

Utiliser les techniques de gestion de la relation client

Info +

Formateur :

Vivian Vidal
IdRezo

Public :

Agent des Offices de
Tourisme en charge du
déploiement stratégique de
la GRC

Durée

1 jour

Dates et lieux :

31 Mars 2020

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel:

235€ NET/ stagiaire

Méthodologie :

- 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 oral devant le groupe.

Prérequis :

Aucun

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 :
 - la définition des critères de segmentation
 - prendre en compte la satisfaction client
 - la notion de « service+ » et de client VIP
- Rappel des bases réglementaires

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 récolte sont abordés :

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

Apprendre à établir la « cartographie des données clients »

- Identification des flux de données entrantes dans l'OT
- Identification des données saisies, stockées, utilisées, perdues...
- Mise en cohérence des flux et optimisation des flux numériques

- La réalisation de la cartographie des flux dans l'OT

Cas pratique

Chaque stagiaire doit réaliser la cartographie des données clients dans son OT

Les outils de la relation client

- Le marketing direct (publipostage, emailing, SMS)
- Le chat et les messageries instantanées
- Les réseaux sociaux
- L'internet de séjour

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

Cas pratique

En groupe de 2 ou 3, travail préparatoire (avec orientation du formateur)