



## PROGRAMME DE FORMATION

### Conseil en séjour : faire de l'accueil à valeur ajoutée

1 jours  
7,00 heures

#### Public visé

Toute personne amenée à être en contact et renseigner le visiteur à l'office de tourisme (permanent et/ou saisonnier).

#### Pré-requis

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.

#### Objectifs pédagogiques

- Prendre conscience de l'**importance de la mission « accueil »** et du rôle fondamental des relations humaines pour retrouver de la **motivation** dans son métier au quotidien
- Faire un **bilan de son accueil** : points forts et points à améliorer en face à face, au téléphone et par mail
- **Etre capable de faire un accueil à valeur ajoutée** en face à face, au téléphone et par E-mail en appliquant les techniques vues en formation

#### Programme de la formation

##### L'EVOLUTION DE L'ACCUEIL

Les **3 types de clients** : " flash", le "visiteur" et le "client"

Leurs **comportements** et leurs **attentes** vis-à-vis de l'accueillant : attentes communes et spécifiques

Identification des **enjeux en termes d'accueil** et notion de **valeur ajoutée de l'accueil**

La **nécessité de connaître** parfaitement son offre, son produit

Identification des **moyens à disposition** pour améliorer sa connaissance de l'offre

**Bénéfices d'un accueil à valeur ajoutée** pour le visiteur, l'accueillant, l'entreprise, les partenaires et le territoire

La **valeur des métiers d'accueil**

##### CONSEILLER EN SEJOUR EN PRATIQUE

- **Offrir un accueil de qualité**

**Fonctions de l'accueil.** A quoi sert un bon accueil ? Prise de conscience du **lien entre un bon accueil et dépense**

Les **premières secondes** dans l'accueil : face à face, téléphone et E-mail. Impact de l'**aménagement de l'espace d'accueil**

Le **non verbal** dans l'accueil : mimiques, gestes, regard, sourire, tenue...

Le **verbal** dans l'accueil : ton, mots interdits, débit...



- **Ecouter et questionner pour mieux accueillir**

**Observer** son client pour mieux l'accueillir

**L'écoute**, étape clé pour comprendre son client et identifier ses besoins (explicites, implicites et latents) et motivations

**Questionner** : les questions à poser, les types de questions, dans quels cas les utiliser, risques avec certaines questions

**Proposer des conseils personnalisés et argumenter pour convaincre**

Conseiller et savoir orienter son client de manière personnalisée est **l'étape la plus complexe**.

**Qui conseiller ?** Tous les clients ne veulent pas de personnalisation

**Quoi conseiller ? Comment conseiller ? Comment présenter ses conseils ?**

Savoir argumenter pour **convaincre** : travail sur une **fiche argumentaire**

Savoir élargir suite à une demande précise

- **Savoir conclure positivement son accueil**

Conclure en face à face et à distance : E-mail, téléphone

**Application**: mise en situation recapitulative

### Modalités pédagogiques

Apports théoriques et méthodologiques

Exercices d'application

Mises en situation

Plan d'action personnel

### Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF sur l'extranet de l'apprenant

Méthode participative

Mise en application avec des exercices et des exemples concrets

Plan d'action Personnel réalisé à l'issue de la formation

### Modalités d'évaluation et de suivi

La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs de la formation

La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.

L'atteinte des objectifs pédagogiques de formation est évaluée à la fin de chaque formation.

La formation est évaluée à l'issue de la formation : questionnaire à chaud et à froid.

Une certificat de réalisation est remis au stagiaire à l'issue de la formation.