

# 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.