

Mieux commercialiser son établissement

« Comment booster ses ventes ? »

Objectifs

- Apprendre à positionner son établissement sur son marché
- Être capable de mettre en œuvre une démarche commerciale active de proximité
- Construire des offres, outils et supports commerciaux efficaces
- Maîtriser les enjeux de la relation client
- Établir son plan d'actions commerciales

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Profil commercial
- Être en activité dans un établissement.

Public concerné :

- Directeur
- Réceptionniste
- Chef de réception
- Toutes personnes en charge de la commercialisation

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices de mise en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

Positionner son établissement

Déterminer les forces et les faiblesses de son établissement
Identifier ses concurrents
Connaître son environnement
Segmenter son marché

Construire ses outils commerciaux

Les lettres types
Les supports de ventes et de visibilité
La gestion des fichiers clients
Le Publipostage

Réussir ses offres promotionnelles

La réglementation en matière d'affichage des prix
La stratégie
L'élaboration des offres
La mise en avant

Optimiser sa performance commerciale

La gestion des demandes naturelles : apporter la bonne réponse client
Les actions de prospection : terrain & téléphone

Établir son Plan d'Actions commerciales : clef de l'organisation commerciale

Établir des Objectifs
Identifier les Cibles
Évaluer les Périodes de commercialisation
Définir son Budget

Méthodologie

Présentation par vidéo projection
Alternance d'exposés théoriques, d'exercices pratiques et jeux de rôle
Participation active des stagiaires
Rédaction d'une note de synthèse permettant de dresser une feuille de route commerciale