



FORMATION AU MARKETING HÔTELIER

Durée 3 jours

DESCRIPTION DU PROGRAMME DE FORMATION

1^{er} Jour

1°) SENSIBILISATION GÉNÉRALE AU MARKETING DES SERVICES « HÔTELIER »

Objectifs

- expliciter les spécialités du marketing des services en regard du marketing des « biens »,
- fournir les grands concepts et présenter la démarche du marketing des services.

Apports prévus en une journée

- réflexion générale et prospective sur le marketing des services
- la spécificité du marketing « hôtelier »
- les différences fondamentales
- les trois dimensions du marketing des services
- les modes de segmentation du marché interne
- le personnel de contact
- plan de marketing des services
- réalité et réelle fonction d'un service marketing
- les dix aspects de la qualité des services
- l'évolution du marketing des services
- la réactivité du « prospect-client »

2^{ème} jour

2°) APPRENTISSAGE ET APPROPRIATION DES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Objectifs

- Apprendre les techniques de communications « interpersonnelle »
- Appropriation et adaptation de ces techniques au monde hôtelier

Apports prévus en une journée

- Approche en Analyse transactionnelle
- Adaptation/Méthodes appliquées
- Approche en Programmation Neuro Linguistique
- Adaptation/Méthodes appliquées
- L'A.M.P.
- Les 2 L
- Les techniques de positivisme
- La « Cible communication »
- Les techniques Verbales
- Le Q,Q,O,Q,C,C,P/ le Q.O.F.A.M.
- Les techniques comportementales
- Les 4 pôles d'intérêts
- L'image de soi
- Susciter l'intérêt
- Les techniques d'implication

3^{ème} jour

3°) APPRENTISSAGE ET APPROPRIATION DES TECHNIQUES DE VENTES HÔTELIÈRES

Objectifs

- Apprendre les techniques de vente des produits spécifiques de l'hôtellerie
- Appropriation et application
- Optimiser la vente des produits hôteliers

Apports prévus en une journée

- L'observation du prospect/client et le choix du mode de communication
- Le choix du Langage et para-langage
- Les techniques de feedback
- La pyramide inversée (Les techniques modernes de la vente)
- Les techniques de questionnement
- Les techniques d'argumentation C.A.B.
- Les techniques d'implication
- Connaissance de mes produits et services et anticipation des objections
- Techniques de fidélisation
- Validation des connaissances produits et services spécifiques à :
« Leur hôtel »
- Contrôle et validation des connaissances

Formule pédagogique

* présentations magistrales interactives avec les participants et études de cas concrets