

Marketing action

Définir sa stratégie marketing et élaborer son plan d'actions commerciales

Objectifs

- Donner aux participants les points de repère pour comprendre les besoins des clientèles et bâtir une stratégie marketing
- Leur apporter les savoir-faire pour élaborer et mettre en place un plan d'actions commerciales

Public visé

- Prestataires et offices de tourisme

Nombre de participants par module

- 10/12 maximum

Durée (en heures)

- 21 heures

Programme

- Une vision prospective du tourisme (enjeux et mutations)
- Les attentes des clientèles touristiques (tendances, besoins et segmentation)
- Les objectifs du marketing (les 4 P et les canaux de distribution)
- Le plan d'actions commerciales (cibles, supports, promotion, commercialisation, bases de la communication)

Méthodologie et Moyens pédagogiques

- Exposés assortis d'illustrations basées sur des cas concrets
- Critique constructive sur les situations analysées, témoignages et partage d'expériences
- Exercices pratiques personnalisés adaptés aux participants
- Fourniture de supports et d'outils opérationnels
- Evaluation en cours de formation et à l'issue de la formation