



Formation inter-filières

Être force de vente à l'accueil - 2026

Tout accueillant peut-être un vendeur !

Objectifs

- S'approprier la fonction commerciale de son métier et prendre confiance dans sa capacité à vendre l'offre (activités, billetterie, boutique....)
- Connaître les techniques de vente appliquées au tourisme
- Savoir appliquer ces techniques en situation d'accueil face à face et à distance

Formateur Caroline BELIN- Formation & Conseil

Formatrice spécialisée dans le tourisme depuis 20 ans, Caroline BELIN accompagne sur toute la France des salariés d'offices de tourisme sur les thématiques suivantes : relation client (accueil, conseil en séjour, gestion de conflits), relation aux socioprofessionnels (animer son réseau, repenser son offre de services), vente (techniques de vente par le conseil, boutique) et l'aménagement des espaces d'accueil.

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Contenu

Etape 1 : S'assurer
- Analyse de

Qu'est-ce que j'ai à vendre ? qu'est ce qui est facile ou moins facile à vendre ? plaisant ou moins plaisant ?

- La nécessité des retombées économique de la structure
- L'importance de la vente par le conseil
- Vendre en fonction de son profil de personnalité

Etape 2 : Mettre en pratique les 4D de la vente

Partie 1 - Savoir déclencher le contact pour vendre

- Les fonctions de l'accueil dans l'acte de vente
- Attitude et comportement pour bien déclencher le contact : verbal et non verbal
- L'importance des 5 premières secondes
- L'aménagement de l'espace d'accueil pour réussir une vente
- Comment aborder les différents types de clients : flâneur, chercheur, "harponné"

Partie 2 - Savoir découvrir le client

- Observer les clients pour comprendre leurs besoins explicites, implicites et latents
- Ecouter : l'écoute active, la clé pour réussir une vente
- Questionner : les différents types de questions à poser
- Reformuler pour enchaîner avec des propositions de produits
- Identifier les motivations d'achat du client : rationnelles et émotionnelles

Partie 3 - Savoir démontrer les avantages du produit

- Faire la bonne sélection de produits
- Savoir les mettre en scène et les présenter au client
- Argumenter pour convaincre
- Fiches argumentaires par motivation d'achat pour une sélection de produits

Partie 4 - Savoir décider le client et conclure

- Les différents types d'objections et leur utilité
- Savoir rebondir suite à une objection
- Déclencher un achat complémentaire – vente additionnelle
- Savoir conclure une vente positivement

NB : de nombreuses mises en situation en petits groupes sont prévues pendant la formation.

Etape 2 : Gérer les conflits en 6 étapes

NB : cette partie fait le lien avec la démarche qualité pour les établissements Qualité Tourisme.

50% du temps est consacré aux exercices pratiques et mises en situation

Identifier **les 6 étapes** et les mettre en pratique :

- **Ecouter** et analyser la situation
- **Remercier**
- **Apporter de l'empathie**
- **Questionner** et reformuler
- Proposer une solution

o Résolution

o Fiche de résolution

- **Clore** la réunion

Méthodes, méthodes

- 30% apport

- 30% méthodologie

- 40 % mise en œuvre

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétriser les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Outils et supports :

support papier remis en début de formation

Public/Prérequis

Agent d'accueil et de billetterie

Un ordinateur portable

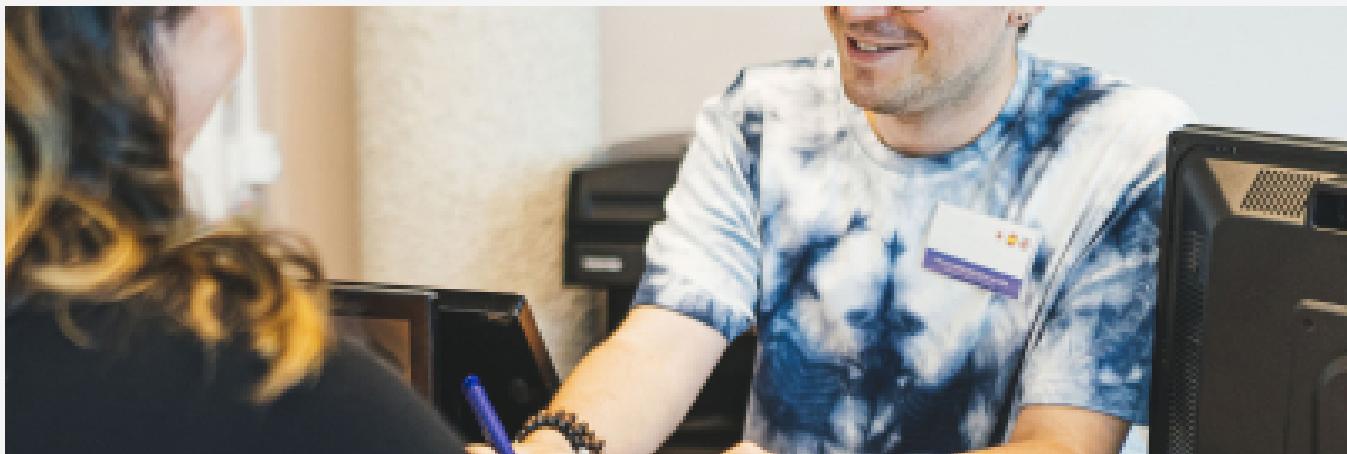
NB : Approche douce de la vente particulièrement appréciée par les réfractaires

Anne-Christine Bulourde

Chargée de mission formation

anne-christine.bulourde@chooseparisregion.org

06 46 79 08 32



Date

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétriser les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

**Détail
tarif**

Saisir la demande de prise en charge de la formation dans l'espace sécurisé de votre OPCO.

Pour les adhérents AFDAS le lien est le suivant : <https://www.afdas.com/entreprises>

Pour les autres participants une convention de formation vous sera adressée par l'organisme de formation.

Lieu

Conseil Régional Paris Île-de-France 2 rue Simone Veil - 93400 Saint-Ouen

Participants

12

Ce cours comprend

- Tour de table introductif
- Echanges avec la formatrice
- Validation des Acquis : QUIZZ final
- Satisfaction à chaud : tours de table, questionnaire

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.