

Comment activer en priorité ses clients fidèles pour relancer son activité ?

2 jours 14,00 heures

Programme de formation



FORMATIONS TERRITOIRE

COMMERCIALISATION & RELATION CLIENT

ORGANISER LA RELATION CLIENT SUR SON
TERRITOIRE : AVANT, PENDANT ET APRÈS LE
SÉJOUR



Les formations qui envoient du bois, by id-rezo



Mise à jour : 03/12/2021

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à collecter et à qualifier les données clients pour se construire un portefeuille client
- Maîtriser le cycle de la relation client « avant/pendant/après » le séjour
- Apprendre à adresser un message adapté au client (et au marché) selon son contexte (situation et profil) et les canaux de communication privilégiés par vos clients

PROGRAMME DE LA FORMATION

Introduction

Pourquoi activer en priorité ses clients fidèles pour relancer son activité ?

- Les enjeux économiques
- Leur réponse aux marqueurs universels du moment

Répondre aux motivations principales de mes clients fidèles et faire évoluer mon offre

- Répondre au besoin de sécurité et de rassurance
- Les éléments de l'offre à faire évoluer
- Les nouvelles offres à imaginer

Pourquoi faire de la GRC dans une entreprise ou une organisation touristique ?

- Les politiques de conquête et de fidélisation
- La méthode IDIC : Identifier /Différencier/ Interagir / Customiser
- L'adaptation de la GRC à la stratégie marketing :
- La définition des critères de segmentation
- Prendre en compte la satisfaction client
- La notion de « service+ » et de client VIP
- Rappel des bases réglementaires

Focus sur les techniques de récolte des informations

- En face à face
- Au téléphone
- Par l'email
- Par le web
- Par les outils d'accueil numérique
- Par les outils de récolte et d'analyse de la satisfaction
- Par les réseaux sociaux
- ...

Apprendre à établir la « cartographie des données clients »

- Identification des flux de données entrantes dans l'établissement
- Identification des données saisies, stockées, utilisées, perdues...
- Mise en cohérence des flux et optimisation des flux numériques
- La réalisation de la cartographie des flux dans son établissement
- Cas pratique : Chaque stagiaire doit réaliser la cartographie des données clients dans son établissement

Les outils de la relation client

- Le marketing direct (publipostage, emailing, SMS)
- Le chat et les messageries instantanées
- Les réseaux sociaux
- Les outils numériques dans l'établissement

Le cycle de la relation « avant / pendant / après »

- Principes fondamentaux et conditions de réussite : Le cocktail rationnel, relationnel et émotionnel
- Adapter sa communication et ses messages.
- 1. L'identification des opportunités à communiquer
- 2. Quels messages sur quels supports ?
- 3. Matérialiser la motivation relationnelle

PUBLIC VISÉ

Salariés et/ou dirigeants d'entreprises touristiques et Offices de Tourisme

PRÉREQUIS

Avoir la capacité d'agir sur ses différents outils digitaux
Connaître les fondamentaux du marketing touristique
Connaître les fondamentaux du marketing digital

MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS

Modalités d'organisation :

Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 12 maximum

- En présentiel : dans nos locaux (646 rue Marius Petipa 34080 Montpellier) ou dans toute autre salle mise à disposition pour le donneur d'ordre et qui réponde aux exigences de bon déroulement de la formation
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

Accès à la formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 12 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heures avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads...),*

Accueil des personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer [ICI](#) ou contactez notre référent handicap.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation
- Outils : le formateur/la formatrice utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible.
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur/la formatrice
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

- La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.
- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

VOTRE FORMATRICE OU VOTRE FORMATEUR

Jean-Patrick MANCINI

Consultant indépendant

Moyenne satisfaction formation sur les 18 derniers mois > 99%

Consultant-Formateur Tourisme et Etourisme, Jean-Patrick Mancini conçoit, développe et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (Offices de Tourisme, Comités départementaux et régionaux de Tourisme) et privés.

Il s'appuie pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme. Auparavant Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud, il a développé pour eux l'un des plans de transformation/formations parmi les plus ambitieux. Il est également créateur depuis 2017 d'une agence événementielle sports et loisirs « Marseille Provence Expériences » et enseignant universitaire depuis 2015, responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme à l'Institut du Tourisme de la Côte d'Azur.

C'est ainsi que depuis 11 ans, il accompagne les porteurs de projets du secteur dans leur transformation digitale et plus globalement dans leur adaptation stratégique sur l'un des marchés les plus concurrentiels du E-commerce mondial.

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de % obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

NB : Si ce dernier chapitre ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.