

# ATOUT FRANCE

## FORMATION A DISTANCE\*

Jeudi 1<sup>er</sup> et vendredi 2 février 2024,  
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

### **Tourisme et marketing des services : mettre en place et perfectionner son écoute client pour s'améliorer en continu**

#### **Pourquoi suivre cette formation ? Qu'est-ce que l'écoute client ?**

C'est le système d'organisation interne qui permet de recueillir, traiter et analyser les retours d'expériences clients. En marketing des services, il est un élément déterminant pour choisir et occuper la meilleure place dans la chaîne de valeur touristique en créant les meilleurs services attendus par les clients et mesurer les écarts qui peuvent exister entre les attentes et les expériences effectivement vécues par les clients/usagers. L'écoute client aide également en fin de processus à améliorer en continue la qualité de service.

De nombreux outils sont disponibles pour mettre en place une écoute client performante mais au-delà du choix des outils qui reste déterminant, la définition des **objectifs d'amélioration continue et des indicateurs de performance** sont essentiels pour calibrer ces démarches.

#### **Objectifs de la formation**

- Comprendre les enjeux d'une écoute client performante
- Se doter des bons outils d'écoute et de mesure de la satisfaction client
- Construire, déployer et exploiter une enquête de satisfaction client
- Mettre en place un système structuré du traitement des réclamations
- Piloter ses actions d'amélioration continue à l'aide de tableau de bord

#### **Méthode pédagogique**

- Diaporama illustré d'exemples.
- Échanges avec les stagiaires sur leurs cas concrets (retours d'expériences).

Le contenu de la formation pourra être ajusté en fonction de la représentation des stagiaires.

Les échanges avec les stagiaires seront favorisés pour faciliter la mise en situation et les retours d'expériences.

**Remarque** : le contenu de cette formation sera largement enrichi d'illustrations et d'exemples concrets.

**NB** : à la demande, des exemples particuliers pourront être spécialement étudiés pour les **besoins de participants, si ceux-ci sont transmis suffisamment en amont de la formation**

**Livrables** : support de la formation (format PDF) – outils d'organisation – benchmark inspirant

**Moyens techniques** : le participant devra disposer d'un ordinateur récent disposant d'une webcam et d'un micro – il doit pouvoir voir et être vu, entendre et prendre la parole. Il devra également disposer d'une connexion Internet de bonne qualité.

**Dates** : jeudi 1<sup>er</sup> et vendredi 2 février

**Durée** : 14 heures

**Lieu** : à distance via l'application Zoom

\* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date. Document établi le 18/01/24

# ATOUT FRANCE

## FORMATION A DISTANCE\*

Jeudi 1<sup>er</sup> et vendredi 2 février 2024,  
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

**Public attendu** : structures institutionnelles OT, CDT, CRT ; salariés, dirigeants d'Organismes Locaux de Tourisme, de sites et équipements touristique,

**Prérequis** : être en charge d'une démarche qualité -même non labellisée- ou de la gestion de la relation client dans l'organisation,

### Evaluations de la formation

- En amont de la formation : questionnaire d'évaluation des connaissances et de recueil des besoins et des attentes,
- Pendant la formation : évaluation des connaissances via des quizz d'évaluation à chaque séquence + travaux produits par les stagiaires,
- A la fin de la formation : évaluation de l'atteinte des objectifs à chaud via un questionnaire en ligne en fin de formation + travaux produits par les stagiaires,
- Questionnaire de satisfaction en ligne

**Formateur** : **Jean-Patrick MANCINI**, consultant expert en stratégie marketing pour le tourisme, stratégie de contenu multicanal, site web, conçoit et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (OT, ADT/CDT, CRT) et privés. Il s'appuie notamment pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme. Depuis 11 ans, il accompagne les porteurs de projets du secteur dans leur transformation digitale et plus globalement dans leur adaptation stratégique sur l'un des marchés les plus concurrentiels du e-commerce mondial.

### Tarifs

Adhérent de Atout France : 995,00 € HT, soit 1 194,00 € TTC,

Non adhérent de Atout France : 1 243,00 € HT, soit 1 491,60 € TTC.

Le coût de la formation peut être pris en charge par votre OPCO (Afdas, Akto, Uniformation, Agefice, 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 jeudi 25 janvier 2024, 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 *Mettre en place et perfectionner son écoute client pour s'améliorer en continu*, se déroulera à distance.

# ATOUT FRANCE

## FORMATION A DISTANCE\*

Jeudi 1<sup>er</sup> et vendredi 2 février 2024,  
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

### Programme détaillé de la formation

#### Module 1 : Les enjeux d'une écoute client performante

L'écoute client, un enjeu stratégique

- Définitions de l'écoute client et mise en perspective avec d'autres concepts et définitions du marketing des services
- État des lieux, diagnostic et cartographie des dispositifs d'écoute client existants
- Définir ses objectifs : pourquoi écouter ses clients/usagers ? Quels sont les données dont j'ai besoin ? Quelles sont les ressources nécessaires pour les obtenir ?

#### Module 2 : Les différents dispositifs d'écoute client

Avant tout un système de recueil, traitement et analyse de données

- Les différences entre données quantitatives et données qualitatives
- Les différents cas d'usages en fonction des objectifs
- Leurs avantages et leurs inconvénients
- Les méthodes pour les produire et les analyser

#### Module 3 : Focus sur l'enquête de satisfaction client

Construire et exploiter son dispositif

- Organiser et structurer son enquête de satisfaction en fonction de ses objectifs et des cibles
- Définir les modalités de diffusion du questionnaire de satisfaction/d'enquête client et de recueil d'information
- Traiter les données et les analyser

#### Module 4 : L'écoute client au chevet de la qualité de service

Mettre en place un système structuré de traitement des réclamations client.

- Les avis client, source inépuisable de retours d'expérience client
- Mesurer et traiter les réclamations clients
- Compilation et analyse des réclamations clients pour s'améliorer en continu

#### Module 5 : De l'écoute client à la démarche qualité

Construire son tableau de bord de suivi de l'expérience client

- Les indicateurs de pilotage stratégique et les indicateurs de qualité immédiats
- Générer des indicateurs pertinents par le croisement des données
- Exploiter les données, présenter ses résultats
- Suivre l'évolution de la qualité de service et de la satisfaction client dans le temps
- S'améliorer en continu