

Votre contact pédagogique

FRIZON Laure
laure.frizon@monatourisme.fr

Votre contact administratif

GARNIER Marie
marie.garnier@monatourisme.fr

Si vous êtes une personne en situation d'handicap, vous pouvez vous adresser par mail à Camille Averty camille.averyt@monatourisme.fr ou par téléphone au 06 17 23 31 44. Nous aménagerons au mieux la formation.

LIEU : BEGLES (NON PMR)

DATE (S) :

| | | | | |
|------------|------|------|-------|-------------------|
| 12/05/2022 | 7:00 | 9:45 | 18:00 | CO-MEETING BEGLES |
| 13/05/2022 | 7:00 | 9:45 | 18:00 | CO-MEETING BEGLES |

DURÉE : 2,00 jour(s), 14:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Directrices.eurs d'offices de tourisme, DAF, Responsables partenariats, Chargé.es de commercialisation

PREREQUIS :

Définir des prix dans son quotidien (partenariats, boutique, billetterie, etc.)

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

Emilie

CARON-FRAPPIER



Ressortissants AFDAS : 300 €/jour - Agents de la fonction publique territoriale et directeur d'EPIC : 150€/jour

CONTEXTE

Les organismes de tourisme ont des produits à vendre (cotisations, partenariats, billetterie, séjour, etc.). Or, ils n'adoptent que rarement des outils permettant d'optimiser la politique tarifaire, tel le yield management. Pouvoir réfléchir à la stratégie de fixation de ses prix à l'aide de méthodes éprouvées semble une étape de professionnalisation pour de nombreux organismes de tourisme.

Un questionnaire préalable permettra d'organiser la formation sur des cas concrets vécus par les participants.

Taux de satisfaction : 4,2 / 5 (2020)

Taux d'adéquation objectif / problématique : 4 / 5 (2020)

OBJECTIFS

Objectif professionnel

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'adopter une stratégie de fixation des prix en fonction de critères objectifs, d'utiliser des outils de management tarifaire, tel le yield management

Objectifs pédagogiques

- Elaborer un prix en fonction de critères objectifs (prix de revient, mission de service public, marge, environnement concurrentiel, etc.)
- Pratiquer le prix adapté à la demande
- Appliquer une politique commerciale fluide

PROGRAMME

Introduction au thème à travers une animation : CA, Marge, Panier moyen

- Préambule sur la définition de la VALEUR AJOUTÉE (VA) d'un Bien, Service, Projet en Tourisme. Cas pratiques.

Les basiques du pricing + Exercice pratique :

- Facteurs externes (concurrence, saison, etc)
- Facteurs internes (valorisation, spécificité, personnalisation, localisation, etc)
- Maîtriser la fixation des prix

La valorisation et la fixation des prix (Optimisation des prix, pricing des services et pricing des projets)

- Pourquoi, Comment et quand passer une hausse tarifaire
- Prix pour le Lancement des nouveaux produits et services

Focus Clients

- Prix consommateur et enjeu de l'image/prix
- Gestion des litiges ou mécontentements

Le pricing et la digitalisation

- L'impact du digital sur les prix
- Les nouvelles méthodes pour fixer le prix (abonnement, codes réduction, etc)

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, mises en situation, partage de cas

MODALITES D'ÉVALUATION

QCM reprenant l'ensemble des points essentiels abordés