



Avis de marché complémentaire

Annexe 1 : Cahier des clauses techniques particulières / Liste des lots (formations)

- Lot 1 Développer la clientèle « Nature »
- Lot 2 Mieux gérer son temps et être efficace au quotidien
- Lot 3 La conception graphique : développer sa créativité
- Lot 4 Prise de parole en public
- Lot 5 Evaluation et l'amélioration continue de l'expérience client pour une destination touristique
- Lot 6 Se mettre dans les chaussures du client pour concevoir une expérience client nouvelle



FORMATIONS



TRAJECTOIRES
Tourisme

PÔLE PROFESSIONNALISATION
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Lot 01 Développer la clientèle « nature » (titre provisoire)

Contexte général :

Pratiqués par un Français sur trois, les sports et loisirs de nature constituent une filière économique à part entière. Cette filière est capable de générer d'importantes ressources pour les professionnels et le territoire, mais aussi de construire une image touristique attractive. De par sa forte proximité avec l'Auvergne, le département de la Loire a une carte à jouer auprès de la clientèle « nature » : les activités et loisirs de pleine nature sont une des composantes caractéristiques de l'offre touristique du département (Monts du Forez reconnus comme « Pôle de pleine nature », station de ski de Chalmazel, activités d'eaux vives et de sensations fortes, prochainement des villages labellisés sport-nature, etc.). Mais pour capter ces clientèles touristiques toujours plus nombreuses et dans un environnement de plus en plus concurrentiel des destinations touristiques, il faut savoir les séduire avec une offre adaptée, qualitative, complète et lisible.

A travers leur mission de commercialisation, les offices de tourisme doivent se positionner comme des pourvoyeurs d'affaires sur ce marché et penser des produits nature dans leur globalité (activités, hébergements, restauration, services, transport, etc.).

Il s'agit donc d'identifier les moyens pour développer la mise en marché de son offre nature auprès de cette clientèle.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de monter et commercialiser des produits et services adaptés à la clientèle nature.

Public : toute personne en charge de la conception et de la commercialisation de produits touristiques adaptés à la clientèle nature.

Pré-requis : Pas de pré-requis

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet.

- Identifier la typologie, les caractéristiques, les attentes et les modes de consommation des clientèles « tourisme de nature »
- Concevoir et monter des produits touristiques et services en adéquation avec cette clientèle
- Définir une stratégie commerciale
- Mettre en place un plan de communication adapté à la clientèle nature
- Anticiper les évolutions probables de cette cible de clientèle, savoir mener une veille sectorielle sur les tendances à venir sur ce marché.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 jours (14 heures)

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieu :

Saint Etienne ou Montbrison / Date à définir

Lot 02 Mieux gérer son temps et être efficace au quotidien (titre provisoire)

Contexte général :

La réforme territoriale a conduit les organismes de tourisme à se regrouper, obligeant de de très petites structures, souvent composées de quelques personnes, à se regrouper et donc à grossir. Devenant ainsi des structures plus importantes, plus professionnelles voire de petites PME. De nouvelles organisations ont été mises en place et ont fait émerger de nouvelles missions pour les collaborateurs. Notamment pour les personnels d'accueil à qui l'on a confié de nouvelles fonctions « supports » (gestion boutique, billetterie, GRC, éditions, visites guidées, etc...) en plus de leurs missions de conseil à l'accueil. Or, pour pouvoir répondre aux demandes des visiteurs et assurer en même temps leurs missions annexes, les salariés des OT doivent aujourd'hui disposer de compétences multiples et techniques, mais aussi être capable d'être flexible et d'organiser leur temps de travail en fonction des contraintes et des priorités (gestion du front et du back office). Cette polyvalence et ces compétences, à la fois **relationnelles et organisationnelles, peuvent** parfois amener le personnel dans des situations de débordement et désorganisation, provoquant stress et perte de confiance en soi.

Il s'agira pour cette formation d'analyser les facteurs qui posent problème dans son organisation au travail, de développer l'autonomie et la capacité du personnel à accroître son efficacité au travail tout en se dotant d'outils adaptés à la situation de chacun.

Objectif de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de s'organiser, gérer son temps pour répondre aux exigences d'une fonction entre front et back office et augmenter son efficacité au travail.

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet

- Identifier son propre fonctionnement au travail et savoir se positionner dans son environnement professionnel
- Gérer le multi tâches et améliorer son organisation au travail (bonne répartition des tâches entre front et back office et au sein de l'équipe)
- Gérer les imprévus
- Savoir se concentrer et ou/se re-concentrer
- Développer de l'autonomie dans son travail et prendre confiance dans ses capacités
- Gérer son temps de travail et ses priorités
- Utiliser ou se construire des outils adaptés à sa méthode de travail (outils de gestion et de planification, planning, etc.)

PUBLIC :

Toute personne amenée à travailler en front/back office qui se sent submergée dans son travail ou a des difficultés d'organisation.

Toute personne qui souhaite s'organiser plus efficacement au quotidien.

PRE REQUIS : Implication nécessaire de chaque participant dans un contexte d'échanges et travail collaboratif

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 2 sessions pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 jours

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieux :

Saint-Etienne / Loire

Privas / Ardèche

Dates à définir

Lot 3 Développer sa créativité dans la conception et l'élaboration de ses supports de communication print/web (PAO) (titre provisoire)

Contexte général :

Que la communication soit digitale ou print, elle doit être avant tout visuelle : le graphisme, l'image, le bon mot joue un rôle important dans la séduction du consommateur. Or, tout cela ne s'improvise pas. Concevoir un document de communication requiert un savoir-faire et nécessite un travail préalable de créativité tant sur la forme (format, couleurs, style, etc) que sur les contenus :

- Un message clair et percutant
- Un graphisme séducteur
- Un rédactionnel pertinent, des textes courts et concis
- Des photos bien choisies et calibrées

On constate pourtant que de plus en plus de professionnels du tourisme (institutionnels ou privés) élaborent eux même leurs documents de communication en interne pour des questions purement économiques. Savoir-faire dont ne dispose pas toujours le personnel qui n'est pas rompu à cet exercice.

Il s'agit donc de donner des clés pour stimuler la créativité, de développer la fibre artistique de « graphistes en herbe » dans la conception et l'élaboration de leurs documents de communication, de quelque nature qu'ils soient.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer plus d'autonomie dans la création et production de ses supports de communication.

Public : Toute personne en charge de l'élaboration de documents de communication, graphistes, chargés des éditions print/web.

Toute personne souhaitant développer une approche créative dans l'élaboration de ses documents de communication print/web

Pré-requis : savoir utiliser les logiciels de PAO professionnels (Indesign, Illustrator, Photoshop) ou en connaître les bases.

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet

- Maîtriser les fondamentaux et les règles de la conception graphique
- Savoir créer en fonction de la nature et de la spécificité du support (brochure, flyer, guide, etc.)
- Travailler sa fibre artistique, donner de l'impact à ses supports de communication
- Savoir organiser et hiérarchiser les informations
- Connaître toutes les possibilités de mise en page pour mettre en valeur et donner de la personnalité à ses documents : typographies et polices, corps, illustrations, etc.
- Consolider sa maîtrise des outils de PAO

Attention, cette formation n'est pas une formation « à l'outil » et ne consiste pas à traiter la manipulation des logiciels de PAO et les questions techniques inhérentes. Les logiciels sont uniquement un support au service de l'inspiration et de la création.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 jours (14 heures)

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieu :

Saint Etienne / Loire (42) –

Dates à définir

Lot 04 Prise de parole en public (titre provisoire)

Contexte :

Dans le cadre de leur fonction de nombreux personnels d'Offices de tourisme, salariés ou bénévoles sont amenés à prendre la parole, s'exprimer, voire convaincre face à un public à l'occasion d'une présentation, d'une réunion, de l'annonce d'une décision importante....

Elément essentiel de l'animation du groupe, la prise de parole est facilement affectée par les émotions. Il est donc essentiel de savoir communiquer avec aisance en public.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de mieux comprendre et de maîtriser les spécificités de la communication orale, verbale et non verbale, grâce à la préparation de la prise de parole.

Il s'agira de s'approprier les fondamentaux de la prise de parole, d'intégrer un comportement efficace dans les échanges et de s'affirmer dans ses interventions en fonction du public, pour structurer une prise de parole plus efficace et plus convaincante, grâce à une posture adaptée et une approche de la gestion de ses émotions.

Public : animateurs, responsables, toute personne amenée à s'exprimer en public dans le cadre de ses fonctions et en recherche d'efficacité

Pré-requis : Pas de pré-requis

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet.

- Comprendre les facteurs de réussite d'une bonne communication orale pour gagner en assurance
- Être capable de préparer, de rythmer et de construire son intervention et ses argumentaires pour être écouté-e et compris-e
- Être capable d'identifier ses émotions et améliorer la maîtrise de soi dans un contexte de stress lié à l'exposition au public :
- Apprendre à contrôler respiration, voix, souffle
- Savoir gérer les interruptions et les perturbations sans se laisser déstabiliser
- Développer son écoute et son attention au public pour identifier les marqueurs de la qualité de la communication
- Savoir décoder les vrais messages et pratiquer le questionnement pour alimenter les échanges
- Adopter un comportement et une gestuelle appropriés (le non-verbal, l'espace)

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 à 2 jours (de 7 à 14 h)

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieu :

Valence / Drôme - Date à définir

Lot 05 Evaluation et l'amélioration continue de l'expérience client pour une destination touristique (titre provisoire)

Contexte général :

Dans une économie des services en pleine transformation, globalisée, où les entreprises de loisirs et les territoires sont en concurrence entre eux et avec le reste du monde, bousculés par les nouveaux entrants et l'évolution des comportements d'achat, l'expérience client est devenue un élément central dans la compétitivité des destinations. Parce qu'elle est à la fois le moteur de la fidélisation, de la différenciation et de la recommandation, elle est aujourd'hui la clef de voûte d'un business durable.

La maîtrise de cette expérience client dans le tourisme à l'échelle d'une destination est complexe. D'une part, l'acte d'achat n'est qu'une toute petite partie du parcours client qui s'étale de la recherche d'une prestation aux interactions post-achat. D'autre part, les pratiques de management, le cloisonnement des différents acteurs et services impliqués rend souvent sa mise en œuvre difficile.

L'expérience client contribue aussi au renforcement de la gouvernance d'une destination.

Mais comment évaluer et mettre en œuvre l'expérience client au sein d'une destination ?

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de mettre en place une démarche d'amélioration continue de l'Expérience Client sur le périmètre global de sa destination en y associant ses socio-professionnels

Public : Directeur, responsable des services accueil, responsable marketing, de communication, chef de projet, responsable des publics

Pré-requis : Pas de pré-requis

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet.

- Qu'est-ce que l'expérience client (orientation, culture client...)
- Mieux comprendre et évaluer les avis et les retours clients
- Renforcer ses pratiques d'un management orienté client (connaissance de meilleures pratiques, renforcement des convictions...)
- Structurer l'expérience client vécue et comprendre les parcours client
- Evaluer l'expérience client d'une destination

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer une session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 jours (14h)

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieu :

Lyon / Rhône

Date à définir

Lot 06 Se mettre dans les chaussures du client pour concevoir une expérience client nouvelle (titre provisoire)

Contexte général :

Dans une économie des services en pleine transformation, globalisée, où les entreprises de loisirs et les territoires sont en concurrence entre eux et avec le reste du monde, bousculés par les nouveaux entrants et l'évolution des comportements d'achat, l'expérience client est devenue un élément central dans la compétitivité des destinations. Parce qu'elle est à la fois le moteur de la fidélisation, de la différenciation et de la recommandation, elle est aujourd'hui la clef de voûte d'un business durable.

L'expérience créée de la valeur : l'émotion positive générée par l'expérience d'un service est une vraie valeur ajoutée, le consommateur est prêt à payer plus cher pour une expérience. L'expérience mémorable, qui transforme, basée sur l'émotion, l'enchantement... fait progresser la proposition de valeur de l'entreprise, de la destination.

Pour livrer cette promesse d'enchantement source de fidélité et de bouche à oreille positif, la connaissance client ne suffit plus. Il est nécessaire de faire de l'empathie un pilier de la culture de l'organisation et encourager les collaborateurs, grâce aux outils de la pensée design, à se mettre dans les chaussures des clients afin de les comprendre de manière authentique et sincère pour cartographier leurs parcours, identifier leur profil type (persona).

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de caractériser ses personas (clients cartographier les étapes de son parcours client et ainsi concevoir une expérience de service nouvelle à l'aide des outils de la pensée design.

Public : Directeur, responsable des services accueil, responsable marketing, de communication, chef de projet, responsable des publics

Pré-requis : Pas de pré-requis

Éléments de contenus et capacités à développer :

Attention : cette liste n'est pas exhaustive et demande à être complétée au regard de l'objectif de formation énoncé et de l'expertise développée par le formateur sur ce sujet.

- Explorer sur le terrain et observer le vécu des clients et des parties prenantes d'un écosystème
- Identifier et caractériser les personas (clients archétypaux)
- Cartographier les phases actions et interactions du parcours client actuel
- Identifier les irritants, moments de vérité, bonnes pratiques, enchantements et émotions sur le parcours
- Corriger les irritants dans une logique d'amélioration continue
- Concevoir une nouvelle expérience ré enchantée et/ou simplifiée
- Sélectionner et prioriser les meilleurs concepts

L'utilisation des méthodes et outils de la pensée design devra être intégrée dans l'approche pédagogique pour cette formation.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2019, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer une session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours (21h)

Cet élément est donné à titre indicatif. Dans l'hypothèse où la durée prévue, ne serait pas en cohérence avec les objectifs indiqués, le prestataire pourra proposer une durée qui lui semble mieux adaptée au contenu pédagogique.

Période prévisionnelle et lieu :

Lyon / Rhône

Date à définir