

PROMOTION

OBJECTIFS :

- Savoir promouvoir mon produit à l'international et sur le plan local
- Savoir calculer le coût d'un package ou d'une offre spéciale
- Identifier les points forts de mon produit et les exploiter dans les différentes options de promotion

PUBLIC VISÉ :

- Gérants et personnels des hôtels et des pensions de famille, acteurs de l'industrie touristique tous secteurs

PRÉREQUIS :

- Aucun

MÉTHODES MOBILISÉES :

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Etudes de cas
- Exercices pratiques d'application
- Ateliers créatifs
- Vidéo projection

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Des acquis :

- Évaluation des acquis en fin de formation
- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation

Mesure de satisfaction des stagiaires

MODALITÉS D'ACCÈS :

- Présentiel : locaux équipés mis à disposition
- Nous consulter pour toute question relative à l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap

DÉLAIS D'ACCÈS À NOS FORMATIONS :

- Réponse à vos demandes sous 72h et entrée en formation possible sous 90 jours maximum.

 ➤ Formation animée par un consultant et formateur senior spécialisé en communication et marketing.

 ➤ Intra entreprise : nous consulter

PROGRAMME

 07h00



Présentiel
1 jour

- Faire une analyse SWOT ou MOFF (menaces, opportunités, forces, faiblesses) de mon produit vis-à-vis de la concurrence
- Identifier l'image de mon produit : authentique, familial, sportif, culture, nature, nautique....
- Identifier mes principaux atouts (Key selling points)
- Mettre en avant l'image et les points forts de mon produit auprès des clients
- Créer un package (hébergement + repas + transferts) : calculer le coût et les commissions (pour le marché international ou local)
- Choisir « l'added value » adaptée (valeur ajoutée) pour promouvoir mon produit : cocktail d'arrivée offert, transferts offerts, early check-in (arrivée plus tôt) ou late check out (départ tardif) offerts, excursion ou produit local artisanal...

1^{er} MODULE : Analyse SWOT et travail sur l'image de mon produit. Quel client vise-t-on ? (Persona Marketing)

2^{ème} MODULE : Méthode pour identifier mes principaux atouts et mise en pratique par chaque participant. Comment les mettre en avant et sur quels supports ?

3^{ème} MODULE : Méthode d'analyse et de calcul pour créer un package pour la clientèle locale et internationale

4^{ème} MODULE : Méthode d'analyse et de calcul pour créer une offre spéciale avec une « added value »