

Vous le savez, les agences de voyages en ligne sont des acteurs incontournables dans votre commercialisation. Comment identifier les canaux de distribution les plus pertinents en fonction de ma clientèle et de mon positionnement ? Comment augmenter mes ventes en direct ? Cet atelier vous permettra de vous doter d'une méthode de travail pour mieux maîtriser votre vente en ligne et améliorer vos résultats commerciaux sans augmenter la dépendance que vous pourriez avoir avec l'un ou plusieurs de ces acteurs.

-  **Public et pré-requis :** **Partenaire : Mayenne Tourisme**
- Public : Tout prestataire de tourisme et loisirs (petite structure) souhaitant définir ou adapter une stratégie webmarketing efficace pour développement ses ventes en ligne directes - Priorité d'inscription pour les professionnels de la Mayenne
  - Prérequis : Avoir un minimum de notion autour du webmarketing touristique (agences de voyage en ligne, moteur de réservation, etc.) / Avoir un site web et vouloir optimiser sa vente en ligne / (Réponse au questionnaire de positionnement préalable obligatoire)

-  **Durée :** 9 h réparties en : 1 journée en présentiel (7 h)  
Et 1 classe virtuelle (2h) - une semaine après la journée en présentielle

-  **Date et lieu :** Laval (**Mayenne Tourisme**)  
Mercredi 09 novembre 2022 : 09h00-12h30 / 14h00-17h30 (présentiel)  
Et Mercredi 16 novembre 2022 : 09h00 – 11h00

-  **Formateur :** Thaïs MELO – CoManaging

-  **Effectif maximum :** 12 participants (6 minimum)

-  **Accessibilité :** nous contacter pour toute problématique d'adaptation à un handicap

-  **Tarif par participant :** 120€ HT / 144 € TTC

-  **Objectifs pédagogiques :**
- A l'issue de la formation, vous serez capable de :
1. Formuler vos attentes concernant votre futur moteur de réservation
  2. Identifier les canaux de distribution adaptés à sa structure selon sa clientèle et son positionnement
  3. Identifier les facteurs clés de succès et les actions à mener pour travailler efficacement avec les distributeurs en ligne (OTA)
  4. Concevoir un projet d'actions simples à mettre en œuvre pour optimiser sa distribution en 2022

### Programme détaillé

#### **JOUR 1 : MERCREDI 09/11/22 – MATIN (présentiel) : 09h00-12h30**

- Introduction : quels enjeux liés à la commercialisation en ligne directe et indirecte en 2022 ?  
Quelques chiffres & tendances

#### **Partie 1 : Je me pose les bonnes questions sur la vente en ligne directe**

- ✓ Mettre à plat mon offre et se poser les bonnes questions :
  - Quelle(s) expérience(s) offrez-vous ?
  - Pourquoi les voyageurs choisissent-ils votre hébergement ?
  - Quelle est votre valeur ajoutée ?

**Atelier : Temps de travail individuel pour définir son expérience et sa promesse client.**

#### **Partie 2 : Favoriser la commercialisation directe**

- ✓ Qu'est-ce qu'un moteur de réservation en ligne ?
  - Je rédige un mini-cahier des charges de mes attentes vis-à-vis de cette solution
  - Présentation de la solution régionale eResa

- Comparaison et parcours des différentes solutions leaders (performances, fonctionnalités, retours usagers, prix et coûts...)

**Atelier : Temps de travail individuel pour définir son mini cahier des charges vis-à-vis d'un moteur de réservation en ligne**

**JOUR 1 : MERCREDI 09/11/22 – APRES MIDI (présentiel) : 14h00-17h30**

**Partie 3 : Tour d'horizon des principales OTAs : poids, stratégies, nouveautés...**

- ✓ Pour les hébergements :
  - Les leaders incontestés : Booking, Expedia et Airbnb
  - Le challenger qui monte : LeBonCoin
  - Le label qui fait de la résistance : Gites de France
  - Les spécialisés : WeGoGreenR, Mr Mrs Smith, etc
- ✓ Pour les activités de loisirs : Viator, GetYourGuide et les autres
- ✓ Pour les campings : Campings.com, Campingandco
- ✓ Pourquoi et comment diversifier ses OTAs
- ✓ Saisir des opportunités sur les metasearch

L'objectif à travers cette séance sera également de transmettre aux participants les méthodes d'une collaboration optimale avec chaque acteur afin de maximiser son impact tout en limitant la dépendance générée.

**Atelier collectif : Navigation sur l'interface « voyageur » et « exploitant » (en fonction des codes d'accès disponibles)**

**Partie 4 : Travailler sa relation client sur toutes les étapes du parcours client (avant, pendant et après)**

- Identifier les points de contact avec vos clients et les optimiser
- Favoriser la conversion des clients en direct (grâce au site internet, RS et plateformes d'avis en ligne)
- Mettre en place une stratégie de fidélisation de la clientèle.

**Temps de travail individuel pour définir les actions d'optimisation du parcours client des stagiaires.**

BILAN de la formation en présentiel

- Jeu de Questions/réponses
- Les points clés à retenir
- Tour de table à chaud

**JOUR 2 : MERCREDI 16/11/22 – MATIN (classe virtuelle) : 09h00-11h00**

- Présentation par chaque participant des actions réalisées et des difficultés rencontrées
- Echanges sur les points de blocages rencontrés
- Echanges avec le groupe et apport de solutions complémentaires

BILAN de la formation en distanciel

- Évaluation des acquis

## Méthodes, moyens et outils pédagogiques

Méthodes

- Informative : apport de concepts, méthodes et outils illustrées (bonnes pratiques), partage d'expériences
- Active et participative : appropriation par des ateliers individuels et collectifs, analyse collective, pistes d'actions

Moyens

- Questionnaire préalable pour connaître votre niveau, vos pratiques & vos attentes
- Plusieurs activités sont prévues pour vérifier les acquis des participants et mettre en pratiques les éléments étudiés pour les appliquer à son activité

Outils

- Présentation Powerpoint / Kahoot
- Navigation sur les interfaces de OTAs

**Mise à disposition de supports pédagogiques**

- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation

**Matériel recommandé**

Pour le présentiel : Venir avec son ordinateur portable et son smartphone / Apporter ses codes d'accès habituels / Crayon et papier

Pour le distanciel : Une bonne connexion Internet, un ordinateur au calme avec webcam et micro, navigateurs à jours

## Évaluation des acquis : Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur à partir des exercices et travaux personnels réalisés
- Une auto-évaluation du stagiaire

## Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant en fin de session (questionnaire obligatoire)

## Suivi à 6 mois

Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

**Contact :** [contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr](mailto:contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr) / CoManaging - 06 64 24 91 07  
<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>

*Les mesures de précautions sanitaires en vigueur au moment de la formation seront observées.*