



Construire une stratégie marketing pour booster votre offre touristique

Boostez l'attractivité de vos offres avec une formation dédiée au marketing touristique. Conçue pour les TO, agences de voyage, offices de tourisme, réceptifs (...) cette formation vous aide à structurer des produits adaptés aux attentes des voyageurs, tout en maximisant leur visibilité et leur impact. Découvrez des stratégies concrètes pour concevoir, promouvoir et distribuer efficacement vos offres. Repartez avec un plan marketing opérationnel pour dynamiser vos ventes et fidéliser vos clients.

OBJECTIFS

- Analyser les besoins et attentes des clientèles touristiques pour concevoir des offres adaptées et attractives.
- Structurer une offre touristique cohérente et différenciante en s'appuyant sur les tendances du marché.
- Développer une stratégie de communication efficace pour valoriser et promouvoir ses produits auprès des bonnes cibles.
- Optimiser les canaux de distribution pour maximiser la visibilité et les ventes des offres touristiques.
- Élaborer un plan marketing opérationnel permettant de suivre, mesurer et ajuster les performances de son offre.

PROGRAMME

Jour 1 : Construire une offre touristique performante

Comprendre les fondamentaux du marketing touristique

• Introduction et objectifs de la formation

Présentation des enjeux spécifiques du marketing dans le secteur touristique.

Tour de table : attentes des participants.

• Analyse du marché et des tendances

Identifier les besoins et attentes des clients touristiques (analyse des personas, modèle VUCA).

Étude des nouvelles tendances dans le secteur (expériences, tourisme durable, digitalisation).

• Définir son positionnement stratégique

Construire une identité forte et différenciante pour son offre touristique.

Identifier ses avantages compétitifs dans un environnement concurrentiel.

Concevoir une offre adaptée et attrayante

• Structuration de l'offre touristique

Créer des produits/expériences répondant aux attentes des clients cibles.

Associer authenticité, innovation et praticité dans la conception des services associés.

Élaboration du marketing-mix (6P) pour son offre produit.

• Atelier pratique :

Analyse et amélioration d'une offre existante ou création d'une nouvelle offre en suivant un plan marketing cohérent.

• Fixation des prix et stratégies tarifaires :

Définir une politique de prix cohérente avec son positionnement et son public cible.

Intégrer la notion de saisonnalité et de promotions dans le secteur touristique.

Jour 2 : Promouvoir et valoriser l'offre touristique

Stratégies de communication et de distribution

• Concevoir une stratégie de communication efficace

Définir les messages clés et les supports adaptés (digitaux et traditionnels).

Exploiter les réseaux sociaux et le storytelling pour valoriser son offre.

• Choisir les bons canaux de distribution

Collaboration avec les agences de voyages, plateformes en ligne et partenaires locaux.

Stratégies pour renforcer la visibilité sur les OTA (Online Travel Agencies) et moteurs de recherche.

• Atelier pratique :

Élaboration d'un plan de communication pour promouvoir une offre touristique.

Suivi, optimisation et évaluation des performances

• Mesurer la performance de son offre :

Définir des indicateurs clés de performance (KPI) : taux de réservation, satisfaction client, retour sur investissement.

Analyser les retours clients et ajuster son offre.

• Créer un plan marketing opérationnel :

Synthèse des actions marketing et commerciales à déployer.

Définition d'un calendrier marketing aligné sur les cycles touristiques.

DUREE

2 jours

PUBLIC

Chef de produit, responsable marketing, chargé ou responsable de la communication dans le secteur du tourisme (TO, agence de voyage, office du tourisme, réceptif...)

Pré REQUIS

Aucun

PEDAGOGIE

Formation opérationnelle, centrée sur des méthodes et des outils pour une stratégie de marketing efficace dans le secteur du tourisme. Des retours d'expérience, des exercices, des mises en situation et des jeux de rôles sont effectués tout au long de la formation.

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire. Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

SITUATION DE HANDICAP

Prévenez-nous assez tôt de situation de handicap (cognitif, psychologique, moteur, sensoriel...) pour que nous puissions échanger avec le formateur sur vos besoins d'aménagement, de compensation, appuis, ressources, accessibilité...

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de formation sera envoyée post formation.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris, Intra-muros en France entière : Les tarifs sont disponibles en bas de la page internet du dit programme www.cqfd-formation.fr

Vidéo de présentation

