Institut du Tourisme
Fédération des offices de tourisme de Bretagne

Programme de Formation

Partenaires : positionner votre office et vendre votre offre de services avec conviction

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique

Public visé

Personnels de l'office de tourisme

Objectifs pédagogiques

Savoir valoriser l'office de tourisme et ses services ;

Imaginer et rédiger une politique commerciale plus innovante ;

Capable de se démarquer ;

Performer dans ses techniques de vente de prestations de services ;

Maîtriser toutes les clés afin d'être plus à l'aise dans cette mission :

- Travailler ses arguments ;
- Sa conviction ;
- Ses objections.

Description

Ce que cette formation vous apporte

- Valoriser votre office de tourisme et ses services
- Rédiger une politique commerciale plus innovante
- Pratiquer l'acte de vente en situation

Ce qui fait la différence

Une formation de l'Institut du Tourisme de Bretagne, organisme de formation de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne (certifié Qualiopi), conçue pour les équipes des offices de tourisme. Des cas concrets d'offices de tourisme : boutique, partenaires, relation client.

Après avoir pris un temps pour se rappeler les éléments de base de l'animation de réseau, l'équipe formée élaborera son propre argumentaire pour proposer ses services. Une seconde partie sera consacrée à la mise en pratique de l'acte de vente. Une formation sur mesure pour être à l'aise dans sa relation avec ses entreprises partenaires.

Programme :

Diagnostiquer, puis valoriser les services offerts aux partenaires :

- Échanges sur les services offerts,
- Confrontation services offerts / attentes et besoins des partenaires : points forts, axes d'amélioration,
- Quelle est la valeur perçue (par les entreprises partenaires) des services offerts ? Sont-ils vendus au

bon prix ?,
- Comment donner davantage de valeur à ses services ?,
- Exercice d'application : valoriser une sélection de services existants et en réévaluer la valeur,

Élaborer sa stratégie commerciale :

- Objectifs commerciaux chiffrés à définir concernant la relation partenaires,
- Plan d'actions pour atteindre les objectifs : combien de partenaires toucher ? lesquels ? quels services leur proposer ?,
- L'argumentaire commercial générique **:** le pitch pour valoriser l'OT,

Savoir déclencher le contact pour vendre :

- Les fonctions de l'accueil dans l'acte de vente,
- Attitude et comportement pour bien déclencher le contact : verbal et non verbal,
- Comment aborder les partenaires en face à face, au téléphone et par mail,
- Les techniques : "aller vers", "faire venir", "s'inviter chez",

Savoir découvrir les besoins du partenaire et démontrer les avantages des services :

- Observer, écouter, questionner et reformuler : les clés de la découverte du partenaire pour comprendre ses besoins explicites, implicites et latents et le toucher ensuite avec les bons arguments,
- Identifier les motivations d'achat du partenaire : rationnelles et émotionnelles,
- Faire la bonne sélection de services,
- Savoir les mettre en scène et les présenter au partenaire,
- Argumenter pour convaincre,
- Exercice pratique : le manuel de vente : élaboration de fiches argumentaires par service

Savoir décider le partenaire et conclure :

- Les différents types d'objections et leur utilité
- Savoir rebondir suite à une objection
- Déclencher un achat complémentaire
- Savoir conclure une vente positivement.

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

Accueil en présentiel dans une salle dédiée – Les apprenants bénéficient d'un environnement propice à l'apprentissage.

Formation prévue pour un groupe de 4 à 8 personnes.

Mise à disposition en ligne de documents – Accès à des ressources pédagogiques après la formation pour un apprentissage continu.

Moyens et supports pédagogiques

Documents supports de formation – Matériel de formation projeté durant les sessions.

Supports de formation en ligne – Accès à des ressources pour approfondir les connaissances après la formation.

Alternance d'exposés participatifs et d'exercices pratiques et projets collectifs – Les participants mettent en pratique leurs connaissances à travers des exercices.

Modalités d'évaluation et de suivi

Feuilles de présence – Suivi de la participation des stagiaires ;

Questions orales ou écrites – Des QCM seront utilisés pour évaluer les connaissances ;

Questionnaire de positionnement – Évaluation diagnostic avant la validation de l'inscription ;

Formulaires d'évaluation – Un questionnaire de satisfaction à chaud et une évaluation sommative pour suivre la progression des compétences ;

Certificat de réalisation – Délivrance d'un certificat à la fin de la formation.

Informations sur l'admission

Renseigner le questionnaire de positionnement

Délais d'accès

- **Formations INTER (catalogue)** : inscription possible jusqu'à 10 jours ouvrés avant le début de la session, dans la limite des places disponibles. Vous recevez sous 48 h un accusé de réception, puis la convention, le questionnaire de positionnement et la convocation.
- **Formations INTRA / sur mesure** : après un entretien d'analyse du besoin, la formation peut démarrer sous 4 à 8 semaines.
- **Prise en charge OPCO (AFDAS…)** : nous vous conseillons de déposer votre demande au moins 3 semaines avant le début de la formation.

Informations sur l'accessibilité

L'accessibilité des locaux est garantie pour le public en situation de handicap, y compris pour les personnes à mobilité réduite. Les moyens techniques et pédagogiques peuvent être adaptés au public en situation de handicap.

Modalités à indiquer lors de l'inscription et définies en amont de la formation en envoyant un message à : contact@institut-tourisme.bzh