
Programme de Formation

Construire une stratégie commerciale MICE

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : À distance

Contenu pédagogique



Public visé

Chargés de la commercialisation, responsable du pôle commercial, chargé.s tourisme d'affaires.



Objectifs pédagogiques

- Appréhender le marché du MICE, ses acteurs et leurs attentes
- Savoir diagnostiquer l'offre de sa destination
- Proposer une offre innovante permettant de se démarquer de la concurrence
- Définir sa stratégie commerciale en direction de ce marché



Description

Le tourisme d'affaires est aujourd'hui un marché pour TOUS les territoires et pour TOUS les prestataires, car ce marché accueille de 5 à 500 participants selon le type d'événements. Ce marché concurrentiel demande à chaque Territoire de se démarquer grâce à ses marqueurs, ses thèmes et son positionnement commercial. Quelles sont les nouvelles facettes du tourisme d'affaires en France ? Comment vous positionner sur ce marché ? Comment faire évoluer vos offres ?

Quels prestataires peuvent répondre aux besoins et attentes des entreprises ? Quel rôle jouer en tant qu'Office de Tourisme ? Quelle stratégie commerciale mettre en place afin de se démarquer des autres Territoires ?

Vous repartirez avec votre plan d'actions commerciales et les grandes lignes de votre stratégie commerciale.

- Qu'est-ce que le tourisme d'affaires ? Redéfinir les contours pour en avoir une vision juste. Le MICE et ses dérivés
- Les tendances du marché "affaires" grâce aux indicateurs basés sur notre étude menée sur 6 mois en 2021
- Atelier collectif : Le potentiel de votre destination sur les attentes majeures des marchés
- Réfléchir à votre positionnement « affaires » : en lien avec vos partenaires, vos marqueurs, vos prestataires, quelles offres et services pourriez-vous proposer ?
- Ancrer votre territoire comme « Destination Affaires »
- Notions de concurrence, cibles, tendances
- Écrire votre stratégie commerciale sur le marché « affaires » : Vos cibles - Votre gamme d'offres - Réflexion sur un cahier des charges, une charte d'engagement des professionnels positionnés sur le tourisme d'affaires - Valorisation de la qualité des prestations - Valorisation de l'engagement



autour du développement durable, de la mise en place de la RSE

- Votre modèle économique
- Les supports de communication au service de la prospection commerciale
- Les canaux de distribution à exploiter sur le marché du tourisme d'affaires
- Optimiser la relation commerciale aux entreprises : Comment fidéliser les entreprises ?
Présentation de techniques et d'outils - Les erreurs à ne pas commettre (retours d'expériences des entreprises)

Prérequis

Être chargé de la commercialisation et/ou de la filière tourisme d'affaires.



Modalités pédagogiques

Apports théoriques, réponse aux questions des stagiaires.



Moyens et supports pédagogiques

Support de cours remis aux participants.



Modalités d'évaluation et de suivi

Quiz.