

Master Hôtellerie Internationale (M2 HI)

Titre du Cours :	Initiation aux techniques de vente appliquées au tourisme
<i>Course Title:</i>	
Heures :	15
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	1

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**
DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

Au regard de l'importance de la place occupée par le web et les réseaux sociaux dans l'industrie du tourisme, les habitudes et les comportements des clients ont désormais évolué.

De nos jours, les responsables commerciaux des divers secteurs du tourisme (Hôtellerie, tour operator, agences de voyages...) doivent s'adapter à ces changements et doivent donc acquérir des nouvelles connaissances dans le domaine de la vente.

L'objectif de cette série de cours est de proposer aux étudiants, des notions concrètes sur les techniques de vente ainsi que des exercices pratiques.

Cette série de cours sera finalisée par l'initiation à la gestion des « comptes clients » afin de leur proposer une approche de « l'optimisation des ventes ».

➤ **Liste des sujets ou résumé des séances**
TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

(Sujet de chaque séance ou sommaire du cours)

Remise à jour au 19/10/2016

INITIATIONS AUX TECHNIQUES DE VENTE APPLIQUEES AUX METIERS DU TOURISME

INTRODUCTION

I. la commercialisation de produits touristiques

- A. La commercialisation traditionnelle avant la révolution numérique
- B. La commercialisation des produits touristiques sous la révolution numérique
- C. Nouveaux comportements des clients potentiels
- D. Evolution du métier des commerciaux dans l'industrie touristique

II. La prospection indirecte

- A. Le social selling
- B. Le social selling et le travail de contenu
- C. Gestion des réseaux
- D. Les applications Hi phone, Hi pad.

III. Prospection directe et communication

- A. La communication entre l'expert et le prospect
- B. La communication verbale et non verbale
- C. La communication non verbale
- D. La communication verbale

IV. Techniques et étapes de la commercialisation de produits touristiques

- A. Le savoir-faire, le savoir être
- B. Profils types des prospects
- C. Les étapes de la vente directe
- D. La prospection téléphonique

V. Classification des « comptes clients »

- A. Les suspects, prospects et les grands comptes
- B. Gestion des typologies « comptes clients »
- C. Optimisation des ventes

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU)** **EVALUATION AND GRADING**

(Présence en cours, participation, contrôle continu, test final... Détailler les pourcentages des composants de la moyenne finale)

Aucune des parties de l'évaluation ne doit dépasser les 50%

(ATTENDANCE, PARTICIPATION, CONTINUOUS ASSESSMENT, MIDTERMS + FINAL, ETC... WITH THE PERCENTAGES)

No assessment element must be more than 50%

Exemple:

Présence/participation: 10%

Evaluation écrite n°1 : 30 %

Evaluation écrite n°2 : 30 %

Evaluation orale : 30 %

3 évaluations prévues (et la moyenne des deux notes formera la note finale)

- Un contrôle oral et un écrit en novembre
- Un contrôle écrit en janvier

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES** **BIBLIOGRAPHY**

(Merci de spécifier si les livres sont recommandés ou obligatoires ainsi que le code ISBN exact pour chaque livre)

(FOR TEXTBOOKS: PLEASE SPECIFY IF REQUIRED OR SUGGESTED. PLEASE SPECIFY THE RIGHT ISBN CODE FOR EACH ONE)

LES TECHNIQUES DE VENTE TOURISTIQUE 33 FICHES MARIE ANNE GARNIER ET ISABELLE METAYER BENECH – EDITONS DUNOD

CONVAINCRE EN MOINS DE 2 MINUTES. NICHOLAS BOOTHMAN. POCHE MARABOUT. LIVRE DE POCHE

Le pouvoir de vendre: Idée reçues, témoignages, expériences... [Édition Kindle] - Evelyne Platnic Cohen.