

Catalogue 2026

Communication - Commercialisation
Marketing - Marketing digital

déclIC
Conseil et Solutions • Hôtellerie Tourisme



**FORMATIONS &
ACCOMPAGNEMENT**



• T. 06 16 45 26 09

contact@declic-conseil.com www.declic-conseil.com

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

Bienvenue sur le catalogue de nos formations et de nos formules d'accompagnements **2026** !

→ Ces formations s'adressent aux professionnels de l'**Hôtellerie**, de la **Restauration** et du **Tourisme**.

Certaines d'entre elles peuvent être proposées **en mode distanciel**

→ déclic conseil et solutions est **certifié Qualiopi** pour la **6^{ème}** année consécutive au titre des « actions de formation »

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

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

→ **Les tarifs 2026** et les conditions générales de vente sont communiqués à la demande.

→ Nous pouvons rendre possible ces formations et nos services **pour les personnes en situation de handicap**.

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

● LES NOUVEAUTÉS



1. Thèmes:

- ✓ La plupart de nos formations intègrent **l'utilisation des outils de l'IA** en lien avec la thématique concernée.
- ✓ Une **formation dédiée à l'IA** est proposée pour ceux qui veulent développer des compétences et mieux maîtriser les outils pour la mise en place et le suivi de sa commercialisation et de sa communication. Nous collaborons avec **un expert partenaire** sur ce sujet.
- ✓ **Le développement durable**, désormais enjeu incontournable s'applique jusque dans nos thèmes de **commercialisation et de communication**.

3

2. Formats :

- ✓ Ils s'adaptent **en durée**. Nous proposons de nouveaux formats comme suit :
 - *des thématiques développées sur 3H30 pour aller à l'essentiel
 - *des thématiques découpées en demi-journées pour être plus accessibles.
- Les formats habituels d'1 ou plusieurs journées de 7H demeurent.

3. Contextes :

✓ **Se former à la commercialisation sans expertises de départ :**

Certains hôtels, restaurants, entreprises du tourisme sont parfois confrontés à la difficulté de ne pas avoir le temps ou les ressources nécessaires (humaines et financières) pour commercialiser leur établissement.

Dans le même temps, un collaborateur peut manifester sa volonté d'assumer cette fonction dans un quota de temps à définir. *Oui mais pas n'importe comment !*

Une formation est donc spécifiquement dédiée à cette situation est proposée pour acquérir les connaissances et les compétences de base, apprendre à s'organiser et connaître les outils adéquats.

● **Les thèmes de formations :**

P 4 à 18

◆ **Marketing & Commercialisation**

◆ Marketing **Digital**

◆ e-reputation (Formation disponible en anglais !)

◆ Gestion des avis clients (Formation disponible en anglais !)

◆ Réseaux sociaux

◆ **Communication commerciale**

◆ Outils Google

◆ Outils de Communication

◆ **Tourisme et communication « durable »**

◆ Les formats **courts (3h30 ou 4H) y compris IA**

◆ Les suivis post-formations

4

● **L'accompagnement :**

P 19 à 20

◆ Les formules, les thèmes, des exemples.

● **Suivi Qualité (certification Qualiopi)**

● **Votre contact**

P 21



● **Construire sa stratégie marketing & digitale :**

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 marketing traditionnelles et digitales** pertinentes et efficaces.

Au final votre stratégie marketing en poche !

◆ Méthodologie, réflexion, organisation, stratégie, **marketing inbound et outbound**, commercialisation, communication...sont les thèmes abordés.

***DURÉE** : 2 jours de 7H **ou 4 demi-journées de 3H30**

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

5

● **Optimiser son marketing dans son parcours client omnicanal :**

Digitalisation de ses services dans le parcours client : 2 actions indispensables aujourd'hui dans la relation clients. Cette formation aborde tous les points de contacts de vos clients et prospects avec votre entreprise ; de la phase d'inspiration à la fidélisation.

-Votre entreprise est-elle présente à chaque étape ?

-Comment pouvez-vous optimiser sa visibilité ?

-Quels outils pour vous accompagner ?

◆ Réflexion, organisation, stratégie, connaissances d'outils

***DURÉE** : 1jour de 7H **ou 2 demi-journées de 3H30**

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

◆ Marketing ◆ Commercialisation

● Cap sur l'optimisation des ventes de mon hôtel, de mon restaurant, de mon entreprise du tourisme :

Les « essentiels » pour prendre en main la commercialisation de son établissement !



Vous avez (ou pas) quelques notions de communication et /ou marketing et/ou communication et vous souhaitez démarrer la commercialisation de votre entreprise ?

Cette formation permet d'acquérir les connaissances de base indispensables, pour mettre en place et suivre une stratégie de prospection.

Des thèmes majeurs :

- × la connaissance du secteur tourisme d'affaires et de loisirs de votre territoire : les clientèles, les acteurs, les circuits de vente
- × organiser une stratégie pour mieux prospecter
- × appuyer ses ventes avec une communication pertinente
- × préparer son entretien de vente

***DURÉE : 4 demi-journées de 3H30**

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

● Prospecter ses clientèles B to B « affaires » et « loisirs » : la méthodologie gagnante pour prospecter et fidéliser .

Repartez avec votre plan d'actions commerciales 2025 en poche !

(clientèles BtoB = affaires et loisirs, clientèles groupes et individuels avec différentes typologies : publics, privés, CSE, agences réceptives, Tour opérateurs, TMC...).

Les clientèles d'affaires et de loisirs évoluent entre contraintes et préoccupations « durables », nouvelles façons de réserver et de séjourner (exemple du mode « bleisure », attentes spécifiques fortes,...

C'est la méthode et le choix des réseaux pour décider de sa stratégie et organiser sa prospection.

***DURÉE :** 1 à 2 jours ou 2 à 4 demi-journées de 3H30

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

● Développer ses clientèles « de proximité » et appuyer sa démarche « durable (prospects, clients , prescripteurs) :

Clientèles « affaires » et « loisirs » à haut potentiel, parfois négligées, elles restent les clientèles incontournables en 2025.

Dans une démarche de plus en plus responsable, elles sont aussi les clientèles à privilégier.

Qui sont-elles ? Comment les prospecter ? Comment les fidéliser ? Quels canaux et outils privilégier ?

1 journée pour construire votre plan d'actions commerciales et de communication adaptée.

◆ Réflexion, organisation, stratégie, connaissances d'outils

***DURÉE** : 1 jour de 7h ou 2 demi-journées de 3H30

***FORMAT** : présentiel

7

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

Clientèles françaises et étrangères, nombreuses et diverses, elles impliquent une connaissance de leurs habitudes de consommation, des circuits et canaux de distribution qu'elles empruntent.

Quelle commercialisation ensuite entreprendre pour réussir à les capter et à les fidéliser, en direct ou via des intermédiaires ?

◆ Réflexion, organisation, stratégie, connaissances d'outils

***DURÉE** : 1 à 2 jours ou 2 à 4 demi-journées de 3H30

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

◆ Marketing ◆ Commercialisation

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

La fidélisation des clientèles passe **par de nombreux leviers**. L'identification de ces leviers, les actions et les outils traditionnels et digitaux essentiels sont abordés dans cette journée de formation.

◆ Réflexion, organisation, stratégie, connaissances d'outils

***DURÉE** : 1 jour ou 2 demi-journées de 3H30

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

8

● **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 primordial.

Connaître et expérimenter pour son activité la création d'arguments par une méthodologie spécifique, en s'inspirant également des avis clients !

◆ Réflexion, mise en situation, connaissances d'outils

***DURÉE** : 1 jour

***FORMAT** : présentiel



◆ Marketing ◆ Commercialisation

● **La prospection téléphonique et la prospection via LinkedIn :** « combo » gagnant pour développer ses clientèles en BtoB

Dans sa stratégie de commercialisation, voici 2 actions incontournables et complémentaires.

Pour cela il est indispensable d'acquérir la méthodologie, de mener une réflexion et de connaître les outils pour réussir une première mise en relation ou un suivi avec ses clients.

◆ Réflexion, organisation, , mise en situation, outils, IA

***DURÉE** : 2 jours ou 2 à 4 demi-journées de 3H30

***FORMAT** : présentiel

9

◆ Marketing Digital ◆ e-réputation

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

Pour une meilleure visibilité web, il est important de mener au quotidien certaines actions et d'utiliser certains outils indispensables. Voici 4 actions « essentielles » :

1. Les bases du **référencement « naturel »**, optimisation au quotidien pour une collaboration efficace avec son webmaster
2. L'optimisation de l'espace « **Google Business Profile** » ou « **fiche établissement** » pour doper son référencement « local »
3. Les **indicateurs d'activités** et de suivi pour son site web ou ses réseaux sociaux
4. La connaissance et l'identification des **sites/annuaires référents**

◆ Réflexion, organisation, connaissances d'outils, IA

***DURÉE** : 3 demi-journées de 3H

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



◆ Marketing Digital ◆ e-réputation ◆ Gestion des avis

● **Comment gérer et optimiser sa e-réputation ?**
Répondre efficacement aux avis clients

10

Les avis de vos clients sont présents à chaque étape du parcours d'achat de vos futurs clients, les sites et plateformes où vos clients peuvent s'exprimer sont nombreux et parfois difficiles à identifier.

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

Les **bonnes pratiques y compris avec l'intelligence artificielle** pour « booster » ses ventes et sa communication avec les avis de ses clients et les astuces et règles pour répondre efficacement à ces avis.

◆ Méthodologie, outils et supports indispensables, IA

***DURÉE** : 2 jours

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



◆ Communication Commerciale

● **Bâtir un plan de communication efficace pour son activité** : de la réflexion aux actions.

Au final votre stratégie de communication 2026 en poche !

La communication est indispensable pour promouvoir son activité et appuyer sa commercialisation.

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 clientèle loisirs et/ou affaires avec un plan d'actions efficace.

◆ Méthodologie, caractéristiques des actions, supports et outil, IA

***DURÉE** : 2 jours ou 4 demi-journées de 3H30

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

11

● **Réussir ses campagnes d'emailing.**

Votre prochain projet de campagne d'emailing en pratique !

Le e-mailing demeure une action pertinente pour prospecter et fidéliser.

Pour atteindre et convaincre sa cible il doit résulter d'une véritable réflexion qui est l'objet de cette formation.

La découverte et l'apprentissage d'une plateforme de création et de gestion d'e-mailing (accès gratuit) est incluse ainsi que les principaux droits et devoirs du **RGPD**.

◆ Méthodologie, réflexion, outil, IA

***DURÉE** : 1 jour

***FORMAT** : présentiel

◆ Communication Commerciale

●Créer un « événement » pour son entreprise

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

Quelle réflexion et quelle méthodologie suivre ?

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

◆ Méthodologie, réflexion, outil, IA

***DURÉE** : 1 jour

***FORMAT** : présentiel

12

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

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

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

◆ Méthodologie, réflexion, outil, support

***DURÉE** : 1 jour ou 2 demi-journées de 3H30

***FORMAT** : présentiel

◆ Communication Commerciale

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

Qui sont les institutionnels du tourisme et quels sont leurs rôles ? Quel appui peuvent-ils être dans ma stratégie de commercialisation et de communication

Comment mettre en place un partenariat efficace et durable et booster ma visibilité ?

◆ Méthodologie, réflexion

***DURÉE** : 1 demi-journée de 3H30

***FORMAT** : présentiel

13

◆ Outils de Communication Commerciale

● Démarrer l'utilisation d'un studio graphique on line

(« canva » en formule « freemium »)

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

Grâce à ses modèles et sa facilité d'utilisation, c'est un outil incontournable pour vous aider dans la création de vos supports de commercialisation et de communication.

Cette formation vous donnera toutes les clés pour prendre en main rapidement cet outil et réaliser 1 projet de support de communication prêt à « partir » !

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

◆ Méthodologie, réflexion, outils

***DURÉE** : 1 jour

***FORMAT** : présentiel

◆ **Tourisme durable**

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

C'est une des préoccupations majeures des professionnels du secteur du Tourisme.

C'est une démarche incontournable pour aborder et répondre aux évolutions et aux contraintes législatives du secteur de l'Hôtellerie, de la Restauration et du Tourisme.

Mieux comprendre **les enjeux du tourisme durable, les impacts de son activité** sur la planète et sur mon environnement.

Mais aussi **savoir agir, avec une méthodologie** pour réfléchir à des **solutions concrètes**.

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**.

◆ Méthodologie, réflexion, outils, supports

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

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

● **Communication durable**

Il n'est pas toujours facile de faire adopter de nouveaux comportements à ses clients et de communiquer au plus juste sur son engagement.

Les points principaux de cette formation pour vous accompagner : **connaître les bases de la communication durable, acquérir une méthodologie pour organiser sa communication, découvrir les bonnes pratiques pour faire passer son message**

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

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

Ateliers pratiques

◆ Réseaux sociaux ◆ Outils « Google »

● (atelier pratique) Démarrer et/ou Optimiser sa communication sur facebook & Instagram :

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

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

◆ Réflexion, organisation, connaissances d'outils, IA

***DURÉE** : 1 jour **par réseau social**

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

● (atelier pratique) 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, règles pour se présenter, animer efficacement son profil et sa page, 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**

◆ Réflexion, organisation, connaissances d'outils, IA

***DURÉE** : 1 jour

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

● En savoir plus sur les formats courts d'une durée de 3H30 ou 4H.

Qu'entendons-nous par la formule « formats courts » ?

→ Formations courtes qui répondent aux besoins précis, quotidiens et d'actualités des professionnels. Elles permettent une montée en compétences.

→ Elles sont basées uniquement sur des exercices pratiques, des mises en situation réelles avec son entreprise.

16

● Gérer sa page Tripadvisor et savoir répondre aux avis

Bonnes pratiques et outils pour suivre et gérer sa e-reputation et ses avis clients, pour optimiser sa visibilité sur le web et pour maîtriser son tableau de bord Tripadvisor.

● Gérer et optimiser son espace « Google Business Profile » ou « fiche établissement »

Espace incontournable pour une visibilité optimale mobile et locale, il doit être suivi régulièrement via du **contenu**, des **actus**, des **photos**, la gestion des **avis clients**.

Google fait régulièrement évoluer ses fonctionnalités.

Tout savoir sur les astuces et nouvelles fonctionnalités de cet espace « gratuit ».

● Idées Pratiques et Astuces pour animer son profil et sa page LinkedIn.

Sur les sujets de : algorithme, contenu, tableau de bord

→ Niveau 1. Débutant & → Niveau 2. Intermédiaire

- **les formats courts d'une durée de 3H30 ou 4H,...suite.**

- **Outils pratiques pour digitaliser sa relation clients**

Un partage d'outils incontournables et efficaces pour booster **sa stratégie digitale en 2026 ?**

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

17

- **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 : référencement naturel, statistiques de fréquentation et de comportement du site, mises à jour et actualités...

- **Découvrir l'intérêt de l'IA générative dans l'Hôtellerie ? LA RESTAURATION OU LE TOURISME ? (journée ou demi-journée)**

Découvrir le fonctionnement de l'IA générative et l'art du prompt

Cette formation permettra aux participants de comprendre comment l'IA générative fonctionne afin de s'adresser à elle de manière efficace.

Comment intégrer l'IA dans vos tâches quotidiennes ?

* **AVEC NOTRE PARTENAIRE :** Carole Gautier formatrice IA

◆ Les suivis post-formations

✓ SUIVI
PERSONNALISÉ

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 et solutionné 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

18

● L'accompagnement d'entreprises TPE & PME

Conseil & Accompagnement

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

19

● Nos 3 formules d'accompagnement 2026

①	②	③
« A l'année »	« Startupper »	« Á 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.**



• T. 06 16 45 26 09

contact@declic-conseil.com www.declic-conseil.com

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

● Quelques exemples de missions 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-
- commercialisation via linkedIn
- 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 , réceptifs, 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, mots clés, 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
- accompagnement à la labellisation « clé verte » et « accueil vélo » et « **Qualité Tourisme** » d'un hôtel

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

● Le suivi qualité avec la certification Qualiopi



pour la réalisation de prestations :

-Actions de Formations-

21

Suivi qualité de déclIC conseil et solutions dans le cadre de la certification « Qualiopi »

Taux de satisfaction 2024-2026 : 91.90% pour les formations en entreprise*
(*sur la base de questionnaires récoltés « à chaud »)

Taux de recommandation 2024-2026 : 78.6% pour les formations en entreprise*
(*sur la base de questionnaires récoltés « à froid »)

● Votre contact infos & devis : Carole Torlasco, à Toulouse

*P. 06 16 45 26 09

*www.declIC-conseil.com

*contact@declIC-conseil.com

* www.linkedin.com/in/carole-torlasco

* www.facebook.com/declIC.conseil.solutions



• T. 06 16 45 26 09

contact@declIC-conseil.com

www.declIC-conseil.com

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