



ACHAT ET GESTION D'UN CAMPING PROGRAMME DE LA FORMATION

1 Choix et achat d'un camping

Définir les cibles de recherche

Prendre en compte, pour chaque primo-accédant, sa capacité financière, sa recherche géographique, et ses contraintes sociales.

A partir de ces fondements, sélectionner les vecteurs d'offres adaptées à la demande

Présélectionner les offres potentielles

En fonction des critères prédéfinis, comment effectuer la recherche.

Sélectionner les affaires à visiter:

Sélectionner le plus d'affaires possibles correspondantes à vos critères.

Critères à vérifier lors de la visite

examen des différents critères à vérifier

Analyse du camping choisi

Après une dizaine de campings visités, être en capacité d'en choisir un.

Préparer l'achat

structure juridique, bilan prévisionnel, dossier bancaire:

L'Achat

lettre d'intention, compromis de vente, acte de vente:

Objectifs :

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

2 Gestion de votre camping

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 administrative quotidienne

Gérer les tâches quotidiennes.

La réservation

La facturation

La gestion

La comptabilité d'un camping

notions de base

Les Fournisseurs

Relation avec les fournisseurs.

choix des fournisseurs spécifiques de l'HPA

La maintenance

Lister les différents postes de maintenance d'un camping.

Définir les compétences nécessaires à chaque poste

Les besoins en salariés

Définir le besoin en salariés.

Les normes et contrôles

Connaître les normes en vigueur dans le secteur de l'hôtellerie de plein air.

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.

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

Objectifs:

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.

VISITE D'UN CAMPING

Visite d'un camping pour visualisation des différents éléments vus lors des deux premières journées

3 Commercialisation de votre camping

le site internet

*Savoir analyser le site existant
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.

Le référencement naturel

Connaître et analyser la position du site internet dans les moteurs de recherche

Les réseaux sociaux

Définir l'intérêt de gérer un réseau social

L'E-mailing

Enregistrer et conserver les adresses e-mail des clients, générer des campagnes

Google adwords

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

La brochure papier

Définir l'intérêt

Les sites portails

*Définir les portails internet à privilégier.
Connaître les conditions d'accès
Comparer leur intérêt/coût*

Les guides papier

*Connaître les principaux guides de campings
Définir l'intérêt et la possibilité d'y apparaître*

Les tours opérateurs

Connaître les tours opérateurs

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

*Découvrir le panel d'OTA existantes,
Prendre en compte les intérêts et les inconvénients d'un partenariat*

Les institutions

Lister les institutions concernées par l'hôtellerie de plein air
Connaître leur vocation et leur mode de fonctionnement.
Apprendre comment s'associer avec chacune

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

Les salons professionnels

Envisager les solutions pour participer à un salon professionnel

Les relations humaines, le comportement commercial

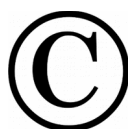
Avec les clients, les confrères, les voisins.

Objectif:

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

ANNEXE

Liste des documents indispensables à l'exploitation à demander au vendeur



La formation Achat et Gestion camping, son contenu, son programme, sont déposés à l'INPI

Toutes utilisations à titre professionnel est strictement interdite,