

PROGRAMME DE FORMATION 2022
Commercialisation : optimiser sa relation clients / GRC / Comprendre et mettre en œuvre une démarche de gestion de la relation client avant- pendant et après séjour

Lieu de la formation : A distance

Durée : sur 4 demi-journées

Nombre total d'heures de formation : 14

Date(s) : 17 et 18 mars 9h à 12h30 et 24 mars après-midi 14 h à 17 h 30 et 25 mars matin de 9 h à 12 h 30

Tarif de la formation

430 € net de taxes.

Pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :

- N° de Déclaration d'Activité : 76340953834
- N° SIRET : 83203963000039

Salariés de droit privé des organismes institutionnels du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS ! Sans convention de formation à jour dans l'espace Afdas, le CRTL au moment de la facturation, se verra dans l'obligation de facturer directement la structure.

Finalité

Mettre en place une stratégie de "relation client" performante à l'échelle d'une destination et en période de crise sanitaire

Objectifs opérationnels

- 1- Identifier les enjeux & défis pour l'office de tourisme
- 2- Identifier les actions (supports, outils, messages, offres spécifiques) pour entretenir la

relation avec ses communautés, ses clients & prospects

3- Formaliser des scénarios & pistes d'actions de relations clients avant pendant- après adaptés aux clientèles cibles

Public cible

Personne en charge de la relation client, chargé.e de commercialisation, responsable marketing, directeur.rice, commercial.e

Pré-requis

- . Une connaissance de l'ensemble des actions de promotion, communication, relation client déjà réalisé dans l'office de tourisme
- . Avoir une bonne connaissance de ses clients, de leurs attentes, leurs interrogations
- . Avoir un projet de travailler des actions opérationnelles de relation client dans les 6 mois à venir

Matériel stagiaire

Besoins concernant l'équipement des stagiaires :

Un ordinateur au calme avec navigateurs à jour, micro et webcam, et une bonne connexion ADSL / wifi pour les classes virtuelles

Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 4 1/2 journées
- **Nombre d'heures** : 14 heures
- **Dates** : 17 et 18 mars 9h à 12h30 et 24 mars après-midi 14 h à 17 h 30 et 25 mars matin de 9 h à 12 h 30
- **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 12
- **Horaires** : voir au-dessus
- **Lieu** : A distance
- **Code action** : 26015

Accessibilité : Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. En amont de la formation, nous définissons ensemble comment vous proposer le parcours le plus adapté.

Modalités d'accès : Inscription en ligne sur le site pro du CTRL Occitanie <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/programme-regional-de-formation-des-organismes-de-tourisme/>

Délai d'accès : Les formations du CRTL Occitanie sont accessibles de leur mise en ligne jusqu'à 15 jours avant la 1ère journée de formation (temps requis pour confirmation de la session et envoi des convocations). Passé ce délai, il est préférable de prendre contact avec le service formation pour s'enquérir des éventuelles places disponibles et des possibilités d'inscriptions en ligne. *Contacts : Sylvie Bonnefoy au 04 30 63 84 25 ou formation@crtoccitanie.fr*

Intervenants

Françoise Clermont, Comanaging

Nombreuses expériences sur la thématique :

1. Ariège (ADT) - 2020 - 1 session d'1 jour à distance "Communiquer pour fidéliser ses clients"
2. Centre Val de Loire (CRT) – 2017 à 2019 - 2 sessions de 2 jours « GRC : les bases pour débiter » et 3 sessions de 2 jours « Développer un plan de Gestion de la Relation Client »
3. Champagne-Ardenne (FROTSI) – 2016 à 2019 – 4 sessions de 2 jours « Impact du numérique : zoom sur l'accueil et la gestion de la relation client »
4. Bourgogne (FROTSI) – 2017 – 1 session de 2 jours « Impact du numérique : zoom sur l'accueil et la gestion de la relation client »
5. Fédération Vendéenne de l'Hôtellerie de Plein Air » - 2017 - 1 session de 2 jours « Comprendre et développer la Gestion de la Relation Client »
6. Pays de la Loire (Agence Régionale) – 2016 & 2017 – 1 session d'1 jour « Comprendre et développer la GRC » et 1 session d'1 jour « Définir un plan de GRC » – 1 session de 2 jours « Comprendre et développer la GRC »
7. En relation avec Tourisme & Territoires (ex. RN2D) – Formation GRC à destination des ADT / CDT en 2015 & 2016 + Pour les services de réservation des 5 ADT / CDT de Bretagne / 1 session de 2 jours « Gestion de la Relation Client » – Décembre 2015 et Mars 2016

Moyens mis à disposition et méthodes pédagogiques

- **Moyens mis à disposition** : Questionnaire préalable de positionnement

Nombreux ateliers pratiques. Plusieurs activités sont prévues.

Outils pédagogiques : Fiches de travail pour les exercices, support de formation

Travaux sur Drive / Outil de veille partagée sur Padlet"

Supports pédagogiques : Supports de présentation .pptx (théorie, partage des travaux réalisés en séquences) envoyés en .pdf suite à chaque séquence / Trames et fiches de travail : plan de prise de parole multicanal, etc.

- Méthodes pédagogiques :

La démarche pédagogique pendant la formation prend en compte les points suivants

- 1 – Connaissance : apport de concepts, méthodes et outils, et de bonnes pratiques illustrées par des exemples issus de l'expérience de la formatrice
 - 2 – Compréhension : 1er niveau d'appropriation via des partages d'expériences, des ateliers collectifs et individuels (identification des enjeux & objectifs pour son entreprise)
 - 3 – Application : appropriation par les participants au travers des ateliers individuels (identification d'actions concrètes de GRC à mettre en place, etc.)
 - 4 – Analyse : analyser ses actions actuelles et partager avec les autres stagiaires
 - 5 – Synthèse : identifier des idées forces issues de la formation, identifier les tâches les plus urgentes à mettre en oeuvre
- 40% théorie / 60% pratique

Suivi et évaluation

Suivi : Feuille d'émargement (capture écran, tableau de connexion), certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.

Suivi post formation : Réponses aux mails des participants sur des questions en lien avec la formation pendant 3 mois suite à la formation

Le plus : un outil de veille partagée sur Padlet sur les bonnes pratiques de GRC (disponible pour les participants pendant une durée d'un an après la formation).

Evaluation :

1. **Evaluation amont** : **Annexe 2** - Questionnaire préalable portant sur connaissances et pratiques actuelles, formations déjà suivies, projets dans les 6 mois, objectifs de la formation, questions particulières
2. **Modalités d'évaluation des acquis des stagiaires durant ou à la fin de la formation par rapport aux objectifs** : 1- Identifier les enjeux & défis pour l'office de tourisme : **fiche à remplir**
2- Identifier les actions (supports, outils, messages, offres spécifiques) pour entretenir la relation avec ses communautés, ses clients & prospects : **Quiz**
3- Formaliser des scénarios & pistes d'actions de relations clients avant pendant- après adaptés aux clientèles cibles : **Trame de plan d'action à remplir**
3. **A l'issue de la formation** : Evaluation à chaud individuelle (écrite). Elle permet de mesurer le taux de satisfaction.
4. **Evaluation à froid** : Evaluation à un mois par le formateur des acquis de la formation sur les méthodes et outils et sur la mise en place des objectifs fixés en fin de formation. Cette évaluation est adressée par email à chaque participant. Questionnaire écrit entre 3 et 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle par le CRTL.

Programme

JOUR 1 17 mars 9h00-12h30

Les attentes clients et les enjeux et défis pour les offices de tourisme

Les attentes clients & les nouvelles pratiques des consommateurs dans le contexte actuel : apport & atelier collectif

Rappel des fondamentaux de la GRC : la personnalisation, la confiance, la bienveillance, le parcours client : avant- pendant - après le séjour

Les enjeux du partenariat entre acteurs du tourisme

Les enjeux pour sa structure et son territoire

Atelier collectif sur les enjeux

Faire une veille permanente : benchmark des bonnes pratiques dans les OT (présentation de la veille sur Padlet) -

Atelier collectif : tour de piste de ce que vous avez déjà expérimenté -(ce qui a bien marché, et ce qui a moins bien marché)

JOUR 2 18 mars 9h00-12h30

Adapter les outils de contact avant -séjour

Développer et adapter les modes de relation : ex. développement des messageries, le "Chat", les rendez-vous personnalisés en visioconférence, etc. Illustrations avec des exemples
Atelier en mini-groupes : partage d'expériences, identification d'autres méthodes, identification des + et les - de chaque méthode, les points de vigilance & conditions de réussite - Mise en commun (travail sur Drive)

Adapter ses messages d'envoi d'informations avant -séjour : le moment de faire le point sur les contenus des messages & travailler son "marketing automation"

Adapter ses contenus web : textes et visuels

Comment sécuriser les internautes ? comment capter des contacts pour enrichir nos bases prospects ? Illustrations avec des exemples - Partage d'expériences

Atelier individuel - Formaliser des premières pistes de travail pour son office de tourisme (sur Drive)

JOUR 3 24 mars 14h00-17h30

Les actions clés pour entretenir la relation & fidéliser ses communautés, clients et prospects

Impliquer ses communautés sur les réseaux sociaux & travailler de nouveaux contenus inspirants : bonnes pratiques (visites virtuelles, Live ou vidéos prestataires, stories, webcam, etc.) Illustrations avec des exemples

Renforcer le travail en réseau avec les prestataires et les accompagner sur les réseaux sociaux

Atelier en mini-groupes : identification d'actions sur les réseaux sociaux - à renforcer / à ne pas faire / à créer

Entretenir le lien via les newsletters et emailings : bonnes pratiques Illustrations avec des exemples / Point sur les fichiers (collecte, qualification) et sur les outils à disposition

Atelier en mini-groupes : identification d'actions d'emailings - à renforcer / à ne pas faire / à créer

Entretenir la relation en Bto B et pour les relations médias

Atelier collectif

JOUR 4 25 mars 9h00-12h30

S'organiser et se préparer pour des actions de fidélisation de relance

Organiser la gestion de ses fichiers et la gestion des contacts en lien avec la RGPD

Identifier & Structurer des actions de fidélisation directes & en réseau avec les socioprofessionnels

TP interséquences 1 h -Enrichir ses pistes de travail pour son office de tourisme (à déposer sur Drive)

S'organiser : qualification des informations, des fichiers, plan de prise de parole multicanal, scénario de communication de reprise

Atelier en mini-groupes : la checklist d'une bonne gestion de la relation client

Bilan - Tour de table & évaluation des acquis