

# Les clés d'une commercialisation réussie en CHR

Version 2.1 | 03.23

La crise du Covid-19 a, par delà l'impact sans précédent sur l'activité immédiate, également mis en lumière un impérieux besoin de montée en compétence en techniques de commercialisation chez grand nombre d'acteurs du CHR : De l'identification de ses cibles à la fidélisation en passant par le déploiement d'un plan d'actions commerciales et l'apprentissage des bonnes pratiques au quotidien, cette formation a pour objectif d'accompagner les gérants et autres responsables de centres de profits en CHR à reprendre en mains le pilotage de leur établissement.

## Objectifs :

- Sensibiliser les participants à la commercialisation hôtelière
- Apporter les premières clefs d'une commercialisation externe réussie
- Responsabiliser les équipes dans une logique commerciale quotidienne
- Démontrer l'impact d'une bonne commercialisation
- Mettre en place les bonnes pratiques commerciales
- Valider les acquis de chaque stagiaire



Chefs d'entreprise, gérants, directeurs, réceptionnistes, agents de réservation, commerciaux internes, commerciaux externes ainsi que toute personne en charge de la commercialisation d'un hôtel-restaurant en contact clients.  
De 4 à 8 apprenants.



## Prérequis

Profil commercial. Être en activité au sein de l'établissement



## Durée/Tarif

Volume horaire de 36h réparties en :  
20 h en présentiel  
8h distanciel synchrone  
8h distanciel asynchrone  
À partir de 1250 € HT par apprenant  
INTRA uniquement. 4 apprenants max.



## Matériel et outils pédagogiques

- 1 salle de réunion équipée d'un paperboard
- Ordinateur avec connexion internet et webcam

Eligible aux financements OPCO  
Tarif inter entreprises: sur devis



## Méthode pédagogique

Cette formation-action se veut résolument pratique. Elle se base sur des méthodes actives et participatives basées sur des apports méthodologiques et des exercices d'application et de mise en pratique.



## Programme

- Tests d'évaluation (aptitude commerciale, savoir-être en clientèle)
- Définition des objectifs individuels & communs
- Travail en groupe de 4
- Restitution et évaluation des acquis entre chaque séance
- Chapitres : savoir établir un plan d'actions commerciales, savoir établir sa grille tarifaire, connaître ses différents segments de clientèle, savoir développer sa zone de chalandise, savoir rédiger des emails commerciaux, savoir suivre et relancer un client, savoir prioriser ses tâches au quotidien)



## Contenu

- Découverte du Plan d'Actions Commerciales & Marketing. Pour qui, pourquoi?
- Découverte des 6 segments de clientèle principaux en hôtellerie
- Initiation aux fondamentaux du Revenue Management : Pourquoi, comment?
- Le Marketing direct : comment réaliser ses propres supports percutants (pdf, jpeg,..)
- Réussir son phoning de prospection / d'animation de comptes
- La clientèle groupes : loisirs & affaires. Les enjeux, comment les attirer et les fidéliser
- Introduction à l'optimisation de son référencement internet : SEA, Metasearch,...



## Individualisation du parcours

Un entretien sera réalisé avec le responsable en amont de la formation. Lors de cet entretien seront évalués :

- L'adéquation entre les attentes du responsable et la formation
- Les besoins spécifiques du responsable et des collaborateurs

Les formateurs adapteront leur intervention en fonction des besoins.



## Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap en situation de handicap seront analysés et pris en charge dans la mesure du possible.



## Formation en présentiel

sur le lieu de votre établissement ou hôtel du groupe

**Formation en distanciel possible**

Langue: Français



## Responsable pédagogique

Adrien GUILLAUME