

| Blocs de compétences | Compétences associées aux activités | Compétences évaluées |
|--|---|---|
| BLOC 1 : Proposition d'une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développement d'un plan d'action en adéquation avec la stratégie marketing | 1.1 - Réaliser un diagnostic numérique de territoire et/ou de sa structure et son actualisation - Analyser les données recueillies lors de l'enquête en termes de forces à développer et de faiblesses à corriger | ✓ Maîtriser les techniques et stratégies de marketing territorial. ✓ Faire usage des TIC. ✓ Connaissances approfondies du secteur touristique et des enjeux du tourisme numérique et capacités à les mettre en œuvre. ✓ Maîtriser des méthodes de diagnostic : outils et techniques d'enquête (analyse territoire/population cible/segmentation/choix des échantillons/ interprétation...) |
| | 1.2. - Élaborer un plan d'action de valorisation du territoire - Argumenter le plan d'action de valorisation du territoire auprès des décideurs | ✓ Maîtriser les techniques et stratégies de marketing territorial ✓ Prendre en compte la stratégie globale de l'Office de Tourisme ou/et de la destination ✓ Communiquer de façon adaptée selon les interlocuteurs : expression écrite et orale |
| | 1.3 - Mettre en place des outils de suivi du diagnostic et du plan d'action et communiquer sur les actions | ✓ Faire usage de tableaux de bord, formaliser des supports analytiques ✓ Capacité de planifier et d'anticiper des actions à mettre en place, ... ✓ Communiquer de façon adaptée selon les interlocuteurs (expression écrite et orale) et selon la stratégie marketing arrêtée. |
| BLOC 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire | 2.1. - Participer à la définition de la stratégie éditoriale multicanal " | ✓ Respecter la charte éditoriale, détermination des cibles, définition de l'angle de traitement des sujets, usage des techniques ✓ Cerner son périmètre de compétence sur le contenu rédactionnel. |
| | 2.2 - Concevoir du contenu visuel et rédactionnel au service du marketing de destination et fonction des comportements des consommateurs avant/pendant/après le séjour | ✓ Capacité rédactionnelle, maîtrise de la production multimédia. ✓ Maîtriser les « codes » utilisés sur Internet et des techniques numériques. ✓ Faire usage des techniques marketing dédiées. ✓ Maîtriser les principes de base de la vidéo, le montage et la mise en ligne. |
| | - Coordonner et arbitrer la production de contenus rédactionnels et visuels par la structure et par les acteurs du territoire (comité de sélection et de rédaction) | ✓ Maîtriser les principes de base de la photographie (prise de vue). Pratiquer le storytelling ✓ Être en capacité d'animation et d'arbitrage en équipe ✓ Faire usage du cadre légal (droit d'auteur, droit à l'image...). ✓ Être en capacité de repérer les bons interlocuteurs. |
| | 2.3 - Diffuser sur le bon canal l'ensemble des contenus créés ou produits par des tiers et centralisés | ✓ Faire usage des paramétrages et tests techniques. ✓ Contrôler les usages des webservices ✓ Maîtriser les principes de bases de la photographie et du traitement de la donnée préalable à la mise en ligne. ✓ Connaître et pratiquer le storytelling. |
| BLOC 3 Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire | 3.1 - Cerner les publics cibles pour des actions de sensibilisation et d'accompagnement, - Arrêter, en lien avec le plan d'actions, les thématiques des actions numériques, pour répondre aux besoins des acteurs du tourisme visés - Promouvoir et/ou commercialiser un programme d'actions numériques | ✓ Connaître et analyser de son réseau. Élaborer une cartographie argumentée des acteurs à impliquer dans l'animation numérique ✓ Argumenter en vue de mobiliser et atteindre l'adhésion des acteurs à son plan d'action numérique ✓ Élaborer des ateliers numériques en lien avec le plan d'action ✓ Faire usage des techniques marketing. |
| | 3.2 - En tant qu'expert du numérique, intervenir de façon transversale sur les projets portés par les membres de la structure, et qui nécessitent ses apports en compétences - Mettre en place un planning d'actions numériques, créer le contenu, mutualiser les supports, animer les ateliers... | ✓ Faire usage des techniques numériques. ✓ Être en capacité de créer des contenus didactiques. ✓ Communiquer à l'oral et transmettre de la connaissance de façon pédagogique à destination de publics variés (néophytes, confirmés...). |
| | 3.3 - Réaliser un bilan des actions menés en vue d'assurer un suivi post action (suivi, accompagnement, communication,...) - Animer le partage d'informations sur des réseaux sociaux avec les professionnels | ✓ Élaborer et utiliser des grilles d'évaluation et/ou bilan. ✓ Mettre en place des actions de suivi adaptées. ✓ Être capable de valoriser les actions numériques menées auprès des dirigeants, des partenaires et des acteurs du tourisme. ✓ Effectuer des remontées d'informations pertinentes et partager l'information |
| BLOC 4 | 4.1 - Analyser les besoins actuels du territoire, de sa structure et de ses partenaires, l'offre et les services dont ils bénéficient actuellement | ✓ Faire usage des outils numériques de base. ✓ Usage des outils de référencement, de Webservices ... ✓ Maîtrise de l'anglais technique. |
| | 4.2 | ✓ Elaborer ou participer à l'élaboration de l'appel d'offres et du cahier des charges, participer aux choix des prestataires. |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Piloter la conception et le développement des projets ou services numériques en vue de valoriser le territoire</p> | <p>- Faire développer des outils en matière de dématérialisation de l'information sur le territoire</p> | <p>✓ Assurer l'interface avec le prestataire retenu. Suivre le budget fixé et le réalisé.</p> |
| <p>BLOC 5</p> | <p>4.3</p> <p>- S'impliquer dans la mise à jour des informations en fonction de l'actualité du territoire touristique dont il a la charge, actualiser lui-même ou alerter sur la nécessité d'actualiser l'auteur</p> | <p>✓ Suivre de façon rigoureuse le suivi de la mise à jour des contenus.</p> <p>✓ Être capable de réactivité et faire usage des informations collectées dans le cadre de la veille numérique.</p> |
| <p>Mettre en place une veille du numérique et de l'e-réputation. S'auto-former et informer son équipe</p> | <p>5.1.</p> <p>- Assurer une veille numérique et gérer l'e-réputation du territoire et de ses acteurs touristiques :</p> <p>- Définir les priorités de la veille et mettre en place une démarche en utilisant les ressources : Repérer les sites et réseaux sociaux dédiés et y</p> <p>- Faire de la curation</p> | <p>✓ Définir les priorités de la veille et mettre en place une démarche en utilisant les ressources : repérer les sites et réseaux sociaux dédiés et</p> <p>✓ Maîtrise les techniques de curation et de partage d'information : Rechercher, trier, sélectionner, synthétiser, organiser et éditorialiser l'information pertinente en vue d'actualiser sa connaissance et réaliser ses activités.</p> |
| | <p>5.2.</p> <p>- S'auto-former de façon permanente et être en veille sur l'écosystème numérique</p> <p>- Informer sur les évolutions en cours les membres de son équipe, dans un cadre fixé (réunion mensuelle, accès à une base de données dédiée, ...)</p> <p>- Communiquer, sensibiliser et transmettre aux membres de la structure les éléments de connaissances nécessaires sur le numérique en lien avec l'activité de chacun</p> | <p>✓ Effectuer des remontées d'informations pertinentes et partage l'information avec les membres de son équipe.</p> <p>✓ Analyser, trier et sélectionner l'information en vue d'animer le partage d'informations et la dynamique d'équipe sur le tourisme numérique.</p> |