

...**dé**clic



Conseils et Solutions ■ Hôtellerie, Tourisme

tél : 06 16 45 26 09
contact@declic-conseil.com

Formations **2016** ,
spécifiquement dédiées aux
**professionnels de l'hébergement, de la
restauration et du tourisme.**



Votre contact :

► **Carole T o r l a s c o,**

**P. 06 16 45 26 09
à Toulouse**

... **dé**clic T. 06 16 45 26 09 17 rue de la digue, 31300 Toulouse



www.declic-conseil.com contact@declic-conseil.com
enregistré sous le numéro 73 31 07149 31 auprès du préfet de région Midi-Pyrénées

...**dé**cl**ic**



Conseils et Solutions ■ Hôtellerie, Tourisme

tél : 06 16 45 26 09
contact@declic-conseil.com

Toutes ces formations mettent l'accent sur la participation et la pratique.

Ces formations peuvent être financées par votre organisme collecteur.

Ces formations peuvent être dispensées intra-entreprises ou inter-entreprises.

A la fin de chaque formation les stagiaires reçoivent un document récapitulatif de leur journée (version papier et/ou numérique)

D'autres thèmes de formations peuvent être développés en fonction de vos demandes et de vos besoins. [Contactez-nous.](#)



Nous intervenons dans toute la France !

...**dé**cl**ic**

T. 06 16 45 26 09

17 rue de la digue, 31300 Toulouse



www.declic-conseil.com

contact@declic-conseil.com

enregistré sous le numéro 73 31 07149 31 auprès du préfet de région Midi-Pyrénées



Nous proposons les thèmes suivants :

- ◆ **Marketing**
- ◆ **Commercialisation**
- ◆ **Communication**



-
- ◆ **Web marketing**
 - ◆ **e-réputation**
 - ◆ **Gestion des avis clients**
 - ◆ **Réseaux sociaux**
 - ◆ **Outils Google**
 - ◆ **Les ateliers 4h**
 - ◆ **Les suivis post-formations**

◆ **Autres thèmes : *à la demande***



● Construire une stratégie marketing adaptée à votre établissement :

Mettre en place une stratégie marketing est **incontournable** quelles que soient votre taille et votre activité.

La méthodologie à connaître et à pratiquer pour choisir et mettre en place les actions commerciales et de communication pour développer son activité.

Au final votre stratégie marketing en poche !

Durée : 2 journées, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Maîtrisez votre commercialisation et passez à l'action :

Les fondamentaux incontournables pour la conquête et la fidélisation de clientèles en minimisant les intermédiaires touristiques

Durée : formation adaptable en format de 1.5 à 2.5 journées, *intra-entreprise*

● Booster ses ventes en menant des actions de « fidélisation » auprès de ses clients.

La fidélisation des clientèles passe par de nombreux leviers. Après avoir compris le mécanisme de la fidélisation, des actions et des outils essentiels sont abordés.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Optimiser ses ventes en développant les circuits de distribution adaptés pour son établissement.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

◆ Marketing ◆ Commercialisation

● **Prospecter ses clientèles B to B : la méthodologie gagnante pour prospecter et fidéliser** (entreprises, agences réceptives, agences événementielles, TO...).

Durée : 1 à 2 journées, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● **Développer ses clientèles « de proximité » (prospects, clients , prescripteurs) :**

Clientèles à haut potentiel, elles sont souvent négligées parce que trop « proches ».

Mettre en place une stratégie de commercialisation adaptée.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● **développer des clientèles spécifiques** (cyclotourisme, randonnées,...)

Clientèles françaises et étrangères en développement, il est important de connaître leurs attentes et leurs besoins, les circuits de distribution spécifiques pour pouvoir s'y adapter et se commercialiser efficacement.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● **Optimiser sa relation et sa promotion auprès des institutionnels « tourisme » :**

Qui sont les institutionnels et quels sont leurs rôles ? Comment mettre en place un partenariat efficace et durable ?

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

◆ Communication

● Bâtir un plan de communication efficace pour son entreprise :

De la réflexion aux actions. **La communication au quotidien est indispensable pour développer son activité.** De nombreuses actions « traditionnelles » et « via Internet » existent. Il s'agit de connaître et de choisir les actions les plus appropriées pour développer et fidéliser ses clientèles.

Durée : 1 ou 2 journées, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Réussir des « mailings gagnants ».

Planifier un e-mailing doit résulter d'une véritable réflexion pour que le message atteigne sa cible. De la réflexion à l'action en passant par la découverte d'outils adéquats pour rédiger et mettre en forme ses messages.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Bâtir son argumentaire et réussir son entretien de vente. Vendre

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Créer un « événement » pour son entreprise.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*



◆ **Web marketing** ◆ **e-réputation** ◆ **Gestion des avis clients**

● **Mettre en place une stratégie web-marketing efficace.**

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*,

● **4 « incontournables » pour mieux commercialiser et communiquer sur Internet.**

Référencement « naturel », « Google My Business », sites et annuaires e-tourisme, « google analytics »

Durée : 2 journées, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● **Comment gérer et optimiser sa e-réputation ?**

Les « bonnes pratiques » pour booster ses ventes et sa communication avec les avis de ses clients.

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● **Optimiser la communication de son activité sur Internet : sur quels sites communiquer et comment communiquer ?**

Dans un objectif de référencement naturel et d'optimisation de e-réputation, il est important d'être référencé sur des sites/annuaires/portails spécifiques. Quels sont ces sites ? Comment fonctionnent-ils ? Comment s'y inscrire ? Comment les repérer ?

Durée : ½ journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*



◆ Réseaux sociaux ◆ Outils « Google »

● Réseaux sociaux : mettre en place une stratégie pour son activité ?

Quels sont les principaux réseaux sociaux en 2015 et quelles spécificités pour chacun ? Quelle est la réflexion à adopter avant de s'engager...ou pas ?

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Démarrer et Optimiser sa communication sur facebook :

les questions incontournables avant de s'engager dans une communication via facebook et les principales règles, pratiques et fonctionnalités pour animer sa page facebook.

→ Niveau 1. Débutants & → Niveau 2. perfectionnement

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Interpréter les statistiques de son site Internet avec google analytics pour améliorer la commercialisation et la communication de son entreprise.

Durée : ½ journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*

● Démarrer sa communication sur G+ :

les questions incontournables avant de s'engager dans une communication via G+ et les principales règles et pratiques pour communiquer via G+.

→ Niveau 1. débutants

Durée : 1 journée, *inter-entreprise et intra-entreprise*





Formations courtes sous forme d'ateliers, répondant aux besoins précis et quotidiens des professionnels.
Chacun travaille sur son cas entreprise et repart avec des solutions.

◆ Les ateliers

● Gérer sa page Tripadvisor et savoir répondre aux avis

Outils pratiques et Bonnes pratiques pour suivre et gérer ses avis clients

● Gérer son espace Google My Business et optimiser sa page entreprise

● Idées pratiques et Astuces pour animer sa page facebook → Niveau 1. Débutants & → Niveau 2. perfectionnement

● Outils pratiques pour l'organisation de sa stratégie web-marketing

● Les incontournables à connaître pour optimiser son partenariat avec son webmaster ?

Maîtriser l'essentiel de son site et d'internet pour optimiser la collaboration avec son webmaster



◆ Les suivis post-formations

Une demi-journée de suivi peut être proposée après chaque formation.

Après un temps d'expérience du stagiaire, cette demi-journée permet de revenir sur les toutes les difficultés rencontrées par les participants au cours de leur pratique.

Le principe :

Chaque participant communique les principales difficultés rencontrées avant la demi-journée.

Chaque point est traité avec l'ensemble du groupe.

Le délai entre la formation et la demi-journée de suivi est fixé ensemble mais doit être de 2 semaines minimum

...**dé**clic



Conseils et Solutions ■ Hôtellerie, Tourisme

tél : 06 16 45 26 09
contact@declic-conseil.com

Merci de votre attention !

Pour toutes vos demandes :

● Votre contact :

Carole Torlasco à Toulouse

P. 06 16 45 26 09

contact@declic-conseil.com

www.declic-conseil.com

www.facebook.com/declic.conseil.solutions

Conseil & Accompagnement

Nous proposons également notre expertise pour le développement commercial et la communication de votre entreprise

...**dé**clic

T. 06 16 45 26 09

17 rue de la digue, 31300 Toulouse



www.declic-conseil.com

contact@declic-conseil.com

enregistré sous le numéro 73 31 07149 31 auprès du préfet de région Midi-Pyrénées