

Méthodologie de devis et coûts de vente de prestations touristiques

Info +

**CURSUS
COMMERCIAL**

Formateur :

Muriel Venzi

Public :

Tout personnel des OTSI chargé de missions commerciales ayant déjà une pratique de vente en OT

Durée

2 jours

Dates et lieux :

11 & 12 Mai 2020

Aix-en-Provence

**Coût pédagogique
prévisionnel pour les +11 :**

425€ / stagiaire / 2 jours

Méthodologie :

- Benchmarking sur l'offre touristique commercial national .
- Ateliers de tarification des produits ou prestations touristiques

Prérequis :

Posséder des bases de techniques de vente

Pourquoi suivre cette formation ?

OPTIMISER l'activité du point de vente d'un office de tourisme ou maison de tourisme par la qualité et la politique tarifaire adaptée aux différentes clientèles

ANALYSER le panel d'activités et de prestations afin de les intégrer dans le développement économique d'une collectivité

MAÎTRISER les techniques de de coûts calculs en fonction des produits proposés

Cette formation a donc pour but de répondre aux questions posées par les chefs de produits , conseillers séjours.

Quels tarifs pour des groupes, quelle fourchette de prix pour les familles, les nouvelles clientèles étrangères nécessitent-elles une politique tarifaire plus négociée ? Faut-il modifier les tarifs selon la saisonnalité ? Comment se différencier sur le plan commercial ?

Objectifs :

- ▶ Mesurer la faisabilité de la politique des activités touristiques (événements, visites de sites)
- ▶ Adapter une politique tarifaire aux différentes typologies de clientèles (groupes, affaires, GIR, familles)
- ▶ Maîtriser la technique de forfait touristique

Contenu :

Tour de table des participants :

- Présentation personnelle et professionnelle rapide. Difficultés, freins, rencontrés dans la vente.

Phase de conception :

- Description du panel de produits touristiques proposés sur les territoires concernés (visite de villes, événements , excursions , découverte nature).
- Analyse de la clientèle ciblée et de la saisonnalité fixée, travail sur l'adéquation entre les offres touristiques et les attentes de la consommation touristique.
- Analyse des clientèles potentielles ciblées françaises ou internationales.

Phase opérationnelle (technique de forfait) :

- Sélection des divers fournisseurs (support à consulter , négociation d'achat.
- Budgétisation des prestations : méthodologie des coûts variables , des coûts réels et des coûts standards ; classification et hiérarchisation des coûts .
- Réalisation d'un tableau de bord (devis cotation) , de prestations touristiques avec définition du point mort (à quelle date le seuil de rentabilité est-il atteint ?)
- Calculs commerciaux avec les différents types de réduction de prix et commissions aux intermédiaires ; calcul de la TVA sur des prestations touristiques.