



## ■■■ 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 de réseaux de distribution
  - négociation de contrats
  - fidélisation de clientèles
  - ...

### ■ COMMUNICATION

- relations presse & media
- relations Publiques
- relations avec les guides touristiques
- mise en place de partenariats
- newsletter
- participation à des salons
- création de documents commerciaux
- ...

### ■ E - MARKETING

- optimiser la visibilité de son site Internet
- suivi de site Internet
- communiquer et vendre par Internet
- e-mailing
- ...

## ■■■ DES RÉFÉRENCES

Hôtels indépendants du 2 au 3\*, restaurants, chambre d'hôtes, réseau touristique en Midi Pyrénées, agences de voyages

## ■■■ FORMATION

Formatrice en marketing stratégique et opérationnel pour le secteur 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

A.F.A.T Voyages, Catalyse, C.C.I Carcassonne, C.C.I Narbonne, CREER Boutiques de gestion , Ecole Tunon Toulouse, I.R.F.A Sud, réseau « Bienvenue à la ferme »... et des entreprises privées du secteur du tourisme

**Votre contact, Carole Torlasco**

**+ de 15 ans d'expérience professionnelle en France et à l'étranger.**

Titulaire d'un BTS Hôtellerie et d'une maîtrise de gestion en Hôtellerie-Tourisme.

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

## Quelques exemples de thèmes de formation « à la carte »

### **METTRE EN PLACE SA STRATÉGIE COMMERCIALE** ( 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 les réseaux de distribution, décider des actions de communication )

### **COMMENT FIDELISER SES CLIENTÈLES ?** ( 1 Jour )

#### Savoir

- \*Intégrer une stratégie de fidélisation dans sa stratégie marketing d'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

### **UTILISER SON SITE INTERNET ET LE WEB DANS SA STRATÉGIE COMMERCIALE**

( 1 Jour à 1 jour 1/2 )

#### Connaître

- \*Les « règles et les astuces » pour mieux 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-

#### Connaître et faire son choix parmi les différents canaux de distribution par Internet

- \*Centrales de réservations, portails touristiques dédiés, annuaires spécialisés...

#### Connaître les sites communautaires touristiques et savoir les utiliser dans sa stratégie commerciale

### **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 et optimisation-
- \*Les différents canaux du marketing direct – téléphone, fax, courrier, e-mail -
- \*Les différentes étapes d'une opération mailing par courrier, fax et e-mail – conception, rédaction, mise en forme, envoi, gestion des retours-

#### Connaître

- \*les perspectives des « nouveaux canaux de communication » : SMS et MMS