

La prospection et la négociation commerciale en transport occasionnel et en tourisme

La refonte du transport occasionnel et du tourisme par autocar liée aux nouveaux modes de consommation et aux évolutions sociales et humaines d'une clientèle exigeante, contraint les opérateurs de mobilités à mener des changements stratégiques et tactiques en matière commerciale. Au vu d'une crise sanitaire et des doutes installés de la clientèle, les clés de la réussite passent par une opérationnalité plus encrée, soutenue et sécurisante des commerciaux et des administratifs.

Le renforcement des savoirs par un développement des compétences commerciales s'avère utile, voire primordiale dans une activité hyper concurrentielle : nouveaux opérateurs de mobilité, marge étroite, pression croissante des clients...



Type de formation

 **Présentiel**

 **2,5 jours**

3,5h à distance

dont 2,75h de classe virtuelle

14h présentiel

 **Prérequis : aucun**

Objectifs de la formation

- Inciter les participants à découvrir ou renforcer leur démarche de prospection et de fidélisation en particulier en période de crise
- Structurer les méthodes et savoir appliquer les nouvelles pratiques commerciales liées au transport de voyageurs dans une logique de performance

Résultats escomptés

- Construire des outils et des méthodes adaptés à la refonte du marché occasionnel et au service de la stratégie de l'opérateur
- Développer de nouvelles relations commerciales et humaines adaptées à chaque typologie de clientèle pour fidéliser et gagner de nouvelles parts de marché

Public cible

- Tout collaborateur qui exerce une fonction d'accueil et de communication commerciale dans le cadre d'un service de transport occasionnel ou de tourisme par autocar
- Le stagiaire doit disposer d'un ordinateur équipé d'une webcam/d'un micro, d'une connexion à internet haut débit et d'une imprimante

Programme pédagogique

LES ÉTAPES ET LES TECHNIQUES DE LA RELATION COMMERCIALE

1. La phase de repérage et d'accroche client

- Établir un climat propice au dialogue
- Mettre en exergue la prise de contact et la phase d'accueil téléphonique et physique

2. Les attentes ou besoins du client : entre la recherche de la connaissance du client et la compréhension de l'information

- Savoir poser les questions appropriées dans un délai limité
- Ecouter les réponses et analyser leur teneur
- Reconnaître la typologie du client
- Reformuler pour mieux comprendre
- Formaliser la demande
- Préparer le devis

3. L'argumentation adaptée liée aux prestations de service transport : avantages, preuves, bénéfices :

- Maîtriser la réglementation sociale nationale et internationale juridique en vigueur (contrat de transport, temps de travail effectif, amplitude, simple ou double équipage...)
- Organiser le transport (les documents d'exploitation et de transport : exécution du service, véhicule, conducteur, personnes transportées...) et le choix des prestataires (hôteliers, restaurateurs, accompagnateurs, réceptifs locaux...)
- Connaître les normes techniques et de sécurité des véhicules et des personnes transportées
- Présenter le plan de continuité d'activité (prise en compte de la politique de la sécurité sanitaire)
- Savoir communiquer les valeurs et les produits phares de l'entreprise
- Présentation du devis au client et les techniques de relance du devis

4. Le traitement des objections

- Ecouter l'objection
- Utiliser les techniques ou les stratégies de réponse

LES ÉTAPES ET LES TECHNIQUES DE LA PROSPECTION COMMERCIALE

1. L'organisation du plan de prospection

- Planifier la prospection
- Cibler et approcher les prospects utiles
- Qualifier l'entretien de prospection (contexte, contraintes, conditions de réussite, plan d'action)
- Prendre les rendez-vous téléphoniques

2. La négociation commerciale

- Les conditions commerciales
- La négociation du prix
- La défense du prix

3. La conclusion et la prise de congé de l'entretien commercial

- Impliquer et accompagner le client dans cette phase finale
- Engager le client à l'achat

Méthodes pédagogiques

Animation par un consultant – formateur expérimenté en gestion commerciale et doté d'une expérience confirmée en transport de voyageurs

Formation en présentiel sur 2 jours et à distance sur une ½ journée

- Remise d'un kit pédagogique composé d'un référentiel de compétences, d'un guide d'auto-diagnostic et de cas pratiques corrigés
- Formation 3 podcasts de 3 fois 15 mn
- Un zoom (classe virtuelle) de 1H 15 mn
- Une mise en situation professionnelle et correction via zoom 1H30



Parlez-nous de votre projet !

Claude vous aiguillera vers la formation la plus adaptée à vos besoins