



Que vous proposons-nous ?

Dans un secteur aujourd'hui en pleine mutation, avec l'arrivée progressive de nouveaux hôteliers issus de secteurs d'activité différents, et le renouvellement important à venir dans les 10 prochaines années, il est important de structurer son approche commerciale, et de valider, voire adapter, ses méthodes.

Les nouveaux hôteliers apportent un savoir-faire nouveau en matière de communication, car ils s'installent sans « à priori », et avec une expérience professionnelle souvent acquise dans le secteur privé.

Pour eux, il est important de se familiariser avec ce nouveau secteur, et d'appréhender les différents modes de commercialisation possibles, propres au tourisme et particulièrement au tourisme d'affaires.

Pour les hôteliers de tradition, il est important, à l'inverse, de connaître des modes de développement de l'entrepreneuriat « classique », afin de pouvoir l'adapter à leur propre structure, et ainsi se doter des mêmes moyens que leurs nouveaux partenaires.

Chaque hôtelier est d'abord un chef d'entreprise, dont le secteur d'activité offre de multiples possibilités d'adaptation et de développement.
Découvrir son environnement local et adapter sa communication avec ses partenaires au quotidien, est indispensable pour consolider et développer une activité basée sur le professionnalisme.

Notre intervention permet de bénéficier, à la fois d'une expérience commerciale acquise, entre autres, dans l'hôtellerie d'affaires, et aujourd'hui mise à profit auprès d'entreprises multi-sectorielles. La mutualisation des connaissances permet l'enrichissement de chaque bénéficiaire.

3 types de prestations sont à votre disposition.

Voir nos fiches : Formations, Audit-Conseil et Missions Opérationnelles.



FORMATIONS HÔTELIÈRES:

Cible : les exploitants hôteliers

Programme :

1. Une journée de sensibilisation à l'organisation et au développement commercial pour l'hôtellerie

- Les enjeux et les objectifs d'une bonne organisation
- L'identification de son réseau commercial
 - i. Qui ?
 - ii. Quel suivi ?
- La gestion du client
 - i. Les outils de la relation commerciale
 - ii. Les outils de satisfaction
 - iii. Les outils d'analyse
- La culture client dans l'entreprise
- Les actions commerciales
 - i. La distinction : Communication / Promotion / Commercialisation
 - ii. Le plan d'action

2. 4 modules « à la carte » répartis sur 3 jours (2 x 3h30 + 2 x 7h00) non consécutifs.

- Les différentes étapes d'une démarche commerciale (1/2 journée)
 - i. La Communication / Promotion / Commercialisation
 - ii. L'identification du réseau commercial et sa gestion
- Les actions commerciales (1/2 journée)
 - i. Le plan d'action
 - ii. Le choix des actions
 - iii. Les méthodes de mise en œuvre
- La gestion interne des clients et les enjeux d'une culture client (1jour)
 - i. L'accueil
 - ii. Le suivi : outils de gestion / satisfaction / outils d'analyse activité
 - iii. L'importance de la culture client
- Accompagnement personnalisé sur vos problématiques (1 jour)

Nombre de participants : 6 établissements maximum.

Tarif par journée de formation :

200 Euros par établissement, pour une personne, 80 Euros par pax sup.



AUDIT / CONSEIL

1 Journée :

Etude de l'existant en matière d'organisation et de démarches commerciales, avec diagnostic et préconisations.

2 jours :

Mise en place d'une gestion administrative interne :

Adaptation des outils de gestion : fichiers, dossiers clients, courriers, documents techniques, fiche satisfaction, dossiers séminaires

Mise en place d'un plan d'action commercial

Après analyse des actions antérieures et des résultats.

Choix des cibles et des actions.

Moyens à mettre en place et méthodes de réalisation.

Rédaction des argumentaires : prospection téléphonique, entretiens.

1/2 journée / mois :

Accompagnement et suivi commercial / suivi des objectifs.

MISSIONS OPERATIONNELLES

Exemple de missions possibles :

- Encadrement d'une action commerciale
- Recherche de partenaires pour montage de « produits – animations »
- Organisation interne d'une opération de relations publiques, avec coordination des différents partenaires.

Ces missions peuvent être réalisées sous différents statuts en fonction de vos besoins (contrats de prestations, CDD,...)