

2023

## Catalogue de formations

1



[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

## Bonjour & Bienvenue sur le catalogue de nos formations 2023!

❶ Ces formations s'adressent aux professionnels

**DE L'HÔTELLERIE, DE LA RESTAURATION ET DU TOURISME.**

❷ Certaines d'entre elles peuvent être proposées en mode distanciel ( via plateforme zoom pro). L'information vous est donnée à la suite de chacun des thèmes.

D'autres thèmes peuvent être développés et conçus en fonction de vos demandes et de vos besoins et du contexte de votre entreprise.

❸ Si vous souhaitez connaître en détails les **prérequis, les programmes, les méthodes pédagogiques, les modalités d'évaluation, les délais d'accès**, de chacune d'entre elles, nous vous invitons à nous contacter directement.

❹ Les tarifs 2023 et les conditions générales de vente sont communiqués à la demande.

❺ Nous pouvons rendre possible ces formations **pour les personnes en situation de handicap.**

❻ Enfin **nous intervenons dans toute la France et bien au-delà** puisque certaines de ces formations sont dispensées en anglais !

**AU PLAISIR DE VOUS RENSEIGNER EN DÉTAILS SUR CE CATALOGUE,**

**CAROLE TORLASCO  
P. 06 16 45 26 09**



## ●Sommaire des thèmes de FORMATIONS et des suivis 2023 :

**P 4 à 19**

- ◆ Marketing & Commercialisation
- ◆ Communication
- ◆ Tourisme Durable
  
- ◆ Marketing Digital
- ◆ e-réputation (Formation disponible en anglais !)
- ◆ Gestion des avis clients (Formation disponible en anglais !)
- ◆ Réseaux sociaux
- ◆ Outils Google
- ◆ Outils de Communication
  
- ◆ Les ateliers **4H**

3

## ●L'ACCOMPAGNEMENT :

**P 20 à 21**

## ●VOTRE CONTACT :

**P 22**



## ● Les FORMATIONS

◆ 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. Quel tsunami !

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 seront plus les mêmes, de nouveaux comportements apparaissent... Cette crise est 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...et d'adapter son plan d'actions **pour être efficace avant, pendant et après la reprise !**

#### **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 jours, avec 15 jours d'intervalle entre la journée 2 et 3

**\*FORMAT :** présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Marketing ◆ Commercialisation

### ● Construire sa stratégie marketing & web-marketing :

Mettre en place une stratégie marketing est **incontournable** quels 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. Réflexion et organisation, **marketing inbound et outbound**, commercialisation, communication...sont les thèmes abordés.

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

rédiger son plan d'actions commerciales et de communication

\***DURÉE** : 2 jours

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

5

### ● Prospecter ses clientèles B to B : la méthodologie gagnante pour prospecter et fidéliser ( clientèles affaires et loisirs -entreprises, CSE, agences réceptives, TMC...).

La prospection d'une clientèle en BtoB, d'entreprises à entreprises, passe par une méthodologie et des réseaux spécifiques. Mieux connaître les clientèles que vous ciblez pour décider de la meilleure stratégie, construire son plan d'actions et décider des meilleurs supports traditionnels ou digitaux

\***DURÉE** : 1 à 2 jours

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Marketing ◆ Commercialisation

### ● Développer ses clientèles « de proximité »

( prospects, clients , prescripteurs ) :

Clientèles à haut potentiel, souvent négligées. Traditionnelles ou issues de nouveaux comportements (staycation, workation, slowtourisme...) elles occupent le devant de la scène avec la crise sanitaire. Elles sont les clientèles incontournables de 2022 avec des besoins et attentes spécifiques.

Mettre en place la stratégie de commercialisation et de communication adaptée.

**\*DURÉE** : 1 jour

6

### ● Développer les clientèles affinitaires (cyclotourisme, randonnées, voitures de collection ...)

Clientèles françaises et étrangères en constant développement, elles nécessitent de connaître leurs attentes et leurs besoins, les circuits de distribution spécifiques qu'elles utilisent. Quelle commercialisation ensuite entreprendre pour réussir à les capter ?

**\*DURÉE** : 1 à 2 jours

**\*FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

### ● 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, les actions et les outils traditionnels et digitaux essentiels sont abordés.

**\*DURÉE** : 1 jour

**\*FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Tourisme Durable

### ● **Mon activité et le tourisme durable : quels enjeux et quelles actions ? ( initiation au tourisme durable)**

C'est le sujet d'actualité dans le Tourisme depuis quelques années et il va certainement rester d'actualités encore longtemps et...heureusement !

Tout savoir sur **les enjeux du tourisme durable, les impacts de mon activité** sur la planète terre et mon environnement.

Mais aussi **pouvoir agir, une méthodologie** pour réfléchir avec des **solutions concrètes et des astuces**.

Une formation 100% adaptée pour votre obtention ou renouvellement de classement hôtelier (Atout France), ou bien pour se préparer à une future labellisation environnementale ou tout simplement pour être inspiré dans une future démarche RSE.

\***DURÉE** : 1 demi-journée ( 1 format journée plus approfondi est possible)

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ 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 « **digitales** » existent. Il s'agit de connaître et d'actionner tous les leviers pour développer et fidéliser au quotidien ses clientèles.

Tout savoir sur la méthodologie, les caractéristiques de chaque action, les supports et outils incontournables.

\***DURÉE** : 2 jours

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

8

### ● 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 et qu'elle passe à l'action.

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 ( accès gratuit) est prévue au cours de cette formation ainsi que le RGPD.

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel



## ◆ Communication

### ● Optimiser La *Relation Clients* (avant/pendant/après) avec les leviers digitaux et traditionnels

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 à tous les stades : de l'inspiration à l'après séjour ?

Quels sont les supports et outils digitaux pour nous aider à optimiser cette relation clients ? Quel est le bon mix entre outils traditionnels et digitaux ?

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 jours

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

9

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

Que ce soit au cours d'une vente en face à face ou au moment de 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 par une méthodologie spécifique et en s'inspirant également des retours clients !

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel

## ◆ Communication

### ● 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 quelle méthodologie avoir ?

Du choix de l'événement au rétro-planning jusqu'au suivi, apprendre à s'organiser pour réussir son événement

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

10

### ● 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.

Savoir préparer cette participation avant/pendant/après le salon/workshop pour optimiser et concrétiser des relations commerciales est le thème central de cette formation.

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

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

Qui sont les institutionnels du tourisme et quels sont leurs rôles ?

Comment mettre en place un partenariat efficace et durable avec mon hébergement/restaurant/activité touristique ?

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel

## Marketing Digital ♦ e-réputation

### ● **Mettre en place une stratégie de marketing digital efficace.**

La visibilité sur le web est aujourd'hui incontournable.

Tous vos clients s'inspirent, cherchent, se renseignent, achètent, comparent, commentent.... sur le web.

Une stratégie digitale doit être réfléchie pour choisir et organiser les actions efficaces ( inbound et outbound), en utilisant les outils et supports pertinents.

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

\***DURÉE** : 1 à 2 jours

11

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

Pour une meilleure visibilité web, il est important de mener au quotidien 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 efficace avec son webmaster

-**L'optimisation de l'espace « Google Business Profile »** pour doper son référencement « local »

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

-**La connaissance et la pratique des sites référents**

\***DURÉE** : 2 jours

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Marketing Digital ◆ E-réputation ◆ Gestion des avis

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

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

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

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

La Méthodologie, les outils et les supports indispensables.

**\*DURÉE** : 2 jours

**\*FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

12

### ● 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, sa visibilité.

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

**\*DURÉE** : 1 jour

**\*FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)



## ◆ Marketing Digital ◆ E-réputation ◆ Gestion des avis

### ● 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 sa 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 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Réseaux sociaux ◆ Outils « Google »

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

Quels sont les principaux réseaux sociaux en 2023 et quelles spécificités pour chacun d'eux ?

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, tiktok, you tube... )

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

14

### ● Démarrer et/ou Optimiser sa communication sur facebook & Instagram:

Les questions incontournables avant de s'engager dans une communication « active » via facebook, **les principales règles, pratiques et fonctionnalités pour animer efficacement sa page facebook, développer sa communauté et booster sa visibilité.**

→ **Niveau 1. Débutant** & → **Niveau 2. Intermédiaire** **Atelier pratique**

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

## ◆ Réseaux sociaux ◆ Outils « Google »

### ● Démarrer sa communication /ou Optimiser sa communication sur LinkedIn – Pratiquer le Social Selling

C'est le réseau social pour développer sa clientèle en BtoB, affaires et loisirs !

Les principales fonctionnalités, pratiques et règles pour se présenter, et animer efficacement son profil et sa page tout comme booster booster sa visibilité.

Quelles pratiques pour prospecter sur linkedIn vos clients BtoB ? (sur la base de l'option « formule gratuite » de linkedIn)

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

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)

15

### ● 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.

→ **Niveau 1. Débutants** **Atelier pratique**

\***DURÉE** : 1 demi-journée

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)



## ◆ Outils de Communication

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

Canva est devenu la plateforme incontournable pour réaliser facilement des supports de communication de qualité.

Grâce à ses modèles et sa facilité d'utilisation il est l'outil par excellence 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 !

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

\***DURÉE** : 1 jour

\***FORMAT** : présentiel ou distanciel ( plateforme zoom)



## ● LES ATELIERS d'une durée de 4H

Qu'entendons nous par la formule « ateliers » ?

Ce sont des Formations courtes sous forme d'ateliers

Elles répondent aux besoins précis et quotidiens des professionnels et doivent permettre une montée en compétences.

Elles sont basées uniquement sur des exercices pratiques, des situations réelles avec son entreprise.

17

### ● **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 Business Profile »**

Espace incontournable pour une visibilité optimale mobile et locale, il doit être optimisé régulièrement via du contenu et des photos et pour la gestion des avis clients. Tout savoir sur les astuces et fonctionnalités

### ● **Idées Pratiques et Astuces pour animer sa page facebook ou son compte Instagram**

→ **Niveau 1. Débutant** & → **Niveau 2. Intermédiaire**

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

Un partage d'outils incontournables et efficaces pour booster sa stratégie digitale en 2022 ?

Matrice en 7 questions, Plateforme de création graphique, banque de données d'images, plateforme de gestion des RS, d'avis clients...

## •LES ATELIERS d'une durée de 4H ( suite)

- 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*

## ● L'accompagnement d'entreprises TPE & PME

### Conseil & Accompagnement

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

20

### ↳ 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 <b>expert</b> et collaborer activement.	Vous souhaitez <u>un accompagnement « coup de pouce »</u> pour mieux <b>vous organiser, devenir autonome</b> et <b>efficace</b> dans votre commercialisation et/ou communication.	Vous souhaitez <u>trouver des solutions</u> à une problématique ou un besoin particuliers.
<b>12 mois</b>	<b>4 mois minimum</b>	<b>à définir</b> selon vos objectifs et vos besoins
<b>Diagnostic commercial et de communication*</b>	<b>Diagnostic commercial et de communication*</b>	<b>Diagnostic commercial et de communication*</b>
<b>OFFERT</b>	<b>OFFERT</b>	<b>OFFERT</b>

\*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 digitale annuelle + plan d'actions commerciales et de communication + calendrier
- Étude d'un marché dans l'objectif de création ou d'amélioration

**\*\*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 & les intermédiaires touristiques : identification, choix, négociation et suivi des contrats (Tour Opérateur , agence, hotelbooking agent, O.T.A, TMC, 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 (facebook, Instagram, LinkedIn)** : création de compte pro, animation de compte pro, écriture de ligne éditoriale, conception et rédaction des contenus, 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, rédaction de contenu

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

### **\*\*Représentation dans les instances institutionnelles**

**\*\*Événements** : 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**

### **\*\*Divers métiers :**

-accompagnement au choix d'un nouveau PMS/Channel Manager/Moteur de réservations avec rédaction du cahier des charges, identification et première sélection des fournisseurs

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

Merci de votre attention  
pendant toute la lecture  
de ce catalogue 2023 !

22

Votre contact Infos & Devis :  
● Carole T o r l a s c o, à Toulouse  
P. 06 16 45 26 09



\* [contact@declIC-conseil.com](mailto:contact@declIC-conseil.com)

\* [www.linkedin.com/in/carole-tortlasco](https://www.linkedin.com/in/carole-tortlasco)

\* [www.facebook.com/declIC.conseil.solutions](https://www.facebook.com/declIC.conseil.solutions)

**Qualiopi**  
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

pour la réalisation de prestations :

**-Actions de Formations-**



• 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