

PROMOUVOIR UNE OFFRE DE SERVICE (Les fondamentaux du Digital, des Réseaux Sociaux, de l'E-Réputation)

CONTENU DE LA FORMATION

- Recueillir les informations nécessaires en préalable au démarrage de ses activités
- Présenter l'établissement, les différents espaces, les produits & Services disponibles, les horaires...
- Identifier les motifs et le service attendu par les différentes catégories de clientèle (Individuelle, Affaires, VIP)
- Définir des scénarios de bienvenue, selon les circonstances, la nationalité...
- Développer des scénarios de commercialisation de l'offre de façon claire et compréhensible (y compris au téléphone)
- Adapter ou ajuster l'offre aux particularités de la clientèle, du marché
- Identifier précisément les avantages et caractéristiques des produits et services au regard de l'offre concurrentielle
- Adapter une offre tarifaire à la demande du client, selon les circonstances, dans le respect de la structure tarifaire de l'établissement.



C.F.A BY CATALYSE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Maîtriser les caractéristiques de l'offre de service
2. Commercialiser l'offre de service
3. Promouvoir l'offre de service



- Présenter de façon attractive les particularités locales, les points de curiosité sur le territoire, la ville...
- Développer un argumentaire pertinent afin de proposer au client un produit ou une prestation complémentaire (pratiques du cross-selling et up-selling)
- Identifier des signes avants-coureurs, des symptômes traduisant une éventuelle insatisfaction des clients.
- Identifier les canaux de communication susceptibles d'être utilisés pour promouvoir l'offre
- Adopter une méthode rationnelle dans l'organisation ou la préparation de son travail
- Développer et rédiger des messages selon les cibles et les canaux de communication en vue de promouvoir l'offre
- Concevoir un plan de communication (Nature de l'action, modalités de mise en oeuvre, coût, calendrier, ressources...)
- Faire preuve de créativité dans le respect des règles de l'art et de ses exigences ou contraintes (temps, budget, sécurité...)
- Identifier le retour sur investissement, les bénéfices d'une action de promotion de l'offre commerciale