

# ATOUT FRANCE

## FORMATION PRESENTIELLE\*

MERCREDI 11, JEUDI 12 et VENDREDI 13 JUIN,  
de 9h30 à 12h30 à 13h30 à 17h00,  
⇒ soit 21 heures de formation

### Accompagner efficacement ses prestataires touristiques dans leur développement commercial sur web.

*Une destination performante, c'est avant tout des prestataires touristiques  
compétents sur le marketing digital*

Le **numérique** a maintenant depuis de nombreuses années entièrement bouleversé les modes de consommation touristiques. **L'Intelligence Artificielle** est à son tour en train de définir de nouvelles règles. Avant, pendant et après la consommation de prestations touristiques, la quasi-totalité des profils de clientèles a recours au web de façon systématique.

Le web & l'IA offrent de fabuleuses opportunités pour les professionnels du tourisme de développer leur visibilité et d'augmenter leur chiffre d'affaires, mais cela suppose une parfaite compréhension des enjeux, une adaptation de leur organisation, de leur stratégie et une maîtrise des outils et de la vente en ligne. Tous les socioprofessionnels du tourisme ne sont malheureusement pas suffisants *armés* pour opérer cette transition digitale pourtant indispensable à leur développement, voire à leur survie. Les destinations peuvent jouer un rôle majeur dans l'accompagnement de leurs prestataires touristiques sur ces enjeux. C'est précisément pour répondre à ces enjeux que cette formation a été conçue.

#### Objectifs de la formation

- Maîtriser les problématiques de mise en marché et de développement commercial sur le web des prestataires touristiques, (approche spécifique par filière).
- Savoir valoriser les bénéfices de la vente en ligne et les bonnes pratiques associées auprès des prestataires touristiques de sa destination.
- Développer ses compétences dans l'accompagnement et le conseil de ses prestataires touristiques concernant leur stratégie de développement sur le web et leur stratégie de e-distribution dans une approche très opérationnelle.

Cette formation permet aux participants de se perfectionner et d'acquérir des **connaissances et des compétences** sur les points suivants :

- Les leviers e-marketing incontournables pour toute entreprise touristique,
- Les principaux acteurs de la distribution dans une approche spécifique par filière,
- Les outils et technique pour vendre en ligne dans une approche filière,
- La montée en compétences des prestataires touristiques dans leurs actions marketing et leur stratégie de distribution,
- Les bonnes pratiques pour développer ses ventes sur le web, le plus en direct possible.

\* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.

# ATOOUT FRANCE

## FORMATION PRESENTIELLE\*

MERCREDI 11, JEUDI 12 et VENDREDI 13 JUIN,  
de 9h30 à 12h30 à 13h30 à 17h00,  
⇒ soit 21 heures de formation

**Public attendu** : directeurs de DMO, animateurs réseaux/filières, ANT, Responsable commercialisation, chargé de mission en charge de place de marché et/ou de centrale de réservation.

### Prérequis

- Avoir parmi ses missions un rôle d'accompagnement des prestataires touristiques ou souhaiter développer cet axe stratégique pour sa structure (direction),
- Avoir une expérience ou avoir déjà travaillé le sujet de la commercialisation dans le tourisme,
- Atout France s'engage à vérifier que les participants répondent aux prérequis.

### 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, à l'aide d'un questionnaire d'évaluation en amont 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 est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Les relevés de présence des stagiaires sont produits par les rapports de l'outil de visioconférence.

### Modalités pédagogiques

- Les participants reçoivent après chaque session de formation, le support de présentation au format PDF avec toutes les ressources en ligne qu'il contient : (liens vers des articles, des exemples présentés, etc.
- Les cas pratiques fictifs sont travaillés collectivement avec les participants sur la dernière demi-journée de formation avec pour finalité de formuler les bonnes préconisations. Cet exercice permet de remettre en situation de façon concrète l'ensemble des apports de la formation. Les préconisations formulées collectivement par les stagiaires sont consignées sur le support de formation qui leur est remis à l'issue de la formation.

\* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.

# ATOUT FRANCE

## FORMATION PRESENTIELLE\*

MERCREDI 11, JEUDI 12 et VENDREDI 13 JUIN,  
de 9h30 à 12h30 à 13h30 à 17h00,  
⇒ soit 21 heures de formation



**Votre formateur : Mathieu VADOT** est le fondateur du cabinet Marketing & Tourisme et est membre du groupement d'experts id-rezo. Il est consultant en stratégie marketing, commercialisation et médias sociaux appliqués au tourisme, Après une formation marketing en école de commerce et de nombreuses années au service de destinations pour lesquelles il a développé des outils de commercialisation et participé à la structuration et au développement de l'offre, Mathieu Vadot conseille, forme et accompagne les acteurs du tourisme partout en France aux techniques du e-marketing et à la mise en cohérence de leur stratégie marketing avec leurs outils et actions numériques.

**Coût de la formation** : Adhérent de Atout France : 1 850 € HT, soit 2 220 € TTC,  
Non adhérent de Atout France : 2 312,50 € HT, soit 2 775€ TTC.

Le coût de la formation peut être pris en charge par votre OPCO (Afdas, Uniformation, Atlas, OPCO2i).

**Accessibilité** : en cas de mobilité réduite d'un inscrit, nécessitant une adaptation particulière de la formation, Atout France vous remercie de bien vouloir lui signaler, par mail avant **lundi 5 juin 2025**, à [isabelle.chevassut@atout-france.fr](mailto:isabelle.chevassut@atout-france.fr) ou [christelle.leroy@atout-france.fr](mailto:christelle.leroy@atout-france.fr) afin de lui permettre de mettre en place les dispositions nécessaires.

**La formation** *Accompagner efficacement ses prestataires touristiques dans leur développement commercial sur web* des mercredi 11, jeudi 12 et vendredi 13 juin de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 **se déroulera en présentiel.**

### Les modalités d'accès à la formation

Les inscriptions sont possibles :

- 1/ en complétant le formulaire d'inscription en ligne, accessible à partir du bouton *Inscription* de la page dédiée à la formation sur [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr),
- 2/ en adressant à [formations@atout-france.fr](mailto:formations@atout-france.fr) le bulletin d'inscription complété.

**Le délai d'accès** à nos formations est de 7 jours précédant le 1<sup>er</sup> jour de la formation. Ce délai est indicatif. En fonction du nombre d'inscrits, il pourra être réduit. N'hésitez pas nous consulter pour connaître les places disponibles.

\* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.

# ATOUT FRANCE

## FORMATION PRESENTIELLE\*

MERCREDI 11, JEUDI 12 et VENDREDI 13 JUIN,  
de 9h30 à 12h30 à 13h30 à 17h00,  
⇒ soit 21 heures de formation

### Programme détaillé de la formation

#### Cadrage de la problématique

- État de lieux des acteurs de la distribution du tourisme.
- Focus sur les changements en cours :
  - Effacement des frontières entre les différentes filières de l'hébergement.
  - Hégémonie de quelques OTA.
  - La digitalisation des ventes en cours concernant les activités.
  - Impact de l'IA dans les actions de promotion commerciale et sur la distribution.
  - La prise en compte de l'éco-responsabilité dans le processus de décision d'achat.
  - Exemples d'adaptation à ses changements (benchmark d'acteurs privés).
- Synthèse sous l'angle du processus d'achat coté client. Le cadre technique de la vente ligne :
- Panorama détaillé des différents systèmes de réservation par filière.
- Focus sur les connectivités en entre les différents systèmes : PMS > Channel Manager par filière.
- Focus sur les solutions technologiques adaptées à un usage de destination (argumentaire, bénéfiques, etc.). Les fondamentaux du marketing pour vendre en ligne (côté prestataires) :
- La nécessaire alchimie entre positionnement marketing et rapport « qualité/prix ».
- La connaissance de ses clientèles et la définition d'une stratégie en termes de couple Produit/marché, partiellement assisté par l'IA.
- La cohérence de sa stratégie de prix : marketing vs yield management.
- Le minimum légal en matière de visibilité web et de e-réputation.
- L'intégration de l'IA dans les process et actions marketing.
- L'enjeu de traitement de l'expérience dans l'offre et la communication et l'usage de l'IA pour cette finalité.

#### Comprendre la commercialisation en ligne des hôtels et les facteurs clés qui permettent de développer leurs ventes, le plus en directement possible

- État des lieux de la filière en matière de vente en ligne.
- Les principaux acteurs du marché (OTA et comparateurs) : bonnes pratiques et pièges à éviter.
- Les leviers marketing prioritaires pour vendre davantage et le plus en direct possible.

#### Comprendre la commercialisation en ligne des campings et les facteurs clés qui permettent de développer leurs ventes, le plus en directement possible

- État des lieux de la filière en matière de vente en ligne.
- Les principaux acteurs du marché (OTA, TO et annuaires) : bonnes pratiques et pièges à éviter.
- Les leviers marketing prioritaires pour vendre davantage et le plus en direct possible.

#### Comprendre la commercialisation en ligne des locations de vacances et chambres d'hôtes et les facteurs clés qui permettent de développer leurs ventes, le plus en directement possible

\* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.

# ATOUT FRANCE

## FORMATION PRESENTIELLE\*

MERCREDI 11, JEUDI 12 et VENDREDI 13 JUIN,  
de 9h30 à 12h30 à 13h30 à 17h00,

⇒ soit 21 heures de formation

- État des lieux de ces filières en matière de vente en ligne.
- Les principaux acteurs du marché (OTA) : bonnes pratiques et pièges à éviter.
- Les leviers marketing prioritaires pour vendre davantage.

### **Comprendre la commercialisation en ligne des prestataires de loisirs et les facteurs clés qui permettent de développer leurs ventes, le plus en directement possible**

- État des lieux de la filière en matière de vente en ligne.
- Les principaux acteurs du marché (OTA) : bonnes pratiques et pièges à éviter.
- Les leviers marketing prioritaires pour vendre davantage et le plus en direct possible.

### **Échanges sur les problématiques d'accompagnement de prestataires sur des sujets de commercialisation. Exercice de mise en situation avec conseils individuels au travers de cas fictifs types :**

- Cas n°1 : Michel 55 ans, un hôtelier pas vraiment du métier.
- Cas n°2 : Jean-Louis 46 ans, un propriétaire de camping, assez bien digitalisé grâce à des prestataires web qui lui coûtent très cher.
- Cas n°3 : Martine 35 ans, une propriétaire de chambres d'hôtes sans contraintes financières.
- Cas n°4 : Josette 65 ans, une propriétaire de 3 gîtes en milieu rural, très peu présente sur le web.
- Cas n°5 : Antoine 37 ans, moniteur de canoë-kayak, à la cool et à l'ancienne...

Échanges sur les démarches collectives, possibles en œuvre en matière d'accompagnement des prestataires touristiques.

- Moyens et méthodes possibles.
- Benchmark de dispositifs d'accompagnement des prestataires touristiques en matière de numérique et de commercialisation.
- Bonnes pratiques : illustrations et exemples.
- Focus sur les dispositifs locaux (le cas échéant).
- Facteurs clés de réussite.

Les cas pratiques fictifs sont travaillés collectivement avec les stagiaires sur la dernière demi-journée de formation avec pour finalité de formuler les bonnes préconisations. Cet exercice permet de remettre en situation de façon concrète l'ensemble des apports de la formation. Les préconisations formulées collectivement par les stagiaires sont consignées sur le support de formation qui leur est remis à l'issue de la formation.

\* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.