

**Catalogue** des Formations **2019**,  
spécifiquement dédiées aux  
**professionnels de l'Hébergement, de la  
Restauration et du Tourisme.**

Votre contact :

► **Carole T o r l a s c o**, à Toulouse

P. 06 16 45 26 09





Conseil et Solutions • Hôtellerie Tourisme

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

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 !**



• T. 06 16 45 26 09

[contact@declic-conseil.com](mailto:contact@declic-conseil.com)

[www.declic-conseil.com](http://www.declic-conseil.com)

déclaration d'activité enregistrée sous le n° 73 31 07149 31

## 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*

• **Les programmes, devis et conditions générales de vente sont communiqués sur demande.**



## ◆ Marketing ◆ Commercialisation

### ● **Construire une stratégie marketing adaptée à votre structure :**

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

La méthodologie à connaître et à appliquer pour choisir et mettre en place les actions commerciales et de communication pertinentes et efficaces.

**Au final votre stratégie marketing en poche !**

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

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

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

*Formation adaptée en fonction des publics agri-tourisme ou vente directe*



## ◆ Marketing ◆ Commercialisation

### ● **Développer ses clientèles « de proximité »**

( prospects, clients , prescripteurs ) :

Clientèles à haut potentiel, elles sont souvent négligées. Mettre en place une stratégie de commercialisation et de communication adaptée.

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

### ● **Développer des clientèles spécifiques** (cyclotourisme, randonnées, groupes affaires...)

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.

### ● **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 activité

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 et/ou e-mailings gagnants »

Planifier un mailing ou 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.

La découverte et l'apprentissage d'une plateforme de création et de gestion d'e-mailing est prévue au cours de cette formation

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

### ● Bâtir son argumentaire et réussir son entretien de vente

Que ce soit au cours d'une vente en face à face ou à la création d'un support de communication, le choix d'arguments adaptés à chaque clientèle est important.

Connaître et expérimenter pour son activité la création d'arguments.

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



## ◆ Communication

### ● La Relation Clients **avant/pendant/après**

Quelles actions de communication et de e-communication pour une relation client gagnante ?

On parle d' « expérience » clients et de parcours d'achat du client.

Mais que doit-on faire au quotidien et de manière concrète pour réussir sa relation clients ?

Une formation en 2 temps pour réfléchir à ses clients et enfin trouver les actions et les outils à développer pour mieux les capter et les fidéliser

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

### ● Créer un « événement » pour son entreprise

Organiser un événement pour communiquer auprès de ses clients s'avère être une action efficace de communication.

Quelle réflexion et méthodologie avoir pour organiser son événement ?

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

### ● Organiser efficacement sa participation à un salon professionnel ou workshop ( en tant qu'exposant)

La participation à un salon professionnel ou à un workshop en France ou à l'étranger, est une action commerciale et de communication importante pour un prestataire touristique.

Il est important de préparer cette participation avant/pendant/après événement pour l'optimiser et concrétiser des relations commerciales

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

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

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

La visibilité sur le web est aujourd'hui incontournable.

Tous vos clients se renseignent, achètent, comparent, commentent... sur Internet.

Une stratégie sur le web doit être réfléchie pour choisir et organiser les actions efficaces , en utilisant les outils pertinents.

Cette formation donne la méthodologie pour mettre en place une stratégie et présente les principaux outils et supports de communication adaptés à vos activités.

**\*Durée** : 1 à 2 journées

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

Pour une meilleure visibilité Internet, il est important de mener certaines actions et d'utiliser certains outils indispensables.

2 journées pour acquérir les bases et les utiliser efficacement :

-Les bases du référencement « naturel », optimisation au quotidien pour une meilleure optimisée avec son webmaster

-L'optimisation de l'espace « Google My Business »

-L'utilisation de l'outil Google Analytics ( principales fonctionnalités et indicateurs)

-La connaissance et la pratique des sites référents

**\*Durée** : 2 journées





- ◆ Web marketing
- ◆ E-réputation
- ◆ Gestion des avis clients

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

Votre client peut s'exprimer sur de nombreux sites, espaces de réseaux sociaux, blogs..

Votre e-réputation se construit, se surveille s'optimise.

Les bonnes pratiques pour « booster » ses ventes et sa communication avec les avis de ses clients y compris les meilleures pratiques pour « bien » répondre aux avis.

La Méthodologie, les outils et les supports indispensables.

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

## ● Optimiser la visibilité mobile de son activité

**Être visible sur l'internet mobile est aujourd'hui un véritable enjeu.**

Vos clients recherchent, achètent, consultent leur e-mails, interagissent sur les réseaux sociaux, s'orientent, commentent ...de plus en plus depuis leur smartphone.

Il s'agit de bien connaître les espaces de communication de l'internet mobile, les actions à mettre en place, les « bonnes pratiques » pour optimiser sa présence et gagner du temps.

Pendant cette formation, il s'agira de savoir aussi gérer et optimiser son espace « Google My business ». ( sous forme d'atelier pratique)

**Durée** : 1 journée



- ◆ Web marketing
- ◆ E-réputation
- ◆ Gestion des avis clients

● **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 :** 1 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 2019 et quelles spécificités pour chacun ?

Quelle est la réflexion à adopter avant de s'engager...ou pas ?

Quels réseaux sociaux choisir pour son activité et comment organiser son démarrage ? (réflexion sur facebook, instagram, G+, LinkedIn, pinterest, you tube... )

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

### ● Démarrer et/ou 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 efficacement sa page facebook.**

→ **Niveau 1. Débutants** & → **Niveau 2. Perfectionnement** **Atelier pratique**

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

## ◆ Réseaux sociaux ◆ Outils « Google »



## ● Démarrer sa communication sur Instagram

C'est le réseau social qui monte !

Il privilégie l'image et s'adresse en majorité à une clientèle plus jeune.

Les questions incontournables avant de s'engager dans une communication via Instagram.

Les principales fonctionnalités, pratiques et règles pour animer efficacement son compte Insta.

→ **Niveau 1 : débutants** [Atelier pratique](#)

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

## ● Interpréter les statistiques de son site Internet avec google analytics pour améliorer sa commercialisation et sa visibilité

Découvrir l'outil de lecture des statistiques de son site Internet : les paramétrages de base, les principaux indicateurs et comment tirer profit de l'interprétation de certains indicateurs.

**\*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.

- **Gérer sa page Tripadvisor et savoir répondre aux avis**

Bonnes pratiques et outils pour suivre et gérer ses avis clients et optimiser son tableau de Bord tripadvisor

- **Gérer et optimiser son espace « Google My Business »**

Espace incontournable pour une visibilité optimale mobile, il doit être optimisé pour communiquer via du texte et des photos et pour la gestion des avis clients.

- **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.**

**Suite à une formation ET après un temps d'expérience des participants, cette demi-journée permet de revenir sur les toutes les difficultés rencontrées 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*



Conseil et Solutions • Hôtellerie Tourisme

**Merci de votre attention !**

Pour toutes vos demandes de programmes et devis :

• Votre contact :

**Carole Torlasco** à Toulouse

P. 06 16 45 26 09

[contact@declic-conseil.com](mailto:contact@declic-conseil.com)

[www.declic-conseil.com](http://www.declic-conseil.com)



• T. 06 16 45 26 09

[contact@declic-conseil.com](mailto:contact@declic-conseil.com)

[www.declic-conseil.com](http://www.declic-conseil.com)

déclaration d'activité enregistrée sous le n° 73 31 07149 31

## Conseil & Accompagnement

Nous proposons également notre expertise pour le développement commercial et la communication des professionnels du tourisme.

Votre contact :

► Carole T o r l a s c o,

P. 06 16 45 26 09  
à Toulouse

