

# ACHAT ET GESTION D'UN CAMPING

## PROGRAMME DE LA FORMATION

### *Choix et achat d'un camping, jour 1*

#### •Définir les cibles de recherche:

*Prendre en compte, pour chaque primo-accédant, sa capacité financière (montant de l'apport personnel), sa recherche géographique (lieu d'implantation souhaité), et ses contraintes sociales (enfants à charge, mise au vert ou proximité de vie sociale importante).*

*A partir de ces fondements, sélectionner les vecteurs d'offres adaptées à la demande (agences spécialisées, contacts professionnels directs, institutions)*

#### •Présélectionner les offres potentielles:

*En fonction des critères prédéfinis, effectuer la recherche sur les sites internet des agences (connaître le mode de fonctionnement des sites) et par contact téléphonique (inciter les interlocuteurs à enregistrer votre demande)*

#### •Sélectionner les affaires à visiter:

*Sélectionner le plus d'affaires possibles correspondantes à vos critères, principalement financier, sans s'isoler sur un secteur géographique défini.*

*Demander le maximum d'éléments, faire une pré-enquête internet sur chaque affaire (attrait touristique, concurrence, clientèle potentielle, etc...)*

*Préparer une campagne de visites, par secteur, en prévoyant 2h environ par visite.*

#### •Critères à vérifier lors de la visite:

*Vérifier la signalétique, l'environnement, la concurrence, l'implantation, les abords.*

*Lors de la visite, demander l'âge et la conformité des réseaux, des locaux techniques, des aires de jeux, de la piscine, des installations sanitaires, des cuisines, le vérifier de visu.*

*Visiter l'intérieur des locatifs et du logement de fonction, vérifier l'état.*

*Demander la composition de la clientèle, française ou étrangère, tourisme ou loisirs.*

Vérifier la conformité des installations aux normes en vigueur, zone à risques, hygiène, accessibilité.

Prendre notes et photos.

• **Analyse du camping choisi:**

Après une dizaine de campings visités, être en capacité d'en choisir un par l'analyse de sa situation, de sa comptabilité et sa rentabilité, de ses infrastructures, de ses matériels, de sa clientèle, des investissements à réaliser à court ou moyen terme.

Savoir s'appuyer sur l'analyse d'un comptable et d'un conseil en financement.

Évaluer les possibilités de développement par l'optimisation de la commercialisation et les investissements sur les infrastructures et les locatifs.

Prendre en compte dès à présent la libération de son apport personnel si celui-ci est bloqué (vente de la maison d'habitation, déblocage d'un placement financier, etc...)

• **Préparer l'achat: structure juridique, bilan prévisionnel, dossier bancaire:**

Prendre conseil auprès des spécialistes (comptable, avocat) pour définir la structure juridique de l'entreprise.

Faire établir par un cabinet comptable un bilan prévisionnel en fonction des 3 derniers bilans de l'entreprise et des possibilités d'évolution de chiffre d'affaires.

Préparer un dossier bancaire comprenant le prévisionnel, la présentation de l'entreprise et de ses responsables, les possibilités d'évolution.

Contacteur au moins une banque pour en vérifier la pertinence.

• **L'Achat: lettre d'intention, compromis de vente, acte de vente:**

Avec l'aide de l'agence ou du notaire, rédaction de la lettre d'intention incluant le prix de vente, les grandes lignes et conditions spéciales de la vente.

Si acceptation par le vendeur, préparation du compromis par l'entité chargé de la vente, avocat ou notaire. Ce compromis contient toutes les informations de l'acte final, les conditions suspensives à la vente, vente de biens personnels, acceptation des emprunts, etc...)

Signature du compromis par les deux parties.

Contacteur au minimum trois agences bancaires pour obtenir et choisir un financement

Après levée des conditions suspensives, préparation de l'acte de vente.

Profiter du délai de 3 à 4 mois entre le compromis et l'acte de vente pour effectuer les formations obligatoires ou utiles à la pratique de métier.

Signature de l'acte de vente

**Objectif de cette première journée:**

Savoir sélectionner les affaires qui vous correspondent et agir avec méthode pour le choix et l'achat en toute connaissance des différents facteurs.

## ***Gestion de votre camping, jour 2***

### ***Les différentes clientèles d'un camping:***

*Détailler les catégories de clients.*

*Définir leur attente, leur besoin, leur intérêt commercial.*

- ***Les différents postes d'un camping:***

*Pour chaque poste, évaluer les compétences et les moyens humains nécessaires.*

*Prendre en compte les normes concernées par le poste.*

*Aborder les investissements possibles et le rapport intérêt/coût.*

- ***La gestion quotidienne, réservation, facturation, caisse***

*Gérer les tâches quotidiennes.*

*La réservation par une centrale, par courrier ou téléphone, la confirmation et l'envoi des documents nécessaires.*

*La facturation au moyen d'un logiciel ou d'un système personnel.*

*La gestion des différentes caisses du camping (réception, magasin, snack-bar)*

- ***La comptabilité d'un camping:***

*Détailler les différents journaux à gérer avant intervention du comptable:*

*Journal de banque, journal des ventes, journal d'achat.*

- ***Les Fournisseurs:***

*Relation avec les fournisseurs, indispensables (fournisseurs boissons, surgelés, produits frais, boulangerie, produits d'entretien, consommables, etc...) ou d'investissement (logement locatif, jeux, piscine, etc...)*

*Lister les principaux salons professionnels rassemblant ces fournisseurs.*

- ***La maintenance:***

*Lister les différents postes de maintenance d'un camping.*

*Définir les compétences nécessaires à chaque poste et les améliorations possibles par la formation.*

*Répertorier les interventions de professionnels indispensables.*

- ***Les besoins en salariés:***

*Définir le besoin en salariés.*

*Connaître les astreintes du code du travail et les obligations en vigueur.*

*Notions de base du management d'une équipe de travailleurs saisonniers.*

- ***Les normes et contrôles:***

*Connaître les normes en vigueur dans le secteur de l'hôtellerie de plein air.  
Apprendre à préparer les différentes visites de contrôles.  
Savoir gérer une inspection administrative.*

- **Les formations:**

*Lister les formations obligatoires à l'exercice du métier.*

*Savoir déterminer les formations possibles et souhaitables en fonction de ses compétences.*

- **La connaissance des langues étrangères:**

*Connaître les langues étrangères les plus utilisées.*

*Tester ses connaissances en groupe et jeux de rôle.*

*Les possibilités de formation en fonction de son niveau.*

- **L'animation:**

*Estimer la nature et la quantité d'animations nécessaires*

*Bâtir un programme d'animation*

- **Le Syndicat:**

*Pourquoi adhérer au syndicat?*

*Le rôle du syndicat*

**Objectif:** *Maîtriser le savoir-faire en matière d'accueil et de bon déroulement du séjour des clients, de relation avec l'administration et de respect de la législation.*

## **Commercialisation des campings , jour 3**

### **Les outils autonomes**

- **le site internet:**

*Savoir analyser le site existant, son image du camping, son contenu (réservation en ligne, langues étrangères, qualité des photos, liens entrants et sortants).*

*Connaître le web-master, l'hébergeur, la prise en main (code FTP), la propriété des contenus et nom de domaine.*

*Envisager la création d'un nouveau site et en évaluer le coût.*

- **Les statistiques de visites:**

*Savoir analyser les statistiques de visites de son site internet. Étudier les sources de fréquentation pour définir la pertinence des liens entrants/à leur coûts. Notion de c.p.c. Présentation de Google analytics.*

- **Le référencement naturel:**

*Connaître et analyser la position du site internet dans les moteurs de recherche (Google). Définir les améliorations possibles.*

*Créer un compte Google pour apparaître en Google adresse.*

- **Les réseaux sociaux:**

*Définir l'intérêt de gérer un réseau social, et le choisir. Inscription et gestion d'une page pro.*

- **L'E-mailing:**

*Enregistrer et conserver les adresses e-mail des clients, générer des campagnes d'envois d'information pour les fidéliser.*

- **Google adwords:**

*Préparer une campagne adwords (mots clefs, contenu de l'annonce, cible et budget)*

- **La brochure papier:**

*Définir l'intérêt, le nombre, le contenu d'une brochure, d'un flyer, de carte de visite. Maîtriser l'Auto création par les moyens internet.*

## **Les outils dépendants**

- **Les sites portails:**

Définir par zone géographique (établissement et clientèle) les portails internet à privilégier. Connaître les conditions d'accès (gratuite, payante, soumise à visite)  
Comparer leur intérêt/coût (référencement, popularité/concurrence/clientèle)

- **Les guides papier:**

Connaître les principaux guides de campings par pays. Définir l'intérêt et la possibilité d'y apparaître par rapport à leur fonctionnement (visite de contrôle, généraliste ou thématique, coût des encarts publicitaire, carte de remise, )

- **Les tours opérateurs:**

Connaître les tours opérateurs principaux et analyser la pertinence en fonction de la taille du camping de leur louer des emplacements.

- **Les O.T.A. (online travel agency)**

Découvrir le panel d'OTA existantes, dédiées uniquement au camping ou à l'hôtellerie (booking.com).

Prendre en compte les intérêts et les inconvénients d'un partenariat en fonction de leurs politiques de commercialisation.

- **Les institutions:**

Lister les institutions concernées par l'hôtellerie de plein air, (syndicat, ADT, OT, CCI, mairie, com com)

Connaître leur vocation et leur mode de fonctionnement.

Apprendre comment s'associer avec chacune pour optimiser la commercialisation.

- **Les associations, chaînes et groupements de campings:**

Estimer les entités accessibles aux camping de petites tailles.

Analyser le coût et l'intérêt d'une adhésion en termes de commercialisation et de relations sociales.

- **Les salons professionnels:**

Envisager les solutions pour participer à un salon professionnel français ou étranger en minimisant les frais.

- **Les relations humaines, le comportement commercial**

*Avec les clients, les confrères, les voisins.*

**Objectif:** *connaître les moyens de commercialisation d'un camping et analyser leurs fonctionnements et leurs pertinences.*

*Une visite de camping sera probablement programmée en fin de formation, en fonction de la disponibilité des établissements et du respect du planning de formation.*