

# Concevoir et déployer une stratégie et des outils de Gestion de la Relation Client

## Formateur :

Vivian VIDAL

## Public :

Personnel d'accueil, Référent qualité

**Durée :** 2 jours (14h)

## Dates et lieu :

28 & 29 juin 2021

Présentiel à Aix-en-Provence et/ou Distanciel

## Coût pédagogique prévisionnel:

670 € NET/ stagiaire / 14h

## Prérequis :

Disposer de son outil de travail de front et de back office du service accueil, d'un PC portable et smartphone, d'un compte professionnel google.

## Modalités pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels
- Atelier de production d'un outil d'aide à l'accueil
- Travail de cas pratiques en groupe et en individuel
- Travaux de recherche et de synthèse de bonnes pratiques
- Exercices de mise en situation orale devant le groupe.

## Méthodes d'évaluation :

- Bilan de satisfaction à chaud,
- Évaluation de l'atteinte des objectifs à chaud et à froid

## Accessibilité :

Merci de contacter Marie Charpentier : [mcharpentier@offices-tourisme-sud.fr](mailto:mcharpentier@offices-tourisme-sud.fr)

## Pourquoi suivre cette formation ?

Le cycle de décision et préparation d'un internaute voyageur est long (56 jours selon Google). Une bonne stratégie de gestion de la relation client est donc cruciale pour que votre « voyageur prospect » devienne un voyageur client de votre destination, des hébergements, activités de loisirs, restauration etc. Dans le contexte concurrentiel du tourisme, fidéliser ses clients est souvent plus important qu'en faire venir de nouveaux et coûte 3 à 4 fois moins cher! La mise en place d'une politique de GRC est donc un élément capital de votre marketing, notamment pour des territoires tournés vers des clientèles de proximité et de fidèles.

## Objectifs :

- ▶ Apprendre à collecter et à qualifier les données clients pour se construire un portefeuille client,
- ▶ Maîtriser le cycle de la relation client « avant/pendant/après » le séjour,
- ▶ Apprendre à adresser un message adapté au client (et au marché) selon son contexte (situation et profil),
- ▶ Apprendre à analyser la satisfaction des touristes sur la destination.

## Contenu :

### Pourquoi faire de la GRC dans un Office de Tourisme ?

- Les politiques de conquête et de fidélisation
- La méthode IDIC : Identifier / Différencier / Interagir / Customiser
- L'adaptation de la GRC à la stratégie marketing

### Focus sur les techniques de récolte des informations

- En face à face
- Au téléphone
- Via l'email
- Via le web
- Via les outils d'accueil numérique
- Via les outils de récolte et d'analyse de la satisfaction
- Via les réseaux sociaux

### Pour chacun de ces outils de relation client sont abordés :

- Avantages et inconvénients
- Règles d'or et techniques pour réussir

### Le cycle de la relation « avant / pendant / après »

- Principes fondamentaux et conditions de réussite
- Le cocktail « sensations » : rationnel, relationnel et émotionnel
- L'identification des opportunités à communiquer
- Présentation et explications de cas réels d'offices de tourisme travaillant le cycle.