations Presse & Media ■ relations Publiques
■ relations avec les guides touristiques français et étrangers ■ mise en place de partenariats ■ création et envoi de newsletter, mailing et e-mailing
■ participation à des salons ■ création de supports commerciaux ■ accompagnement à la création de site Internet ■ ...

■ **E - MARKETING**

■ optimiser la visibilité et le référencement de son site Internet ■ communiquer sur Internet ■ surveiller et améliorer sa « réputation en ligne » ■ ...

■■■ FORMATION

Formatrice en marketing stratégique et opérationnel pour le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme.

■ **CONCEPTION D'INTERVENTION**

diagnostic, définition des objectifs pédagogiques, rédaction du contenu avec outils et méthodes.

■ **ANIMATION DE SESSIONS DE FORMATION**

Public des formations :

chefs d'entreprises et salariés (hôtellerie traditionnelle et hôtellerie de plein air), restaurateurs, gestionnaires de chambres et de tables d'hôtes, professionnels de l'agritourisme, agents de voyages, porteurs de projets touristiques.

■ **QUELQUES THÈMES DE FORMATION PROPOSÉS**

... ■ Construire sa stratégie marketing ■ Le fichier clientèle et le marketing direct ■ Fidéliser ses clientèles ■ Démarcher une clientèle étrangère
■ Intégrer Internet dans sa démarche commerciale
■ ...

■■■ DES RÉFÉRENCES

Hôtels, hôtels-restaurants, restaurants, chambre d'hôtes, réseau touristique en Midi-Pyrénées, agences de voyages

■■■ DES RÉFÉRENCES

AS Voyages, C.C.I Carcassonne, C.C.I Narbonne, CREER Boutique de gestion, Ecole Tunon Toulouse, Réseaux « Bienvenue à la ferme »... et des entreprises privées du secteur du tourisme.