

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Pour publication immédiate

L'AQIT, ATR ASSOCIÉES DU QUÉBEC AINSI QU'ATS QUÉBEC APPUIENT ÉGALEMENT *PENSER CLIENT*!

LONGUEUIL, le 19 février 2014 – Après avoir annoncé fièrement l'[appui officiel de Tourisme Québec](#) au produit *Penser client* il y a quelques jours, le CQRHT est heureux de dévoiler que l'AQIT, ATR associées du Québec et ATS Québec figurent aussi au nombre des partenaires d'appui pour les nouveaux ateliers de formation en approche client du CQRHT.

« ATR associées du Québec est très heureuse d'appuyer une gamme d'ateliers de formation telle que *Penser client* qui représente une occasion en or pour les entreprises touristiques de chacune des régions du Québec de se démarquer par la personnalisation de son approche client! En cette ère de 2.0, le partage, en temps réel, des expériences vécues est devenu pratique courante. Conséquemment, il est bénéfique pour les entreprises et leur région de marquer l'imaginaire rapidement. La personnalisation du service, comme le prône *Penser client*, devient alors une excellente option!», de déclarer François G-Chevrier, président-directeur général de ATR associées du Québec.

« Les touristes que nous ciblons souhaitent vivre une expérience authentique et distinctive. La main-d'œuvre est au cœur de notre produit; les ateliers *Penser client* aideront les entreprises à personnaliser leur service et contribuer à positionner avantageusement la destination québécoise sur l'échiquier international !», d'enrichir Lucie Charland, directrice générale de l'AQIT.

Planifiez dès maintenant votre prochaine saison de formation en réservant votre place pour les ateliers *Penser client* et **bénéficiez d'un rabais promotionnel d'une durée limitée**. Pour de plus amples informations, consultez le www.penserclient.com ou communiquez avec l'Équipe *Penser client* au 450 651-6111, poste 228.

-30-

RENSEIGNEMENTS : Annick Bergevin
Conseillère en communication
Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)
450 651-6111, poste 257