

Catalogue des Formations **2020**,
●présentiel & distanciel●
spécifiquement dédiées aux
professionnels de l'Hébergement,
de la Restauration et du Tourisme.

Votre contact :

▶ Carole Torlasco, à Toulouse

P. 06 16 45 26 09

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

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

▶▶ **Certaines de ces formations peuvent être proposées en distanciel** ou bien en **mode e-learning (via plateforme zoom pro)**.

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 !



►► **Nous vous invitons à nous contacter pour connaître les formations qui peuvent être proposées en distanciel ou en mode e-learning.**

Nous proposons les thèmes suivants :

- ◆ Marketing
 - ◆ Commercialisation
 - ◆ Communication
 - ◆ Stratégie 360° (Nouveau !)
-

- ◆ Web marketing
 - ◆ e-réputation (Formation disponible en anglais !)
 - ◆ Gestion des avis clients (Formation disponible en anglais !)
 - ◆ Réseaux sociaux
 - ◆ Outils Google
 - ◆ Outils de Communication (Nouveau !)
-

- ◆ Les ateliers 4h
- ◆ Les suivis post-formations
- ◆ L'accompagnement (Nouveau en détails !)

◆ 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

◆ 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 affinitaires** (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*

◆ Marketing ◆ Commercialisation

● **Stratégie 360° , Penser ou repenser sa stratégie marketing :**

La crise du Covid-19 a bouleversé notre monde et impacté fortement le secteur du tourisme.

Elle a entraîné des interrogations personnelles, mais aussi des remises en question sur les valeurs de son entreprise , le sens de ses actions...

Les attentes des clients ont évolué, les déplacements ne sont plus les mêmes, de nouveaux comportements apparaissent... Cette crise a été un accélérateur de tendances.

Au milieu de ce contexte, il est important de repenser sa stratégie, de redéfinir son marché, de clarifier son positionnement, d'aller vers de nouveaux outils...

Votre stratégie marketing et web-marketing en vision 360°

Tout est mis à plat, repensé, consolidé, ... à travers une réflexion et une co-création, pour aboutir à un plan d'actions commerciales et de communication complet avec les outils et les supports adaptés et à maîtriser.

C'est le moment de « se poser », de réfléchir, d'anticiper, d'orchestrer, de mettre en place...

***Durée** : 3 journées, *inter-entreprise et intra-entreprise* avec 15 jours d'intervalle entre la journée 2 et 3

◆ 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 ainsi que le RGPD.

***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 collaboration 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

- **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 2020 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, 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 bien adapté à vos métiers !
Il privilégie l'image et s'adresse en majorité encore 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*



◆ Outils de Communication

- **Démarrer l'utilisation d'un studio graphique on line (« canva »)**

Canva est l'outil incontournable du moment pour réaliser facilement des supports de communication de qualité. Grâce à ses modèles et sa facilité d'utilisation il est l'outil incontournable pour vous faire gagner du temps et proposer des visuels et des documents de qualité à tous vos clients. L'outil a un abonnement de base gratuit suffisant dans un premier temps.

Cette formation vous donnera toutes les clés pour prendre en main rapidement cet outil et réaliser 2 projets de support de communication prêt à partir !

***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 & Accompagnement

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

↳ 3 formules d'accompagnement

1	2	3
« A l'année »	« Start up »	« À la carte »
Vous souhaitez <u>déléguer</u> votre commercialisation et votre communication à un expert et collaborer activement.	Vous souhaitez <u>un accompagnement « coup de pouce »</u> pour mieux vous organiser, devenir autonome et efficace dans votre commercialisation et/ou communication.	Vous souhaitez <u>trouver des solutions</u> à une problématique ou un besoin particuliers.
12 mois	4 mois <i>minimum</i>	à définir selon vos objectifs et vos besoins
Diagnostic commercial et de communication*	Diagnostic commercial et de communication*	Diagnostic commercial et de communication*
OFFERT	OFFERT	OFFERT

* le diagnostic est réalisé à partir d'un entretien oral réalisé sur site et de données fournies par vos soins (stats site internet, réseaux sociaux, profil clients...). Le diagnostic est réalisé uniquement après confirmation des deux parties de collaborer ensemble selon une des 3 formules d'accompagnement proposées.

Quelques exemples de contenus de mission d'accompagnement :

****Stratégie**

Rédaction et Mise en place de la stratégie marketing et web-marketing annuelle + plan d'actions commerciales et de communication + calendrier

****Commercialisation** sur les tous les principaux marchés **français et étrangers**, groupes et individuels, affaires et loisirs.

-Phoning -visite « terrain » -accueil sur site-

-Participation à des salons et workshops en France et à l'étranger

-Accompagnement à la commercialisation sur les plateformes dédiées affaires et loisirs et les intermédiaires touristiques : identification, choix, Négociation et suivi des contrats (Tour Opérateur , agence, hotelbooking agent, O.T.A, site ventes privées...)

****Communication et e-communication :**

-e-réputation : Collecte des avis et réponses aux avis sur les principales plateformes, optimisation de la présence de l'établissement sur les plateformes et annuaires, suivi de la e-réputation

-Référencement naturel : optimisation et suivi de référencement naturel en collaboration avec le webmaster (création de contenu, netlinking, MAJ,...)

-Emailing : création, envoi et suivi d'e-mailing ciblés et mise en place de scénari annuels.

-Réseaux sociaux : création de compte pro, animation de compte pro, écriture de ligne éditoriale, rédaction d'articles

-Site Internet : rédaction cahier des charges, recherche de prestataires, accompagnement à la création et à la refonte de site internet en lien avec l'agence

-Statistiques : rédaction de rapport de statistiques mensuels et annuels en lien avec les réseaux sociaux, le site internet

****Représentation dans les instances institutionnelles**

****Evénements** : organisation d'éductours, organisation d'événements et communication

****Création de supports de commercialisation et de communication** : brochure, flyer, dossier de presse, communiqué de presse,...

****Veille concurrentielle**

****Mise en place de nouveaux outils de communication** pour gain de temps avec formation incluse en fonction des besoins

Merci de votre attention !

Pour toutes vos demandes de programmes et devis :

Votre contact :

▶ Carole T o r l a s c o ,

P. 06 16 45 26 09
à Toulouse

contact@declic-conseil.com

www.declic-conseil.com

