

Annexe 1

Cette annexe comprend 62 lots répartis dans 14 domaines de compétences

Accueil & Conseil (10 lots) :

Lot 1 - L'accueil à valeur ajoutée (2 jours)

Contexte général : Les touristes qui entrent en contact avec le personnel de l'Office de Tourisme en face à face, par mail, téléphone... recherchent une **réelle valeur ajoutée de la part des conseillers en séjour** : un accueil de qualité, de l'écoute et les conseils d'experts afin de construire un[e] séjour/solution sur mesure qui réponde à leurs attentes (explicite et implicite).

Un conseiller en séjour qui incarne cette posture (écoute, questionne, propose des prestations précises et argumente) va non seulement enchanter le visiteur, lui donner envie de choisir cette destination et d'en découvrir les diverses richesses et prestations, mais aussi valoriser sa fonction de conseiller.

Cette valorisation du territoire a des conséquences directes sur l'image perçue de la destination et sur ses retombées économiques.

Etre en capacité de prodiguer un tel conseil, qui réponde aux attentes et besoins actuels, passe par des compétences liées à la fois au savoir-être, au savoir-faire qui permettent d'analyser l'existant et de mettre en œuvre les ingrédients nécessaires à un véritable conseil à valeur ajoutée. Il est essentiel aussi de rassurer les équipes d'accueil sur leur rôle de prescripteur/vendeur afin qu'elles soient à l'aise avec cette évolution de leur métier.

Objectifs de formation : A l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de personnaliser ses réponses dans sa pratique professionnelle, grâce au ciblage et à la compréhension des attentes de chacun de ses interlocuteurs et d'apporter une véritable plus-value par les conseils/recommandations apporté[e]s.

Public : Conseiller.e.s en séjour des Offices de tourisme, personnel d'accueil de sites touristiques

Eléments de contenus et capacités à développer :

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

- Différencier les métiers d'Accueil et de Conseil en Séjour
- Identifier l'évolution des attentes, usages et comportements de leurs clientèles
- Etablir un bilan de son accueil : points forts et points à améliorer en face à face/à distance
- Connaitre les étapes et les formes du conseil en séjour
- Déterminer les éléments constitutifs de la qualité de l'accueil à valeur ajoutée
- Appliquer les principes de l'observation et de l'écoute active pour comprendre les besoins explicites et implicites des visiteurs

- Savoir sélectionner, cibler et personnaliser ses conseils notamment grâce à sa connaissance de l'offre
- Savoir argumenter pour élargir ses réponses avec des propositions complémentaires

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **2 sessions** 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.

Lot 2- Gérer et maîtriser la relation client digitale - chatbot/messagerie instantanée – (1 jour)

Contexte général :

La relation client digitale et le messaging sont devenus un réel enjeu stratégique pour les offices de tourisme. Le visiteur n'hésite plus à multiplier les canaux de conversation pour chercher de l'information, se renseigner. Plus flexibles, accessibles et adaptés à nos modes de vie ultra connectés, les live chats (ou autres click to call, click to vidéo), whatsapp, messenger et intstagram sont devenus des outils d'information et de relation client puissants.

Depuis la crise sanitaire et la fermeture des bureaux d'accueil pendant les périodes de confinement, de nombreux offices de tourisme ont pris le pari de la messagerie instantanée pour répondre aux demandes clients. Avec plus ou moins de succès ou d'efficacité pour des conseillers en séjour pas toujours rompus à ce type d'exercice.

Or, mettre en place de tels services de messagerie et répondre efficacement à la demande client nécessite davantage réactivité, spontanéité, dynamisme et adaptation à la demande client tant sur la forme que sur le fond.

Il s'agira donc de former les conseillers en séjour pour inscrire l'écrit digital et conversationnel dans leurs pratiques de GRC.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de maîtriser les règles de l'écrit conversationnel et gagner en efficacité pour mieux communiquer avec le visiteur en ligne.

Public : Conseillers en séjour des Offices de Tourisme, toute personne en charge de la relation client à distance

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.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

- Comprendre les enjeux des outils digitaux (chat/messagerie instantanée/SMS/emails) dans la relation client
- Inscrire l'écrit conversationnel dans une logique d'information et de communication avec le client
- Maîtriser les techniques et codes rédactionnels pour rédiger des emails ou des messages instantanés efficaces : styles d'écriture, éléments de langages, tonalités à employer, ...
- Savoir ajuster le fond et la forme selon les demandes clients (questions, avis, réclamations,...)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel avec alternance d'apports théoriques et d'exercices ou ateliers pratiques (*entraînement en situations variées, jeux d'échanges entre participants de mails ou messages instantanés, mises en situation de rédactions variées, analyse des techniques rédactionnels de concurrents ou du réseau des Offices de Tourisme*)

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour (7 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.

Lot 3 - Devenir un pro de l'accueil – spéciale musées et sites touristiques (2 jours)

Contexte général : Peu de formations ouvrent les portes aux techniques d'accueil. En règle générale, le BTS Tourisme oriente plus vers des structures touristiques tels que des Offices de Tourisme.

Le personnel d'accueil des musées et sites touristiques n'est souvent pas réellement formé pour accueillir physiquement ou par téléphone le public de leur établissement.

Pourtant ce rôle est primordial pour véhiculer une bonne image de son site et permettre de fidéliser la clientèle mais aussi de convaincre de futurs clients grâce aux avis laissés par les visiteurs/touristes après leur visite.

Cet accueil passe par des compétences liées à la fois au savoir-être et au savoir-faire. Des techniques et postures simples qui permettent de se rassurer dans son rôle d'accueil et de transmission d'information auprès du public.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'intégrer dans son acte d'accueil la notion de vente et susciter l'acte d'achat du visiteur sur la destination

Public : Personnel d'accueil (physique et téléphonique) des musées et sites touristiques

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.

- Connaître les différentes phases de l'accueil physique
- Repérer les spécificités liées à l'accueil par téléphone
- Identifier les bonnes postures à l'accueil
- Maîtriser les clés pour mettre l'utilisateur dans de bonnes dispositions pour sa visite

- Savoir gérer les situations spécifiques pour assurer un accueil de qualité (fil d'attente, accueil simultanée en vis à vis et téléphone...)
- Savoir désamorcer un problème ou situation conflictuelle

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 4 - Appréhender les clients mécontents et les situations conflictuelles (2 jours)

Contexte général :

Représentant institutionnel du tourisme sur sa destination, l'Office de Tourisme est l'organe de coordination de l'offre touristique, et identifié comme le lieu d'expression des insatisfactions des clients de la destination, que l'origine des insatisfactions provienne directement des services de l'office de tourisme ou non.

Par ailleurs les comportements clients évoluent vers davantage d'exigence, de qualité et de reconnaissance de leur mécontentement, ou de réparation lorsqu'ils estiment avoir subi un préjudice. Ils connaissent leurs droits, et portent de fortes attentes sur les vacances ou les loisirs.

La crise sanitaire a par ailleurs exacerbé les comportements et les tensions.

Face à ce constat les conseiller.e.s en séjour ou plus généralement toute personne à l'accueil d'un établissement touristique se retrouvent en première ligne sur le front des tensions, que celui-ci (ou son service) soit à l'origine des insatisfactions ou litiges ou non.

Comment se préparer à gérer ces situations, y compris dans leur dimension émotionnelle, respecter le client et se faire respecter, analyser et contextualiser les faits pour apporter une solution professionnelle, afin de désamorcer une situation potentiellement conflictuelle, sans se dédouaner de son rôle, mais en se faisant respecter.

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le participant sera en mesure d'appréhender et de gérer les situations d'insatisfaction, de mécontentement, ou de conflit à l'accueil.

Public : Personnel d'accueil de toute structure touristique

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.

- Connaître les typologies de clients mécontents
- Savoir identifier les situations conflictuelles
- Savoir décrypter les faits, rationaliser le problème, comprendre l'insatisfaction

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

- Comprendre les mécanismes en jeu dans une situation conflictuelle
- Mieux se connaître pour mieux gérer ses propres émotions
- Connaître les actions préventives à mettre en place
- Décoder le langage non verbal et les attitudes chez son interlocuteur
- Développer le savoir être / faire permettant une communication active, efficace et respectueuse
- Savoir désamorcer les tensions en retravaillant ses techniques

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel, faisant appel à du savoir être

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.

Lot 5 - Concevoir et déployer sa stratégie d'accueil à l'échelle de sa destination (2 jours - 100% à distance)

Contexte général :

Les outils et services utilisés ces dernières années ont vu une évolution incontestable dans les Offices de Tourisme en matière de technologies numériques, mais le constat reste le même, l'humain doit être maintenu au cœur du processus d'accueil, gage de qualité pour les destinations.

Parmi les objectifs énumérés, l'organisation d'une stratégie d'accueil doit être repensée en fonction du territoire et de ses attentes client. Le hors les murs a fait ses preuves et doit intégrer pleinement le dispositif en étant lui aussi révisé et surtout formalisé pour un accueil en situation de mobilité.

Le projet de partenaires/acteurs associés à cette stratégie est à prendre en compte et à développer.

Une stratégie d'accueil réussie devra inclure son environnement, ses moyens mobilisables et ses objectifs, elle ne sera pas figée et devra s'adapter à la réalité du terrain et permettra le déploiement de certaines actions.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de réaliser et déployer une nouvelle stratégie d'accueil pensée à l'échelle du territoire.

Public : Directeurs d'Offices de Tourisme, responsable accueil

Éléments de contenus et capacités à développer :

Le stagiaire devra être en capacité de :

- Faire le diagnostic de l'accueil de son territoire
- Rédiger un schéma d'accueil en associant l'équipe concernée
- Maîtriser et d'appliquer la réglementation (accès, sécurité...)
- Identifier et d'associer les partenaires/acteurs (hébergeurs, producteurs, artisans...) dans le projet
- Organiser sa stratégie en fonction des flux et de ses moyens (humains et financiers)
- Convaincre ses élus en mettant l'accueil au centre de l'organisation touristique.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation 100% à distance, sur la base de 14h maximum, réparties en 4 demi-journées.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 **session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 4 demi-journées (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.

Lot 6 - Animer sa stratégie d'accueil dans la durée (2 jours)

Contexte général

Les comportements des clientèles touristiques et l'évolution des métiers des Offices de Tourisme obligent les destinations à repenser leur accueil, leurs services et la diffusion d'information touristique. De vraies réflexions sur l'optimisation du parcours client et les messages à leurs transmettre amènent à établir un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique (SADI), s'appuyant sur le réseau des prestataires, voire sur la population locale.

Mailler le territoire de façon efficiente est un vrai challenge de destination qui permet d'assurer un accueil performant et de qualité auprès des clientèles pour se démarquer de la concurrence.

Le **déploiement d'une telle stratégie**, dans et hors les murs de l'Office de Tourisme, **est l'une des missions premières de ces organismes**. Ce projet se développant souvent **sur du long terme**, se pose alors la difficulté de **garder intacts la motivation et l'implication des partenaires du territoire tout comme celles des équipes de l'Office de tourisme en interne**.

Pour cela, cette formation doit permettre d'activer les logiques d'engagement et de motivation des diverses parties prenantes (interne ou externe) permettant de conduire et de suivre le projet dans la durée.

Objectifs de formation à l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'utiliser les outils, postures et méthodes d'animation pour engager les divers acteurs de la destination dans la mise en place de la stratégie d'accueil et d'information touristique et les impliquer dans la durée.

Public : Responsables Accueil mais aussi profils du type Référent Qualité et toute personne dont les missions consisteraient en l'organisation de la stratégie d'accueil de l'Office de Tourisme et de la destination.

Éléments de contenus et capacités à développer

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

- Savoir comment transmettre les orientations stratégiques (à son équipe, ses partenaires) et leur mise en application concrète à l'échelle de la destination ?
- Savoir se positionner comme l'animateur
- Connaître les logiques d'engagement et de motivation
- Savoir mettre en œuvre un réseau et l'animer : identifier ses partenaires (professionnels, élus, habitants, ambassadeurs...), savoir les embarquer et les impliquer, animer son réseau de partenaires de manière différente et/ou innovante pour maintenir une dynamique dans le temps
- Mesurer et animer l'organisation : les accompagner dans l'évolution des pratiques, s'assurer de la cohésion et de la compréhension, suivi des bonnes pratiques d'accueil, mise en place d'indicateurs à observer,
- Exploiter les données issues de différentes sources (accueil physique, gestion demandes par email, présences web, pros...) pour améliorer la relation clientèle

NB. Une formation Développer la coopération dans ses pratiques professionnelles aura lieu en 2022

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel, faisant appel à du savoir et du savoir faire

Nombre de sessions prévues

Pour l'année 2022, le Pôle Professionnalisation Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **une** 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.

Lot 7 - Adopter une posture commerciale à l'accueil (2 jours)

Contexte général :

Le conseiller en séjour est aujourd'hui force de proposition et de vente. Cela induit une évolution dans sa mission et sa posture afin qu'il dépasse sa fonction initiale d'accueil et d'information, pour intégrer la dimension commerciale, directe ou indirecte.

L'objectif opérationnel de la formation sera donc d'acquérir le comportement (posture de vente), et les techniques de vente (savoir-faire) nécessaires à l'évolution de sa fonction, pour accompagner plus efficacement le client dans la consommation de l'offre touristique de la destination (y compris de son espace boutique le cas échéant).

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'intégrer dans son acte d'accueil la notion de vente et susciter l'acte d'achat du visiteur sur la destination

Public : Personnel d'accueil

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.

- Intégrer les arguments commerciaux dans sa connaissance de l'offre touristique
- S'approprier la posture commerciale lors d'une demande de conseil en séjour
- Adapter sa recherche et son style à la situation (avant, pendant, après le séjour)
- Adapter son discours et sa posture en fonction des clientèles, situation et type de contact (physique, téléphone, mail)
- Identifier dans une attitude d'écoute pro active les spécificités du client pour lui conseiller la ou les formules commerciales les plus adaptées à sa situation
- Être pro-actif en matière de vente additionnelle
- Mener un entretien jusqu'au plus près de l'acte de vente

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation en présentiel

Cette action vise à être la plus opérationnelle et concrète possible.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 8 - Déployer un service de conciergerie sur la destination (2 jours)

Contexte général :

Le développement des OTA a facilité la commercialisation de l'hébergement en direct (C to C) mais l'accueil et les services de gestion locative n'ont pas toujours suivi et sont souvent opérés par correspondance, sans intermédiaire local.

L'arrivée du client sur sa destination comporte donc souvent des ruptures de service ou une multiplicité d'interlocuteurs, complexifiant son séjour. Cela vaut aussi lorsqu'ils quittent leur hébergement et la destination. Ce sont souvent ces interstices qui dégradent la qualité de l'expérience client. Leur prise en charge peut être génératrice de beaucoup de satisfaction, en ce sens qu'elle montre l'attention de la destination, au-delà de celle de ses partenaires.

L'office de tourisme, en tant que structure d'accueil, expert du territoire et animateur des acteurs touristiques, a toute légitimité à mettre en place et à gérer un service de "conciergerie de destination" permettant de faciliter le parcours client.

L'objectif opérationnel est donc de faciliter le déroulement de l'accueil du client sur la destination jusqu'à son lieu de villégiature ainsi qu'à son départ, en organisant l'information et/ou le service là où celui-ci fait défaut pour un parcours fluide.

Cette formation a pour but d'apporter les méthodes pour identifier les lacunes de service tout au long du séjour et pour mettre en œuvre les solutions & services de facilitation tout au long du parcours client.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de maîtriser les différentes composantes d'un service de conciergerie de destination afin de concevoir et d'organiser un tel service adapté à la problématique locale du parcours clients / prestataires.

Public : Direction, Responsable accueil, Conseiller(e)s en Séjour des Offices de Tourisme.

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.

- Comment identifier les points de fracture dans le parcours client ainsi que les manques ou difficultés pour les acteurs locaux (notamment hébergeurs et prestataires en lien avec les touristes) ?
- Connaître les composantes d'un service de conciergerie de destination (ex: bagagerie, consigne, réservation de taxi, lieu partagé connecté, remise de clés, services de gestion locative, garderie...)
- Connaître le cadre réglementaire relatif à l'organisation ou la commercialisation des services à mettre en œuvre
- Identifier les ressources (moyens humains, logistiques, réglementaires, financiers, compétences...) nécessaires à la mise en œuvre des services de conciergerie

- Mettre en œuvre et piloter un ensemble de prestations ou de services pour pallier les manques identifiés
- Acquérir les clés pour gérer une conciergerie de destination
- Evaluer la satisfaction client et l'efficacité d'un tel service

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel, faisant appel à du savoir et du savoir faire

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 9 - Développer une relation client dynamique durant son séjour (2 jours)

Contexte général :

La gestion de la relation client nécessite un ensemble de techniques et d'outils qui permet de récolter et d'exploiter les informations clients afin d'optimiser la fidélisation et in fine d'engager une démarche commerciale. Cependant il ne s'agit pas sur cette formation d'appliquer une GRC avant pendant et après mais bien d'apprendre à être efficace et réactif sur l'instant T de l'accueil.

Le changement de comportement de la clientèle qui s'opère ces dernières années, contraint les conseillers en séjours, à fournir un conseil personnalisé et surtout adapté. Le but est d'améliorer la productivité commerciale dans le processus d'accueil qui s'opérera durant le séjour. Le niveau d'exigence de la clientèle impose de cibler rapidement le besoin et de proposer les produits et services adaptés ; les techniques passent par l'utilisation d'outils de CRM, indispensable en situation d'accueil et qui permettent de répondre à la demande et de procéder à la collecte d'informations. Un véritable travail d'engagement et d'accueil permettra une double articulation d'accueil et de commercialisation »

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'engager un processus d'accueil personnalisé lui permettant de passer en mode « socio-économique »

Public : Conseillers en séjour

Éléments de contenus et capacités à développer :

- Analyser efficacement dans une attitude d'écoute
- Capitaliser les informations utiles
- Réaliser un accueil personnalisé visant les activités
- Savoir valoriser les activités commerciales adaptées aux attentes du client
- Conquérir le client (présentation de l'offre commerciale du territoire)
- Optimiser la vente des produits et services de l'Office de Tourisme

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 10 - Musées et sites touristiques : savoir accueillir les publics en situation de handicap (2 jours)

Contexte général : La région Auvergne-Rhône-Alpes compte 410 sites labellisés Tourisme & Handicap soit 10 % de l'offre nationale labellisée. Peu de sites culturels sont engagés dans labellisation : près de 50 sur les 250 sites culturels et récréatifs que compte la Région. Un travail de sensibilisation et de labellisation dans le cadre du Tourisme bienveillant est mené depuis plusieurs années par l'Agence Régionale du Tourisme. Son objectif : permettre l'accès à un maximum de prestations touristiques (musées, sites touristiques...) à toute personne en situation de handicap.

Ce public est en réelle demande pour pouvoir profiter des mêmes lieux et activités de visites que n'importe quel touriste lambda. Aujourd'hui, de nombreux sites et blogs spécialisés font d'ailleurs la promotion des sites accessibles et adaptés. C'est une réelle niche à prendre en compte.

Il est important que le personnel d'accueil soit formé pour accueillir ce public dont les attentes sont particulières. Il est nécessaire de lever toute appréhension et craintes dans son rôle d'accueil vis-à-vis des 4 déficiences existantes et de connaître les outils facilitant l'accès aux différentes prestations.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'accueillir dans les meilleures conditions les personnes handicapées

Public : Personnel d'accueil des musées et sites touristiques

Éléments de contenus et capacités à développer :

- Connaître les dispositions légales/réglementaires relatives à l'accessibilité dans les ERP
- Identifier les différents handicaps
- Repérer les outils de médiation facilitant l'accueil de ces publics
- Améliorer son accueil du public ou des usagers en situation de handicap

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel, faisant appel à du savoir être et du savoir

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Communication (11 lots) :

Lot 11 - Ecrire sur le web (2 jours)

Contexte général :

Les usages du numérique évoluant, comment aujourd'hui aborder le contenu, la rédaction, le chemin de lecture, le style et le découpage, en fonction des supports choisis (réseaux, web), des outils (PC, tablettes, smartphones...) et des usagers de l'environnement touristique ? Quelles sont les bonnes pratiques à mettre en place pour déclencher efficacement la lecture et favoriser le référencement ?

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de rédiger des contenus adaptés au format web dans une optique d'optimisation du référencement naturel

Public : Webmaster ; Responsables de la communication ; Toute personne amenée à produire du contenu sur le Web/réseaux sociaux

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.

- Savoir rédiger et adapter ses contenus éditoriaux en fonction de l'environnement
- Comprendre le fonctionnement et les enjeux de l'écriture web
- Apprendre à structurer ses contenus pour une meilleure lisibilité et un meilleur référencement
- Définir une ligne éditoriale
- Surveiller la bonne santé SEO de son site en disposant d'outils et tableaux de suivi

NB : une formation certifiante sur le référencement est également proposée au programme 2022 et est intégrée dans ce même appel d'offres.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 12 - Du guide au magazine de destination : bâtir un projet éditorial séduisant (3 jours)

Contexte général :

Malgré l'importance croissante de la communication digitale dans le tourisme, la communication visuelle (print) n'est pas morte pour autant et a encore un impact considérable sur le lecteur. Or, dans un domaine où la concurrence fait rage, l'efficacité des supports écrits de communication est primordiale.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Pour être efficace, les guides touristiques papier ne doivent plus seulement s'apparenter à une liste exhaustive d'activités touristiques.

Un guide ne vise pas seulement à informer. Il doit mettre en scène et "parler" de façon émotionnelle de la destination. Un guide touristique doit **se démarquer par un esthétisme soigné, contenir de l'information pertinente bien présentée, intégrer des visuels percutants pour créer un effet « wow » qui inspirera et marquera l'esprit du lecteur.**

Il s'agira pour les chargés de communication d'acquérir les connaissances essentielles et techniques pour aborder la création d'un support print avec méthodes.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de concevoir une bonne communication visuelle et de créer des documents d'appel efficaces en lien avec sa stratégie marketing.

Public : Responsable ou Chargé de la communication ; chargé des éditions ; responsable marketing ou toute personne chargée de l'élaboration des documents print au sein de toute structure touristique

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.

- Connaître les comportements de lecture et les attentes des lecteurs/touristes
- Elaborer un plan de communication pour ses supports papiers/print
- Adapter ses supports en fonction de sa ou ses cibles de clientèles
- Savoir définir l'idée maîtresse de son support et les messages clés : définir son brief créatif
- Connaître les règles rédactionnelles et visuelles pour faire passer un message et savoir raconter une histoire : techniques de mise en scène des messages pour attirer l'attention du lecteur (stratégie, messages, ambiance, émotions, visuels, ...)
- Concevoir ses documents en fonction de sa charte graphique

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2021, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **2 sessions** pour cette formation.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel.

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.

Lot 13 - Réussir en situation d'interviewé (1 à 2 jours)

Contexte général :

Que ce soit dans le cadre de l'accueil de journalistes dans le contexte d'un voyage ou d'une conférence de presse, de la couverture d'un événement ou en situation de crise, les attachés de presse, les directeurs, présidents ou élus sont potentiellement amenés à répondre à des interviews.

Selon le contexte, les facteurs émotionnels ou le manque de savoir-faire peuvent dérouter.

Affutés à cet exercice dans le but de garder la maîtrise de leur ligne éditoriale, les journalistes sont redoutables dans le pilotage de l'entretien, pour diriger leur interlocuteur.

Comment préparer son entretien pour faire passer ses messages ? Comment identifier déjouer les pièges de l'interview ? Comment garder le contrôle de la prise de parole sans se dérober ?...
C'est pour se préparer à ce type de situation que devra répondre cette formation

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de répondre à une interview en gardant la maîtrise des propos à communiquer.

Public : Directeurs ; Présidents ; élus ; attachés de presse ; toute personne susceptible de répondre à une interview.

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 les situations et les contextes, et les facteurs qui peuvent influencer sur la qualité du message à faire passer
- Connaître les règles du journalisme et les techniques d'interview pour mieux s'y préparer
- Comprendre les spécificités des situations (radio, télé, presse écrite, web, direct...)
- Comprendre les facteurs et les processus qui peuvent déstabiliser l'interviewé
- Gérer son stress, travailler sa voix, sa posture, sa confiance en soi
- Préparer son interview pour une communication efficace
- Connaître les bases de la déontologie, droit de réponse...

NB : une formation "Réussir ses prises de parole en public" est également programmée en 2022 et intégrer dans ce même appel d'offre.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2021, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

La formation devra prévoir des phases de mise en situation pour travailler le savoir-être. (média training)

Durée prévisionnelle de la formation : 1 à 2 jours (7 à 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.

Lot 14 - Mesurer et analyser sa performance sur les médias et réseaux sociaux (2 jours)

Contexte général :

Les réseaux sociaux ont pris une place stratégique dans la communication des destinations touristiques.

Les community managers sont aguerris à la production de contenus et ont accès à de très nombreuses données via les réseaux sociaux et leurs outils statistiques, mais il n'est pas toujours simple de définir les indicateurs les plus pertinents par rapport à ses objectifs, ni comment les analyser.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Cette formation doit permettre d'acquérir les compétences nécessaires à l'analyse de sa stratégie sociale.

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de comprendre les enjeux du reporting et mettre en œuvre les outils nécessaires à l'analyse pertinente de ses campagnes en fonction de sa stratégie et de ses objectifs.

Public : Community manager ; social media manager ; responsable digital/webmarketing

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 l'importance de mettre en place un reporting
- Savoir définir les objectifs de son reporting
- Connaître et comprendre les différents indicateurs existants
- Savoir choisir les indicateurs pertinents par rapport à ses objectifs et ses cibles
- Savoir lire, interpréter et analyser les indicateurs (quantitatif / qualitatif) et mesurer les actions (pour soi, pour sa hiérarchie), **calculer le ROI**
- Créer ses tableaux de bord (audit, suivi de campagne, bilan, ...) et savoir mettre en perspective ses données (réussites, échecs, actions correctives, etc)
- Savoir présenter ses indicateurs de façon visuelle et percutante (infographie/rapport)
- Proposer des axes d'amélioration

NB : une formation pour *Perfectionner sa stratégie social média* sera proposée en 2022 et est intégrée à cet appel d'offres.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2021, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 1 **session** pour cette formation.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Durée prévisionnelle de la formation : 1 à 2 jours (7 à 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.

Lot 15 - Mieux rédiger : l'art de décrire pour séduire (3 jours)

Contexte général :

Dans le tourisme, secteur dont les clientèles sont en quête de sens et d'authenticité, d'émotions et d'expériences à vivre, le marketing sensoriel prend une place de plus importante pour les sites et les destinations touristiques.

Ce marketing sensoriel s'attache, contrairement au marketing traditionnel, aux expériences vécues par les clients qui font appel à des dimensions émotionnelles, cognitives, comportementales et relationnelles et non plus fonctionnelles.

Dans ce cadre, les professionnels du tourisme doivent impérativement travailler la qualité et la pertinence de leurs contenus rédactionnels pour améliorer la promotion et la commercialisation de leurs produits, services ou territoires...

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de pratiquer une rédaction distinctive et de mettre en œuvre la description sensorielle pour délivrer une information attirante.

Public : Personnes en charge de la rédaction de descriptifs touristiques print et web.

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.

- Pratiquer la description sensorielle
- Rédiger des accroches
- Choisir les bons mots, leur ordre dans la phrase, les liaisons, etc.
- Adopter un ton et un registre porteur de sens et de promesses (vs informations « creuses », mots qui nuisent au message, vocabulaire « bateau »)
- Apporter les corrections à un texte fourni par un partenaire sans le « désincarner »
- Connaître les "Trucs et astuces" pour gagner en temps et en efficacité

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **2 sessions** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours (21 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.

Lot 16 - Perfectionner sa stratégie social media (2 jours)

Contexte général :

Les réseaux sociaux sont aux web, ce que la Tour Eiffel est à Paris, Luke Skywalker à Star Wars et le jean taille haute à la Mode : c'est-à-dire IN-CON-TOUR-NABLES !

En quelques années, ils ont conquis une place centrale dans nos communications, et plus particulièrement dans le monde du tourisme. De l'inspiration à la recherche d'informations, jusqu'à la réservation, les réseaux sociaux sont massivement utilisés par les consommateurs de prestations touristiques.

Si beaucoup d'organismes de tourisme ont aujourd'hui investi ces réseaux, l'enjeu consiste surtout à les utiliser à bon escient de façon à être plus efficace. Ce ne sont pas les outils utilisés qui font la différence mais la manière dont on les utilise et les scénarise.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de mettre en place et optimiser sa stratégie social media en cohérence avec le positionnement et les objectifs de sa structure

Public : Toute personne en charge de la communication d'une destination, d'un site ou d'un évènement touristique.

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.

- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing et communication
- Identifier les réseaux sociaux adaptés au secteur du tourisme en BtoC et BtoB - panorama (Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok, LinkedIn, Twitter, Youtube)
- Construire ou optimiser sa ligne éditoriale (objectifs, cibles, fréquence, identité visuelle...)
- Perfectionner sa stratégie de contenu à travers différents formats
- Gérer dans le temps un calendrier de diffusion de ses publications
- Animer ses communautés en générant interactivité et engagement dans la durée
- Définir des indicateurs pour permettre une analyse des retombées de ces actions
- Disposer de conseils sur la posture du community manager (veille, modération, technique de réponse, animation...)
- Mener un audit de sa présence et de sa communication sur les réseaux sociaux

NB : une formation pour *mesurer et analyser sa performance sur les réseaux sociaux* sera proposée en 2022 et est intégrée à cet appel d'offres.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

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.

Lot 17 - Créer une newsletter percutante : rédaction, diffusion, suivi (2 jours)

Contexte général :

Quand on sait que plus de 306 milliards d'emails sont envoyés chaque jour dans le monde, que le social media a pris une place prépondérante dans notre communication, l'envoi d'une newsletter peut sembler dépassé. Pourtant, de nombreuses entreprises, et particulièrement dans le secteur du tourisme, restent attachées à l'envoi d'une newsletter, que cela soit en BtoC ou BtoB, voire même en interne. Mais il ne suffit pas de faire du bruit (autrement dit d'envoyer un mail) pour être entendu et surtout lu !

Cette formation a pour but d'accompagner les professionnels du tourisme à donner du sens et de la résonance à leurs campagnes emailings. Pour des newsletters plus personnalisées, impactantes et efficaces !

Objectif de formation :

A l'issue de cette formation, le stagiaire sera en mesure de créer des campagnes emailing de A à Z, en connaissant les contraintes techniques et juridiques à respecter et en bâtissant une ligne éditoriale et graphique personnalisée pour sa newsletter.

Public : Chargé.e de communication, webmaster. Personne ayant déjà mis en place une newsletter ou ayant un projet de newsletter.

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.

- Repérer les outils de emailing existants (panorama)
- Connaître et appliquer les règles juridiques liées à l'envoi de campagne emailing
- Identifier le vocabulaire technique du emailing
- Définir sa stratégie emailing (objectifs, cible, ton, contenu, fréquence d'envoi...)
- Acquérir les codes rédactionnels du emailing et choisir une ligne éditoriale
- Concevoir la maquette de son emailing en mode responsive
- Gérer ses audiences
- Créer une première campagne / ou améliorer sa newsletter existante
- Mettre en place un tableau de bord de suivi de ses campagnes
- Optimiser la délivrabilité

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel, alliant théorie et mise en pratique à partir des newsletters des stagiaires ou sur un nouveau projet

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 18 - Optimiser ses relations presse online et print (2 jours - 100% à distance)

Contexte général :

Les métiers du journalisme et de la presse sont en constante mutation, forcés de s'adapter aux nouveaux outils et nouvelles pratiques en matière de communication et d'information, avec :

- la montée en puissance du digital et la multiplicité des terminaux, des réseaux, des sources et formats d'information, des applications, des usages selon les profils et les lieux,
- les problématiques de distanciation physique et de limitation des déplacements qui peuvent transformer les usages et les relations

... autant de défis pour la presse et le journalisme dans leur format traditionnel.

Cette formation doit apporter une vision claire sur les façons de travailler avec la presse aujourd'hui. Du communiqué de presse à l'approche par les réseaux sociaux, il s'agira d'identifier autant les outils que les usages à mettre en place pour identifier et capter ces journalistes de la nouvelle génération. Une attention particulière sera portée sur le contexte actuel : comment se réinventer pour poursuivre sa mission dans ces temps contraints ? Comment adapter les messages véhiculés durant ces périodes ?

Cette formation vise à éclairer les chargés de communication dans ce panorama changeant, et à leur donner les éléments nécessaires et éprouvés leur permettant de définir leur stratégie.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'identifier les acteurs de la presse on & offline, et de mettre en place la stratégie de communication efficace à leur rencontre avec des outils et méthodes éprouvés.

Public : Chargés de communication, personne en charge des relations avec la presse et les médias.

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 évolutions liées à la digitalisation de l'information et aux situations de temps contraints
- Identifier les acteurs, les usages, les réseaux, les médias...
- Comprendre comment élaborer sa stratégie, en fonction des sujets et des cibles
- Savoir adapter sa communication selon les cas
- Connaître, maîtriser et identifier les outils appropriés
- Savoir comment mesurer son impact, évaluer son action
- Comprendre l'évolution de ce secteur.
- Savoir adapter sa stratégie de communication offline et online en utilisant les outils appropriés.
- Savoir utiliser à bon escient les relations avec blogueurs et influenceurs dans sa stratégie
- ...

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

100% à distance

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 19 - Relever le défi de de la communication responsable pour l'accueil touristique (2 jours)

Contexte général

La consommation abusive de papier est un des reproches attribués fréquemment à l'industrie touristique, notamment aux Offices de tourisme. Malgré la multiplication des supports numériques d'information, malgré les sites web et les applications, le nombre de brochures ne diminue pas.

La facture écologique et financière de l'information touristique est lourde. Mener une réflexion sur l'utilité réelle des brochures papier distribuées aux visiteurs est déjà en cours dans la quasi-totalité des Offices de Tourisme et territoires. Pourtant peu nombreuses sont les structures à avoir sauté le pas du zéro papier (ou du moins du « zéro papier superflu » si l'on considère cela dans une logique de progrès).

Pour autant, ceux qui ont décidé de passer le cap pour intégrer un modèle d'accueil plus vertueux et durable, n'envisagent pas de remplacer l'humain, dans son rôle de médiation et de conseil, par un Tout Numérique tout aussi polluant. L'objectif étant de faire mieux, pas de faire moins.

La transition vers le « zéro papier» (« zéro papier superflu ») doit être préparée et pensée dans une stratégie plus globale de développement durable des activités de l'Office. Les solutions techniques pour un accueil moins « polluant » sont à adapter aux objectifs et à la configuration de chacun des territoires touristiques, en s'appuyant sur les pratiques et outils des voyageurs et sur la connaissance de l'offre par les conseillers en séjour.

Pour tendre vers cette communication durable, le volet numérique des documents et le volet éthique (recours à des fournisseurs éthiques, locaux...) sont à intégrer dès le départ ainsi que la prise en compte du papier recyclé, de la mise en page plus durable (en évitant par exemple les gros aplats de couleurs...).

Comprendre les enjeux de l'éco-responsabilité autour des éditions papier dans son office de tourisme par une prise de conscience du cycle de vie et de production / Intégrer la notion d'éthique dans ses pratiques et usages/ Définir l'engagement environnemental de son office de tourisme en matière de communication responsable / Savoir analyser ses besoins dans une logique de sobriété / Questionner la relation d'accueil et de conseil personnalisé au visiteur pour interagir en respectant ses engagements... Autant de défis que l'Office de Tourisme doit pouvoir intégrer dans sa stratégie d'accueil et de gestion de l'information Touristique à l'échelle du territoire.

Objectifs de formation

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'analyser ses besoins et l'impact environnemental de sa consommation de ressources d'informations touristiques puis de mettre en œuvre des actions pour adopter des solutions techniques responsables en utilisant des outils d'information adaptés à sa stratégie globale et à son territoire.

Public : Responsables d'Accueil, chargé.e.s de communication

Éléments de contenus et capacités à développer

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

- Identifier les enjeux environnementaux liés à un accueil responsable des visiteurs à l'office de tourisme
- S'outiller pour carbo-analyser ses usages dans une logique de sobriété (stockage de l'information, pollution numérique...)
- Savoir mesurer sa consommation (achat/gestion/ réutilisation/impressions...) grâce à des indicateurs et tableaux de suivi et des pratiques plus responsables (papier recyclé, de la mise en page plus durable en évitant par exemple les gros aplats de couleurs...)
- Savoir analyser ses besoins en outils d'information papier et dématérialisés pour l'accueil centré Client
- Savoir identifier et mettre en place de nouveaux /différents services et supports de communication responsable, limitant le papier et adaptés à sa stratégie

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues

Pour l'année 2022, 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.

Lot 20 - Concevoir et produire les contenus vidéos de son entreprise (7 jours - formation certifiante)

Contexte général :

La vidéo est devenue un vecteur incontournable de la communication touristique.

Cette formation permettra aux structures cherchant à disposer d'outils et de supports vidéos pour communiquer sur leurs activités, d'attirer de nouveaux clients, de présenter des offres et de mettre en avant des contenus.

La formation sera sanctionnée par le certificat de capacité enregistré au Répertoire Spécifique N°3840. Il est demandé au formateur de suivre les objectifs et le programme de cette fiche afin de pouvoir répondre aux exigences du certificateur.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de (verbe d'action)

- Comprendre l'utilité et la valeur ajoutée de la vidéo dans le cadre de la communication visuelle de son entreprise
- Comprendre les étapes préparatoires à la création d'un film / clip vidéo promotionnel
- Comprendre les contraintes techniques de la prise de vue photo et vidéo
- Établir les documents préparatoires visant à créer des outils vidéo nécessaires à la communication de son entreprise
- Créer / réaliser les contenus vidéo sur la base de ces documents préparatoires
- Savoir filmer avec un appareil photo ou un smartphone
- Être en mesure d'effectuer le montage vidéo de plusieurs rushes
- Comprendre et utiliser Adobe Premiere Pro pour le montage vidéo
- Paramétrer soi-même les exports vidéo en fonction du support final

Public :

La certification s'adresse à tous les professionnels du tourisme, souhaitant être en capacité de concevoir et produire les vidéos de leur entreprise (montage vidéo).

Éléments de contenus et capacités à développer :

Comprendre les principes d'élaboration d'une vidéo et initialiser un projet de création vidéo

- Comprendre l'utilité de la communication par la vidéo et les principes de perception et d'acquisition de l'image
- Connaître et comprendre les contraintes techniques liées à l'univers de la vidéo
- Comprendre la symbolique d'une image au travers des règles de construction / composition de celle-ci
- Connaître les différentes étapes de l'élaboration d'une vidéo ou d'un mini-clip (phases de réflexion / écriture, pitch, scénario, storyboard, etc.)
- Définir des objectifs de communication vidéo en fonction d'un contexte donné (ressources humaines de l'entreprise, ressources financières, ressources logicielles / informatiques, stratégie de développement, etc.) et d'un besoin exprimé (communication interne, externe, promotionnelle, etc.)

Élaborer la vidéo promotionnelle d'une entité

- Apprendre à filmer avec un appareil photo et un smartphone
- Prendre en main le logiciel Adobe Premiere Pro pour le montage et l'édition vidéo
- Élaborer les éléments de préparation (scénario, découpage, storyboard...) d'une vidéo à réaliser dans le cadre de la communication et du développement d'une entreprise

- Être fidèle et pertinent dans les propositions au regard des objectifs de communication vidéo fixés préalablement
- Anticiper les contenus (plans à filmer, musique libre de droits, etc.) à trouver ou produire

Réaliser et monter la vidéo promotionnelle d'une entité

- Maîtriser la réalisation d'une vidéo captation / prise de vue, dérushage, montage vidéo, animations basiques d'éléments graphiques (le cas échéant), export
- Mettre en place une réalisation pertinente au regard des objectifs de communication de l'entreprise et des éléments préparatoires
- S'assurer de la conformité avec les objectifs, avec la charte graphique (s'il en est), avec les contraintes techniques, etc.
- Être en mesure de mettre en ligne des vidéos sur le web ou sur des supports plus traditionnels

Les modalités d'évaluation seront fournies par le certificateur.

LIVRABLE 1 - Export vidéo du premier exercice (mini tournage)

LIVRABLE 2 - Plan de route du projet de l'apprenant

LIVRABLE 3 - Export final du projet de l'apprenant

Une plateforme de e-learning sera mise à disposition des formateurs avec l'intégralité du contenu des cours. Le parcours de formation est balisé (contenus de cours, livrables...). Ainsi, chaque formateur peut créer un support de formation qui lui est propre, tout en respectant un déroulé et en s'appuyant sur les livrables nécessaires à la validation du certificat

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation

Durée prévisionnelle de la formation : 7 jours (49 heures)

Lot 21 - Mise en œuvre des bonnes pratiques en vue de l'amélioration du référencement d'un site internet (4 jours - formation certifiante)

Contexte général :

Le référencement est et reste la pierre angulaire de votre présence sur les moteurs de recherche.

La formation est faite pour les structures qui doivent communiquer sur leurs activités, attirer de nouveaux clients, présenter des offres et mettre en avant des contenus avec un fort positionnement sur les moteurs de recherche.

La formation sera sanctionnée par le certificat de capacité enregistré au Répertoire Spécifique N°2955. Il est demandé au formateur de suivre les objectifs et le programme de cette fiche afin de pouvoir répondre aux exigences du certificateur.

Objectif(s) de formation :

Maîtriser les bonnes pratiques du référencement naturel
Analyser le référencement d'un site internet
Définir des objectifs pour optimiser les contenus du site internet
Établir une feuille de route d'optimisation du référencement pour le site
Mettre en pratique les premières actions concrètes pour l'optimisation du référencement du site

Public :

La certification s'adresse à tous les professionnels du tourisme, souhaitant être en capacité d'améliorer le référencement naturel de leur site internet.

Éléments de contenus et capacités à développer :

Maîtriser les bonnes pratiques du référencement (focus sur le référencement naturel)

Comprendre les notions de référencement naturel et payant
Comprendre la logique de positionnement d'un site internet sur les moteurs de recherche (focus Google)
Analyser le niveau de référencement d'un site internet
Rédiger un tableau d'analyse de référencement de site
Identifier les bonnes pratiques de référencement naturel

Élaborer un plan d'amélioration du référencement naturel et/ou payant d'un site internet

Définir des objectifs d'amélioration de contenus en fonction d'un contexte donné (ressources humaines de l'entreprise, ressources financières, etc.)
Définir des actions pertinentes en vue de l'amélioration du référencement d'un site internet
Rédiger un plan d'optimisation du référencement

Mettre en oeuvre des actions d'amélioration du référencement

Optimiser les contenus d'un site en vue d'améliorer son référencement naturel
Mettre en oeuvre les bonnes pratiques identifiées préalablement
Suivre sur la durée des indicateurs de positionnement d'un site sur les moteurs de recherche
Initier une démarche d'amélioration continue du référencement

Les modalités d'évaluation seront fournies par le certificateur.

LIVRABLE 1 - Tableau d'analyse du référencement d'un site internet

LIVRABLE 2 - Plan d'amélioration du référencement

LIVRABLE 3 - Livret d'amélioration continue

Une plateforme de e-learning sera mise à disposition des formateurs avec l'intégralité du contenu des cours. Le parcours de formation est balisé (contenus de cours, livrables...). Ainsi, chaque formateur peut créer un support de formation qui lui est propre, tout en respectant un déroulé et en s'appuyant sur les livrables nécessaires à la validation du certificat

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 4 jours (28 heures)

CQP Chargé de Projets e-Tourisme (1 lot)

Lot 22 - Chargé de projets e-tourisme (12 jours)

Contexte général :

Recherché par de nombreuses structures du tourisme, le parcours certifiant Chargé(e) de Projets E-Tourisme ([référentiel RNCP](#)) offre une formation complète pour assurer la promotion et le développement touristique d'un territoire à l'aide du numérique. Créé par ADN Tourisme (anciennement Offices de Tourisme de France), il répond à un besoin spécifique de la Branche Tourisme face aux enjeux du numérique et permet de faire valoir un métier propre à l'e-tourisme, inédit et unique en France.

Professionnel référent dans sa structure, le Chargé(e) de Projets E-Tourisme propose une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration, au Comité de Direction et aux élus locaux et développe un plan d'actions en adéquation. Il conçoit et produit le contenu visuel et rédactionnel de promotion, ainsi que des outils numériques en vue de valoriser le territoire. Il sensibilise et accompagne les acteurs territoriaux du tourisme afin d'améliorer leurs performances dans l'e-tourisme.

La formation certifiante « Chargé(e) de projets E-Tourisme s'articule autour de 5 blocs de compétences organisés en deux parcours autonomes, soit 22 jours de formation au total :

- Animateur Numérique de Territoire et Assistance au Management Numérique de Destination (Blocs 1,3 & 5)
- GrANT Reporter Numérique de territoire (Blocs 2 & 4)

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'assurer les missions d'un chargé de projet e-tourisme

Public : ANT / GrANT Reporter Numérique / Chargé de communication et du web

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.

- Proposer une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développer un plan d'action en adéquation.
- Participer à la définition de la stratégie éditoriale multicanal, à la conception du contenu visuel et rédactionnel
Coordonner et arbitrer la production de contenus rédactionnels et visuels par la structure et par les acteurs du territoire.
- Concevoir et animer des actions de sensibilisation et d'accompagnement.
- Piloter la conception et le développement des projets ou services numériques en vue de valoriser le territoire
- Mettre en place une veille du numérique et de la e-réputation.
S'auto-former et informer son équipe sur le tourisme numérique.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation en présentiel avec possibilité de modules/journées à distance

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session (ANT/AMND)** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 12 jours (84 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.

NB : seuls les organismes habilités par ADN Tourisme peuvent répondre à ce lot / contact Mathieu DAUBON mathieu.daubon@adn-tourisme.fr / 01 44 11 10 31). Ils devront répondre au référentiel RNCP (programme, évaluations...)

Conception & Marketing de produits (4 lots)

Lot 23 - Développer une offre de micro-aventure (2 jours)

Contexte général : C'est quoi la micro-aventure ? C'est partir à l'aventure près de chez soi, sur quelques jours, le plus souvent en autonomie et en pleine nature.

Arrivée en France en 2017 sous l'impulsion d'une poignée d'entrepreneurs, l'engouement pour la micro-aventure s'est accéléré avec la crise sanitaire et la recherche de plus en plus forte d'évasion dans la nature proche, d'authenticité, de déconnexion couplée aux préoccupations environnementales. Pour rappel, les principaux paramètres de la micro-aventure sont :

- **La proximité** : à moins de 100km de chez soi, ou en France
- **L'itinérance**
- **La nature**
- **L'accessibilité économique**

La micro-aventure incarne une nouvelle manière de voyager et repose sur des valeurs fortes. Encore un marché de niche auprès des urbains, la micro-aventure tend à s'ouvrir à de nouvelles clientèles, et notamment les familles.

Disposer sur son territoire d'une offre rentrant dans les « critères » ne suffit cependant pas, il faut en effet savoir parler et accrocher le micro-aventurier.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de proposer une offre de micro-aventure de la conception à sa communication en passant par la commercialisation.

Public : Chargé de communication / commercialisation / marketing de toute structure touristique

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.

- Connaître les enjeux /risques et les principes/valeurs de la micro-aventure
- Identifier les nouvelles attentes de cette cible de clientèle
- Etablir un diagnostic de son territoire pour repérer les potentiels d'activités micro-aventure, auditer ses professionnels, ses hébergeurs....
- Concevoir des offres / parcours / services / nouveautés type micro-aventure
- Mettre en œuvre une communication adaptée au public ciblé
- Identifier les circuits de distribution pour commercialiser sa nouvelle offre

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 24 - Organiser une animation de A à Z (2 jours)

Contexte général :

Les services animation ou évènementiel des Offices de Tourisme et prestataires touristiques (sites-musées-châteaux, hébergements collectifs, associations...) sont amenés à mettre en place très régulièrement des manifestations sur leur territoire, dans des contextes très variés (intérieur, extérieur), gratuites, payantes, pour tous types de publics, mettant en jeu la responsabilité des structures organisatrices.

Quels sont les contextes et types de manifestation ? Quelles sont les étapes de l'organisation d'un évènement ? Quelles sont les réglementations à respecter ? Quelles responsabilités pour la structure ? Comment mener à bien chaque projet ? Quels indicateurs pour évaluer la manifestation ?

Le contexte de la crise sanitaire a encore renforcé la complexité du dispositif.

Ces questions, chaque animateur, doit se les poser avant de concevoir une manifestation.

Cette formation aura donc pour but d'acquérir une méthodologie pour concevoir, organiser et piloter un projet d'animation ou d'évènementiel.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir et mettre en œuvre une animation / un évènement cohérent avec la stratégie de la destination, dans le respect de la sécurité du public des salariés et des bénévoles et le respect de la réglementation en vigueur.

Public : Responsables animation, responsable évènement d'Offices de Tourisme ou de toute structure en charge d'organiser une animation ou un évènement sportif, culturel, ou récréatif

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.

- Connaître la typologie des manifestations (contexte, public, typologie d'évènement) et leur incidence sur la méthodologie et la responsabilité d'organisateur
- Identifier les étapes de la conception, l'organisation, la promotion, la réalisation et le suivi d'un évènement
- Identifier les intervenants et/ou partenaires d'une manifestation et savoir les manager dans une optique de projet collectif
- Elaborer une méthodologie et concevoir les outils nécessaires au pilotage du projet
- Connaître les aspects liés à la réglementation, les déclarations nécessaires, les responsabilités de chacun, les droits de diffusion, les aspects sécuritaires, dont la sécurité sanitaire...,

- Savoir mettre en place les indicateurs performants, analyser les retours, évaluer les retombées...
- Comprendre et intégrer la mission de l'organisateur : les rôles d'un chef d'orchestre

NB : une formation Se préparer à la licence d'entrepreneur de spectacle de 1ère catégorie est programmée en 2022 et intégrée à cet appel d'offres.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

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.

Lot 25 - Produits et services touristiques : concevoir et tarifier son offre (2 jours)

Contexte général :

Promouvoir efficacement sa destination nécessite de proposer une offre touristique lisible, valorisant un ensemble de prestations touristiques.

La formule "packagée" est aussi pour le client une solution simple, avec un seul interlocuteur commercial, qui lui permet de bénéficier de plusieurs prestations, à des tarifs souvent plus avantageux que lorsqu'ils sont achetés « à la carte ». C'est le principe du forfait.

Cependant la commercialisation de prestations touristiques « tout compris » répond à une réglementation précise en renvoie la responsabilité de l'ensemble des prestations au vendeur.

L'opération peut vite s'avérer complexe, tant sur le plan commercial, que juridique, fiscal, ou encore marketing.

Cette formation vise à donner aux participants les clés pour mettre en marché une offre touristique packagée

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation les participants auront acquis les connaissances et la méthodologie nécessaires à la création et la mise en marché d'offres touristiques packagées.

Public : Toute personne en charge de la production commerciale au sein d'un établissement touristique

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.

- Connaître le cadre réglementaire de la vente de prestations touristiques intermédiées
- Comprendre les bases du marketing de l'offre pour concevoir une offre pertinente et attractive
- Savoir identifier ses fournisseurs, son marché, et ses attentes, faire une veille concurrentielle (étude de marché) pour concevoir une offre attractive
- Connaître les bases de la négociation avec ses partenaires commerciaux
- Savoir élaborer une cotation, déterminer un prix de vente, en fonction des coûts et marges requises, sans oublier les frais liés à la promotion et la distribution
- Connaître les bases légales pour élaborer les documents commerciaux (contrats avec les fournisseurs et les clients, documents ou supports de promotion)

NB : une formation “Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation” est également programmée en 2022 et intégrée dans ce même appel d’offre.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

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.

Lot 26 - La culture Design dans vos projets touristiques et votre organisation (4 jours - formation certifiante – 100% à distance)

Contexte général :

Penser la conception de services et de produits touristiques avec une approche et les outils du Design Thinking peut aider les structures touristiques à trouver une vraie différenciation.

Lors de cette formation, les apprenants découvriront les spécificités et les apports du Design Thinking, sans oublier sa dimension opérationnelle (techniques et outils).

La formation devra également être sanctionnée par une certification inscrite au Répertoire Spécifique de France Compétences

Objectif(s) de formation :

À l’issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir des services et des produits touristiques innovants orientés expérience utilisateurs

Public : Tous professionnels du tourisme

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 principes de la pensée Design
- Découvrir les processus d'innovation et les spécificités du Design Thinking
- Utiliser les techniques et outils indispensables et éprouvés et savoir tester le prototypage

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

100% à distance

Les méthodes pédagogiques devront favoriser des temps d’apprentissage avec expérimentation d’outils et de pratiques, qui pourront être réutilisés dans le quotidien des apprenants.

Nombre de sessions prévues :

Pour l’année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : Environ 4 jours (28h)

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.

Clientèles touristiques (3 lots)

Lot 27 - Mieux répondre aux attentes de la clientèle vélo : de la famille aux mordus ! (2 jours)

Contexte général :

Auvergne Rhône Alpes est souvent considéré comme étant une région technique, difficile ou inaccessible quand il s'agit de vélo. La couverture médiatique du Tour de France qui franchit ses cols alpins, ses trois massifs montagneux, mais aussi ses grands itinéraires cyclo touristiques de plusieurs centaines de kilomètres contribuent à cette réputation.

Pourtant la région AuRA peut s'appuyer sur un terrain de jeu extrêmement varié et sur un excellent niveau de service notamment en matière d'encadrement. La popularité croissante du vélo (et surtout du VAE) constitue donc une opportunité remarquable pour la région de se diversifier et d'accueillir un nouveau public.

Et justement : la stratégie régionale en matière de vélo tourisme vise la valorisation de la diversité des pratiques vélo. Tout en continuant à consolider le segment cyclosporitif, elle souhaite favoriser l'émergence d'une nouvelle offre touristique à vélo moins technique et plus accessible. Pour les territoires et les collectivités, l'enjeu est donc de bien identifier leur clientèle-cible afin d'orienter leur stratégie locale et répondre correctement à leurs visiteurs.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de construire une offre adaptée à la clientèle vélo

Public : Personne en charge de la commercialisation au sein de toute structure touristique

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.

- Connaître la stratégie vélo d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- Identifier la typologie, les attentes et les modes de consommation des cyclotouristes (notamment via l'étude Atemia « Cibles de clientèles vélo »).
- Identifier les infrastructures recherchées par les cyclotouristes (Bornes de recharge, rails pour cadener les vélos, outils de réparation base à mettre à dispo)
- Repérer les freins à la pratique du vélo
- Connaître les différents labels et outils de promotion du cyclotourisme
- Monter des produits touristiques et services en adéquation avec cette clientèle
- Mettre en place un plan de communication adapté pour séduire les nouvelles clientèles de touristes à vélo
- Anticiper les évolutions probables de cette cible de clientèle (Gravel, séjours combinés Vélo+gastronomie/vin/patrimoine..., micro-aventures, etc. ...)

Une présentation d'une heure par le Chargé de mission tourisme outdoor et vélo d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme sera à intégrer dans le programme. Elle aura comme objectifs de présenter la stratégie régionale sur cette clientèle et l'étude qui lui est dédiée. Le chargé de mission tourisme se tiendra à la disposition du formateur et des stagiaires lors de la formation pour échanger avec eux.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 28 - Les musées à la reconquête du public familial (2 jours)

Contexte général

Fleurons du tourisme culturel, les musées jouent d'équilibre entre la conservation et l'innovation. Ils se redéfinissent au gré des nouveautés technologiques ou architecturales et de l'évolution des clientèles.

Les équipements culturels, musées et sites historiques reçoivent la clientèle familiale depuis longtemps, toutefois pour bien accueillir les familles, il faut davantage qu'un tarif familial.

La place de l'enfant est désormais centrale, ados et tout-petits sont une priorité. On sait que les enfants influencent grandement la moitié des achats de la famille et un produit nouveau sur deux est introduit dans la famille par le biais des enfants.

L'enfant consommateur aujourd'hui sera le client de demain. Séduit par une destination, il y reviendra une fois sur deux, arrivé à l'âge adulte. L'enjeu de cette acculturation est de plus en plus pris en compte par les destinations.

Attirer, conquérir ou reconquérir cette clientèle dans les musées nécessite une adaptation de leur offre. L'aménagement des espaces d'accueil tout autant que les modes de visites et les pédagogies expérientielles de découvertes sont au cœur des stratégies globales de la reconquête de ce public.

Accueillir des familles dans les expositions, proposer des activités de médiation sous formats de jeux de pistes, concevoir des ateliers au sein de fablab : ces enjeux se retrouvent à la programmation de plusieurs institutions muséales et culturelles.

Comment se compose cette offre ? Quelles activités de découverte sont privilégiées ? Comment sont-elles adaptées aux différents contextes de visite familiale et à son caractère intergénérationnel ? Quels rôles pour les accompagnateurs et quels types d'interactions imaginer ?

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de poser les bases de sa stratégie élargie de (re)conquête du public Famille. Il sera en mesure d'identifier les spécificités des contextes de la visite en famille, de composer une offre enrichie, de sélectionner des animations et modes de visite adaptés et de les valoriser par une communication ciblée.

Public : Cette formation sera programmée uniquement à la demande, dans le cadre de formation sur-mesure en intra-entreprise

Éléments de contenus et capacités à développer :

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

- Identifier les profils prioritaires pour les musées et son musée (La famille, mais quelle famille ?)
- Repérer les activités dissociées parents/enfants et activités « ensemble » pour un intérêt commun
- Identifier les différentes formes de visites et de pédagogies créatives et sensorielles: exemples inspirants

- Disposer des éléments clés d'une expérience réussie de découverte muséale en famille : accueil/ parcours/post-visite
- Construire une communication adaptée à ces publics

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **une session** pour cette formation

Format des sessions :

En présentiel

Le candidat devra préciser s'il sera en mesure de dispenser la prestation adaptée au distanciel en cas de repli dû à la situation sanitaire. Dans ce cas, il produira également dans son offre, une proposition pédagogique distincte, adaptée au distanciel.

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.

Lot 29 - Développer la clientèle scolaire (2 jours)

Contexte général :

Que ce soit pour des sorties journées, des classes de neige ou des classes vertes, la clientèle des scolaires répond à des enjeux de promotion très importants et des enjeux commerciaux non négligeables, et complémentaires de l'accueil des publics en vacances scolaires.

La région Auvergne-Rhône-Alpes et certains départements en font un axe prioritaire de relance et de développement de l'activité touristique.

La découverte du patrimoine naturel, culturel, et de loisirs fait partie de l'éducation des jeunes publics, clients consommateurs de demain.

Cependant l'organisation de sorties ou séjours scolaires est très contraignante, répond à des cahiers des charges précis, notamment sur certains aspects réglementaires, et nécessite de connaître les vecteurs de promotion bien spécifiques.

Cette formation permettra de mieux connaître l'environnement spécifique à l'accueil de ce public particulier.

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation le stagiaire sera en capacité d'organiser et de promouvoir des sorties ou séjours pour les clientèles scolaires

Public : Toute personne en charge de la production, la commercialisation ou du développement marketing de sa structure ou destination touristique

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 attentes et les modes de consommation de la clientèle scolaire
- Connaître le cadre réglementaire de l'accueil des publics scolaires, en sortie journée comme en séjour avec hébergement
- Identifier les produits touristiques et services en adéquation avec les programmes de l'éducation nationale et les attentes de ces publics

- Etre référencé par l'éducation nationale et le CRDTA en tant qu'offre scolaire (hébergement, activité ou site touristique pédagogique...),
- Connaître les réseaux pour promouvoir son établissement, sa destination ou son offre touristique auprès des prescripteurs de cette clientèle
- Adapter l'accueil et gérer un groupe scolaire

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

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.

Développement commercial (4 lots)

Lot 30 - Développer les offres de services de l'Office de Tourisme à ses partenaires (2 jours)

Contexte général :

Nous savons tous que beaucoup de professionnels se posent la question de poursuivre leur adhésion à leur Office de Tourisme (OT), au vu de tous les canaux de diffusion possibles à disposition de la clientèle. En conclusion l'OT doit régulièrement faire peau neuve et démontrer à ses socio-pros tout l'intérêt d'une adhésion ; il est trop souvent perçu comme un établissement public pour lequel on poursuit par « solidarité ».

D'où la nécessité à présent, de se positionner comme un véritable prestataire de service incontournable.

Avec des équipes plus importantes depuis les regroupements et de vraies compétences dans chacun des métiers, l'OT doit impérativement être en mesure d'assurer les accompagnements numériques, les prestations photo/vidéo, la commercialisation de produits packagés, la vente/résa en ligne ...

Il devra développer et commercialiser son offre sous forme de « packs » (*produits packagés*), de façon à développer encore plus de ressources pour sa structure.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer une gamme de produits packagés attractive à destination de ses acteurs touristiques.

Public : Personnel en charge de la commercialisation et /ou des relations avec les socio-pros

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.

- Développer des produits packagés attractifs pour les partenaires
- Se positionner comme un véritable prestataire au service des professionnels
- Anticiper les attentes et être force de propositions auprès de ses professionnels
- Démarcher de nouveaux partenaires en leur proposant ses services
- Fidéliser ses partenaires

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 31 - Créer et gérer une boutique en ligne (2 jours – 100% à distance)

Contexte général :

De nombreux Offices de Tourisme (OT) et de sites touristiques sont dotés d'une boutique pour commercialiser différents produits et services. Avec la crise sanitaire et l'évolution des pratiques des clients, ou pour d'autres motifs, certains souhaitent proposer ces produits à la vente en ligne.

Toutefois, ouvrir une boutique en ligne demande de la préparation. Quel type de site faut-il privilégier ? Pour y vendre quoi, comment, à qui ? Quelles sont les mentions obligatoires à y faire figurer ?

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de lancer et gérer la boutique en ligne de la structure

Public : Personnel des boutiques de structures touristiques (OT, sites...) souhaitant créer ou développer une boutique en ligne. Personnels déjà formés / en charge de la gestion d'une boutique classique

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.

- Repérer les objectifs et enjeux de la boutique en ligne
- Identifier les bons produits, la gamme
- Savoir présenter et valoriser ses produits
- Gérer ses stocks
- Mettre en place la logistique : packaging, envoi, retours, click & collect
- Connaître les solutions technologiques de e-commerce (panorama) et les solutions de paiement
- Budgéter cet outil et ce service
- Promouvoir son offre : marketing payant, communautés, contenu...
Savoir mesurer et évaluer : indicateurs de suivi et de performance
- Connaître les formalités légales : CNIL, mentions légales...

Formats envisagés

100% à distance

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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

Lot 32 - L'art de prospecter et de vendre (2 jours)

Contexte général :

L'activité commerciale tient une place essentielle dans le chiffre d'affaires des structures touristiques et particulièrement pour les Offices de Tourisme qui doivent générer de nouveaux revenus mais aussi se positionner comme un véritable apporteur d'affaires pour leurs prestataires.

Fidéliser la clientèle est un des deux leviers qui permet de maintenir son activité, le second réside dans la prospection de nouveaux clients. Celle-ci est primordiale car la fidélité n'est jamais acquise et peut varier en fonction de son offre qui elle aussi peut évoluer au fil du temps.

Rechercher de nouveaux clients demande un savoir-faire, des connaissances mais aussi une posture commerciale.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de prospecter pour vendre son offre (produits, services, destination touristique).

Public : Responsables ou personnels en charge de la commercialisation / du service commercial, chargés d'affaires, chargés de clientèle

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.

- Savoir définir son plan de prospection en adéquation avec sa stratégie commerciale
- Savoir développer un argumentaire commercial en face-à-face, en phoning...
- Acquérir une aisance dans les échanges avec les clients (prises de rdv, négociations, relances ...)
- Savoir développer un portefeuille client
- Savoir négocier un commissionnement
- Concevoir des règles de contractualisation avec ses prestataires

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 33 - Rendre sa boutique plus performante (2 jours)

Contexte général :

De nombreuses structures touristiques se dotent aujourd'hui d'un espace boutique/billetterie afin de créer un revenu supplémentaire parfois nécessaire à leur maintien.

Cette activité doit être réfléchi tant au niveau :

- des produits qui doivent être en adéquation avec sa stratégie marketing,
- de la politique tarifaire à appliquer (de la négociation avec les fournisseurs au prix de vente)
- du merchandising et de l'aménagement de l'espace boutique/billetterie

En effet, il ne suffit pas d'avoir de bons produits et un bon commercial pour vendre. Attirer les touristes (et les locaux) dans cet espace reste le plus difficile.

Il s'agit donc de repenser ou créer l'offre de son espace boutique et la mettre en valeur.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de proposer un espace boutique opérationnel

Public : Responsable ou personnel de la boutique de toute structure touristique.

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 les produits et services payants porteurs et en lien avec sa stratégie marketing (cibles, concurrence...)
- Savoir négocier avec ses fournisseurs au bon prix
- Adapter une politique tarifaire efficace
- Maîtriser les règles de l'étalagisme pour mieux vendre
- Savoir mettre en scène ses produits (aménagement, étiquetage, signalétique)

NB : Une formation « [Mettre en scène et animer au quotidien son espace accueil/boutique](#) » est prévue en 2022

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation en présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 session pour cette formation.

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

Juridique, comptabilité & fiscalité (8 lots)

Lot 34 - Comprendre les responsabilités des Offices de Tourisme dans la promotion du tourisme en montagne (1 jour)

Contexte général :

Les Offices de Tourisme des territoires de montagne ont pour mission la promotion des activités, l'information et le conseil aux touristes.

Parfois même ils organisent et commercialisent les activités montagne.

Ces missions d'information, de communication de promotion, ou d'organisation et de vente engagent inexorablement la responsabilité (civile ou pénale) de l'établissement et de ses représentants.

Cette formation a pour but de comprendre l'engagement de responsabilité de l'office de tourisme dans ses missions régaliennes d'accueil, d'information et de promotion notamment au regard des activités montagne, comme dans ses missions annexes d'organisation et de vente d'activités.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de comprendre l'engagement de responsabilité de l'Office de Tourisme dans ses missions, vis-à-vis des visiteurs ainsi que de ses partenaires, afin se prémunir des risques encourus.

Public : Directeurs / responsables communication, édition, responsables accueil, responsables centrale de réservation, responsables animation / évènement

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.

- Acquérir les connaissances de base et la compréhension de la responsabilité d'un OT au regard de ses missions
- Connaître la réglementation qui encadre la pratique des activités montagne.
- Comprendre les risques encourus dans l'exercice de sa mission
- Connaître les moyens de se prémunir contre les risques encourus

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour (7 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.

Lot 35 - Actualités juridiques, sociales, comptables, et fiscales (1 jour en présentiel ou 100% à distance)

Contexte général :

Dans un contexte réglementaire en perpétuelle évolution, les dirigeants et responsables d'Offices de Tourisme (OT) doivent disposer de connaissances à jour leur permettant d'assumer leurs responsabilités en conformité avec le droit, les conventions et dispositions réglementaires. Bien connaître la réglementation permet aussi d'utiliser les dispositifs permettant d'optimiser la gestion de son entreprise, de limiter les risques et contentieux sociaux, particulièrement sensibles dans la période actuelle de restructuration et de baisse des subventions publiques. Cette formation vise à apporter aux participants les informations et outils concrets leur permettant d'optimiser la gestion financière et les ressources humaines de leur OT au plus près de la réglementation, en fonction de la nature juridique de leur établissement (Assoc., SEM, EPIC, SPL, Régie).

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le participant sera en mesure de connaître l'actualité récente et les dispositions conventionnelles, juridiques, sociales, comptables, fiscales le concernant, selon la nature et le statut juridique et fiscal de son établissement afin d'exercer ses responsabilités en conformité, et en optimisant ses ressources.

Public : Directeurs(rices), responsables, DRH, DAF, comptables, présidents, trésoriers.

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.

- Mettre à jour ses connaissances sur la loi travail et la réforme de la formation professionnelle
- Connaître les obligations sociales et l'actualité sociale et paie
- Identifier les dispositions Covid : activité partielle droit commun / longue durée
- Disposer des informations réglementaires relatives à la mise en place du télétravail
- Repérer les principales dispositions conventionnelles et les mises à jour récentes
- Disposer des informations relatives à la Loi de finance
- Identifier les dispositifs d'aide à l'embauche
- Connaître les obligations fiscales en fonction de la nature juridique de l'OT
- Connaître les obligations comptables et sociales selon les seuils
- Identifier les dispositifs fiscaux spécifiques
- Connaître les informations sur la taxe de séjour
- Disposer des informations nécessaires sur la loi engagement et proximité
- Selon actualité

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel ou à distance en visio

Faire 2 propositions, une pour chaque format

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour (7 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.

Lot 36 - Gérer et administrer un Office de Tourisme sous forme d'EPIC 100% à distance (2 jours)

Contexte général :

De nombreux Offices de Tourisme sont aujourd'hui régis sous forme d'EPIC.

Les EPIC répondent à des règles de fonctionnement particulières qu'il convient de maîtriser, nécessitant l'acquisition de connaissances spécifiques.

L'objectif opérationnel de cette formation est de permettre aux participants (notamment directeurs ou DAF) de connaître les règles de base du fonctionnement d'un EPIC pour en assurer la direction et la gestion administrative et financière.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de gérer un Office de Tourisme en EPIC.

Public : Directeurs-trices, DAF / RAF d'Office de Tourisme en EPIC

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.

- Connaître les règles de base pour la création et l'administration d'un EPIC
- Identifier le fonctionnement institutionnel de l'EPIC
- Connaître les règles comptables et fiscales
- Comprendre et choisir les statuts du personnel adaptés à sa structure
- Gérer les relations avec la collectivité publique

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Préciser un max d'éléments pour que le formateur puisse apporter une réponse cohérente

100% à distance

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 37 - Droits d'auteur, droit à l'image : comment ça fonctionne ? (1 jour - 100% à distance)

Contexte général :

Pour attirer et séduire le touriste, il est désormais nécessaire de disposer de supports visuels et sonores de qualité.

Ces éléments sous forme de photos, vidéos et musique, sont la plupart du temps diffusés sur de très nombreux supports / médias (guides, flyer, sites internet, page Facebook, écran plasma à l'accueil...).

« Achetés » à des professionnels ou « trouvés » sur le web, leur utilisation n'en est pour autant pas « libre » et elle est soumise à certaines conditions sous peine d'amende.

De même, les structures disposant de leur propre fond iconographique et/ou sonore ne sont pas suffisamment informées de la réglementation en la matière.

Cette formation vise à informer les structures des obligations liées aux droits d'auteur et d'image et de la responsabilité encourue.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'utiliser les photos, vidéos, musique ... (interne ou externe) en conformité avec la réglementation en vigueur.

Public : Responsable ou chargé de communication de toute structure touristique

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.

- Connaître la réglementation en matière de droit à l'image, droit d'auteurs, musique
- Analyser des photos (personnes, patrimoine...) et vidéos pour déterminer quelles sont les conditions d'application en la matière
- Savoir contractualiser avec des professionnels du secteur (achat de photos et de niveaux de droits d'utilisation...)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation 100% à distance sur la base de 7h réparties en 2 demi-journées consécutives ou non

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour ou 2 demi-journées (7 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.

Lot 38 - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation de produits touristiques (2 jours)

Contexte général :

La commercialisation de produits touristiques est une activité réglementée, faisant l'objet de l'immatriculation au registre national des opérateurs de voyages et de séjours, gérée par Atout France.

Entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2018, la **nouvelle directive des « voyages à forfait et prestations de voyages liés »** introduit une nouvelle catégorie de prestations dans le code du tourisme.

La complexité de cette activité (responsabilité, vente sur Internet) nécessite d'en maîtriser le cadre juridique afin d'être en accord avec la législation en vigueur.

Par ailleurs la situation de crise que nous traversons a conduit l'ensemble de l'écosystème touristique à gérer des circonstances exceptionnelles d'annulation pouvant conduire à des litiges.

Il s'agit donc de connaître et comprendre les aspects juridiques liés à la commercialisation de forfaits, séjours et prestations touristiques.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de commercialiser des produits touristiques en respectant le cadre légal de cette activité réglementée.

Public : Directeur ou Responsable du service commercial de toute structure touristique.

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.

- Connaître le cadre réglementaire de la commercialisation des prestations touristiques
- Comprendre les aspects juridiques et réglementaires de l'organisation et la vente de voyages et séjours ainsi que de prestations touristiques
- Appréhender les règles juridiques de la vente sur Internet (de la présentation de l'offre au paiement en ligne, en passant par la contractualisation).
- Comprendre la responsabilité de l'office de tourisme dans la vente de prestations touristiques, vis-à-vis des tiers (fournisseurs, clients)
- Savoir anticiper et gérer les circonstances exceptionnelles conduisant aux annulations de vente ou d'organisation des prestations vendues

NB : une formation sur la conception et la tarification des produits touristiques est programmée en 2022 et est également intégrée dans cet appel d'offres

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 39 - Passer un marché à procédure adaptée / MAPA (2 jours)

Contexte général :

Les établissements percevant des financements publics, quelle que soit leur forme juridique et qu'ils soient de nature publique ou parapublique sont soumises au Décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

L'achat de fournitures, services ou travaux engageant de l'argent public doit répondre à des règles. MAPA sans procédures, à procédures adaptées ou formalisées ... seuils, publicité, sélection des entreprises ... autant d'aspects plus ou moins complexes à maîtriser pour mettre en place son marché public

Cette formation vise à connaître la réglementation et s'y conformer pour toute commande publique.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mettre en œuvre une commande publique, après avoir identifié le type de marché correspondant et la procédure adéquate

Public : Directeurs, DAF, assistants de direction et comptables d'établissements publics ou parapublics (Offices de Tourisme, ...) soumis à la procédure de marchés publics.

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.

Cette action vise à être la plus opérationnelle et concrète possible. Elle devra donc être adaptée aux profils, attentes et contexte de chacun des participants et enfin privilégier temps d'apport de connaissances et exercices pratiques à partir, par exemple, des cas des stagiaires.

- Connaître le cadre réglementaire des marchés publics (seuils, règles générales ...)
- Etre en capacité d'identifier à quel type de marché correspond sa commande (ouvert, restreint, marché à bon de commande, séparation en lots...)
- Rédiger son appel à marché/projet avec les pièces obligatoires à produire, en connaissant les contraintes et les pièges à éviter
- Mettre en place la publicité/Afficher son offre (plateformes, JO....)
- Sélectionner le candidat et attribuer le marché (comité de sélection, réponse...)
- Suivre le marché

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 40 - Piloter et développer la taxe de séjour (2 jours - 100% à distance)

Contexte général :

Dans un contexte de baisse des subventions publiques, les dirigeants d'Offices de Tourisme doivent rechercher de nouvelles ressources ou optimiser les ressources existantes.

La collecte de la taxe de séjour offre des réelles opportunités avec un potentiel de développement très fort car souvent mal exploitée ou peu optimisée. Cette mission bien souvent sous-évaluée tant en termes de potentiel de ressources financières, que de moyens humains et techniques, nécessite des connaissances précises en termes réglementaire, technique et pédagogique.

Cette formation vise à améliorer le recouvrement de la taxe de séjour.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de piloter, développer et/ou optimiser le produit de la taxe de séjour.

Public : Personnel en charge de la perception de la taxe de séjour au sein des Offices de Tourisme ou des collectivités

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.

- Connaître le cadre juridique de la taxe de séjour avec ces derniers changements (exemple : taux au pourcentage pour les non classés)
- Evaluer le potentiel de la taxe de séjour
- Définir une stratégie de gestion du recouvrement de la taxe de séjour (communication, plateforme de recouvrement...)

- Mettre en œuvre les outils pour optimiser son rendement (logiciel, information, contrôle, suivi...)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation 100% à distance sur la base de 14h réparties en 4 demi-journées

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 4 demi-journées (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.

Lot 41 - Se préparer à la licence d'entrepreneur de spectacle de 1ère catégorie (3 jours)

Contexte général :

L'organisation de spectacles, d'évènements ou d'animations engage la responsabilité civile et pénale des Offices de Tourisme et de leurs équipes vis-à-vis des tiers (partenaires, participants, publics) au regard de la sécurité des biens et des personnes.

Par ailleurs l'organisation de plus de 6 manifestations publiques ou spectacles par an requiert de disposer de la licence d'entrepreneur de spectacle.

Cette formation doit permettre de se préparer à l'obtention de cette licence, en apportant les connaissances réglementaires et les compétences opérationnelles permettant de concevoir d'organiser les spectacles ou manifestations en conformité, en prenant en compte les risques.

Objectif(s) de formation :

Cette formation doit préparer à l'obtention de la licence d'entrepreneur du spectacle de 1^{re} catégorie. Elle doit permettre notamment de maîtriser le cadre juridique général, d'appréhender la responsabilité, de connaître les règles du droit du travail en matière de santé et sécurité au travail, et d'acquérir la vision sécuritaire permettant de maîtriser les principes à respecter dans la conception ou l'organisation de spectacles ou manifestations.

Public : Responsables animation / évènementiel.

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.

- Connaître le cadre juridique relatif à l'organisation de spectacles ou manifestations ;
- Disposer de notions de responsabilité civile et pénale
- Connaître les règles du droit du travail en matière de santé et sécurité au travail
- Être informé de la réglementation incendie spécifique aux lieux de spectacles (ERP, cadre légal des rassemblements...)
- Connaître les obligations administratives
- Identifier les interlocuteurs de la sécurité et leurs compétences
- Apprendre à rédiger une notice de sécurité ;

- Apprendre à analyser les risques et les problématiques sécuritaires en fonction des évènements, des publics, des lieux, et des structures ;
- Savoir mettre en œuvre les secours
- Savoir mettre en œuvre les dispositions actuelles de sécurité sanitaire
- Prendre en main l’outil de remontée des données, dénommé **SIBIL (Système Information BILletterie)** pour faire sa déclaration

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours (21 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.

Stratégie & Marketing de destination (5 lots)

Lot 42 - Du marketing territorial à la marque touristique : renforcer son attractivité (2 jours)

Contexte général :

La réalisation d’un branding de destination (stratégie de marque) réussie n’est pas si simple à élaborer de nos jours, quand on sait que le tourisme a la croissance la plus rapide au monde.

Promouvoir une destination touristique de manière efficace passe par une solide stratégie marketing et par le développement d’une image de marque indispensable au territoire ;

La stratégie de destination n’a aucune chance d’atteindre ses objectifs si elle n’est pas partagée par les professionnels qu’il s’agit de transformer en performeurs de la marque et en ambassadeurs.

Faire du business avec ses professionnels devient pour les Offices de Tourisme un enjeu fondamental pour la valorisation de la destination.

Objectif(s) de formation :

À l’issue de la formation, le stagiaire sera capable de déployer une marque touristique à l’échelle territoire.

Public : Salariés d’Offices de Tourisme ; Chargé de mission développement des collectivités

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.

- Adapter une vision et un concept en lien avec ses atouts locaux (*polices, couleur, design, logo...*)
- Analyser les enjeux de son territoire / forces et faiblesses pour renforcer son attractivité
- Travailler avec ses socio-pros pour la mise en œuvre d’une nouvelle marque
- Déployer une marque touristique pour son territoire

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 43 - Créer et animer son réseau d'ambassadeurs/greeters (2 jours)

Contexte général :

Les Offices de Tourisme disposent de nombreux outils pour faire la promotion de leur destination mais s'appuyer sur l'expérience et l'engouement des habitants ou professionnels investis dans l'histoire, le patrimoine, l'activité économique et culturelle... permet de convaincre les touristes. Ces ambassadeurs ou greeters ouvrent la porte à de nouvelles expériences pour les visiteurs/touristes. En partageant avec eux leurs connaissances et leur pratiques locales, ils les invitent à vivre une expérience quasi unique, privilégiée que ce soit au travers de témoignages ou bien de prestation telle que des visites.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de mettre en place un réseau de greeters et l'animer.

Public : Chargé de promotion / animation réseau des Offices de Tourisme

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.

- Savoir analyser les flux et les pratiques des touristes
- Savoir repérer et identifier le ou les réseaux d'acteurs potentiels (habitants, artisans, réseaux de socio-pro...)
- Définir sa stratégie de développement du réseau d'ambassadeurs
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'action, stimuler la création du / des réseaux d'ambassadeur
- Choisir, concevoir et élaborer les outils adéquats d'accompagnement
- Communiquer autour du dispositif mis en place
- Animer son/ses réseaux d'ambassadeurs
- Mettre en place les indicateurs permettant de mesurer l'impact de cette politique sur la Qualité d'accueil et la promotion de la destination

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 44 - Définir sa stratégie marketing et déployer son plan d'actions (3 jours)

Contexte général :

Dans un contexte fortement concurrentiel entre les destinations touristiques, les responsables d'Offices de Tourisme ne peuvent pas faire l'impasse d'une réflexion stratégique de leur positionnement marketing, et du plan d'actions opérationnel qui en découle.

Cette formation vise à donner aux responsables les bases du marketing, leur permettant de se repérer, et d'être acteur, aux côtés d'éventuelles agences ou consultants, de la redéfinition marketing stratégique et opérationnelle de leur destination.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de définir et déployer sa stratégie marketing et le plan d'actions qui en découle.

Public : Directeur, responsable d'Office de Tourisme ; Chargé de mission tourisme au sein d'une collectivité / institutionnel du tourisme

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 enjeux d'établir une stratégie marketing dans sa structure touristique (marketing stratégique et marketing opérationnel)
- Connaitre les éléments du mix marketing (marchés, clients, concurrences, prix, distribution)
- Maîtriser les phases et outils essentiels du marketing opérationnel
- Construire le dispositif de communication, promotion et commercialisation : outils, actions, construction argumentaire commercial (conquête et fidélisation), etc.
- Evaluer les résultats de ses actions (impact sur C.A. - rapport coût / action...) et apporter les actions correctrices

Il est attendu que, au-delà des concepts, l'intervenant propose des méthodes et outils concrets que les stagiaires pourront directement utiliser dans leurs missions au sein de leur organisation. Trajectoires Tourisme sera particulièrement vigilant à ce que la formation ne reste pas à un stade théorique comme cela peut l'être pour ce type de sujet.

La formation devra enfin privilégier des exercices pratiques conçus, notamment à partir des problématiques des participants. Le nombre d'exercices devra être raisonné afin de laisser du temps pour qu'ils soient suffisamment approfondis.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours (21 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.

Lot 45 - Exploiter les données socio économiques de votre office de tourisme avec l'outil piLOT (2 jours)

Contexte général : Une quinzaine d'Offices de Tourisme d'Auvergne-Rhône-Alpes ont intégré le dispositif piLOT. Après les ateliers de saisie qui ont eu lieu au printemps 2021, nous souhaitons leur proposer un accompagnement à l'exploitation des données.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'exploiter les indicateurs socio économiques fournis par l'outil piLOT pour faire évoluer les projets et stratégies de la structure.

Public : directeurs et responsables d'OT, personnes en charge de l'observation.

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.

- Savoir repérer les faits marquants de vos indicateurs socio économiques, les hiérarchiser
- Être capable d'identifier les causes profondes de ces faits
- Savoir définir des solutions à mettre en œuvre
- Être en mesure d'animer et faire adhérer son équipe autour de l'analyse collective des indicateurs et la recherche de solutions

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation 100% à distance.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **2 sessions** 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.

Remarque : Seuls les organismes habilités par ADN Tourisme sont en mesure d'animer cette formation.

Lot 46 - Piloter le label Famille Plus sur sa destination montagne (3 jours)

Contexte général :

La famille constitue une cible prioritaire pour les stations de montagne. Dans ce contexte, le label Famille Plus contribue à développer la clientèle de demain en mettant en place dès aujourd'hui une démarche de qualité pour l'accueil des familles. Tout savoir sur le label famille plus et ANMSM

<https://www.anmsm.fr/nos-missions/accompagner/famille-plus>

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'accomplir pleinement sa mission de référent Famille Plus

(cf. missions détaillées dans le cahier des charges Famille Plus accessible à l'adresse suivante :

<http://www.lesexigences.net/familleplus/>

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Public : Formation réservée exclusivement aux stations ANMSM_ Référents Famille Plus, Directeurs d'Offices de Tourisme, toutes personnes en charge de développer la cible famille au sein de l'Office de Tourisme

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.

- Acquérir et consolider les bases du métier de référent pour développer et animer le label au sein de sa station.
- Comprendre la cible famille et les évolutions comportementales notamment dans le cadre de la crise sanitaire

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Préciser un maximum d'éléments pour que le formateur puisse apporter une réponse cohérente

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer 1 session pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours – 2+1 jour (21 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.

NB : Seuls les organismes/prestataires non-auditeur du label Famille Plus pour l'ANMSM pourront répondre à ce lot

Management (2 lots)

Lot 47 - Les nouvelles formes de management (1 jour)

Contexte général :

Le monde du travail longtemps perçu comme « alimentaire » a largement évolué vers une volonté d'accomplissement personnel, constat de ces dernières années réalisé avec les nouvelles générations qui ont une approche du travail bien différente (hyper connectés, quête d'autonomie & indépendance...)

Basé sur des outils numériques, les nouvelles formes de management doivent introduire des modes de collaborations, de partage et de prise des décisions qui démontrent que confiance, autonomie et collaboration sont les fers de lance de ce nouveau fonctionnement.

La reconnaissance, la confiance et la bienveillance maîtres mots du système, devront faire parties intégrantes des équipes pour que la qualité de vie au travail prime.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de redéfinir son mode de management.

Public : Directeurs & responsables

Éléments de contenus et capacités à développer :

- S'orienter vers de nouvelles formes de management (collaboratif, autonomie, créativité...)
- Savoir identifier les profils des salariés, leurs attentes et leurs motivations
- Organiser les équipes pour favoriser la motivation et la complémentarité des personnels
- Définir une vision stratégique adaptée
- Penser cohésion et collaboratif et savoir intégrer tout nouveau personnel (saisonnier, cdd ...)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour (7 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.

Lot 48 - Management des équipes dans une structure touristique (6 jours – formation certifiante)

Contexte général :

Les structures touristiques continuent leur mutation et manager les équipes afin de développer les compétences individuelles et la performance collective devient une nécessité.

Cette formation va permettre aux managers de conduire et d'accompagner les collaborateurs dans les changements, par la motivation. Elle va également leur permettre d'intégrer les différents modes de communication inter-personnelles dans la gestion de leurs équipes.

La formation sera sanctionnée par le certificat de capacité enregistré au Répertoire Spécifique N°1797. Il est demandé au formateur de suivre les objectifs et le programme de cette fiche afin de pouvoir répondre aux exigences du certificateur.

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de mettre en place des outils et d'utiliser des compétences managériales afin de réussir dans leur fonction de manager.

- Savoir suivre et partager une stratégie, fixer des objectifs
- Suivre la performance individuelle et collective
- Accompagner et motiver les collaborateurs dans le changement
- Gérer les situations difficiles et les conflits
- Acquérir les outils de communication individuelle et collective de l'équipe
- Développer son leadership
- Mettre en place le bon mode de délégation

Public : Tout professionnel du tourisme en charge d'une équipe

Éléments de contenus et capacités à développer :

Construire et développer le leadership

- Mobiliser les équipes pour les rassembler autour d'une vision commune

- Convaincre les équipes en expliquant le sens du message par des arguments clairs et pertinents
- Challenger les membres de l'équipe en fixant des objectifs et des modalités d'appréciations des résultats pour développer la performance de l'entreprise
- Fédérer autour du projet d'entreprise pour réussir sa réalisation

Encadrer et accompagner les équipes pour optimiser la performance

- Programmer les objectifs individuels et collectifs en évaluant les résultats à partir d'indicateurs de performance pour les suivre
- Accompagner les équipes dans la gestion de leur temps et de leurs priorités pour réaliser leurs missions et atteindre leurs objectifs
- Recruter et intégrer de nouveaux collaborateurs
- Organiser et animer les réunions de travail avec les équipes en s'appuyant sur les résultats passés et les objectifs à venir
- Accompagner les équipes dans leur développement de compétences en favorisant les progressions professionnelles, la détection de talents pour les impliquer et les fidéliser

Choisir les outils de communication en fonction du contexte

- Préparer et construire le discours au niveau du contenu et de la manière dont il est communiqué pour faire adhérer les équipes
- Choisir et réunir les conditions d'environnement optimales pour réussir la transmission du discours
- S'assurer de l'adéquation entre le discours tenu et le comportement adapté en tenant compte des différentes personnalités en face
- Adopter le comportement adéquat face à des situations ou personnalités difficiles
- Maîtriser son comportement et ses messages en situation de stress

Sélectionner les meilleurs leviers de motivation

- Motiver les équipes en créant pour chaque profil un discours approprié dans un cadre de challenge de l'entreprise et en adoptant une communication positive
- Utiliser les techniques de recommandation et de félicitation auprès des équipes en tant que levier de motivation pour les amener à donner le meilleur d'eux-mêmes
- Adapter les outils de motivation en fonction de la personnalité et des attentes des équipes et en tenant compte des moyens de l'entreprise

Savoir déléguer selon le contexte et les équipes

- Déléguer en fonction de l'expérience des collaborateurs, de leurs points forts en leur générant plus d'initiatives
- Utiliser les différentes méthodes de délégation en fonction des niveaux d'expérience des collaborateurs pour les faire progresser et leur permettre de développer une créativité au profit de l'entreprise
- Préparer l'entretien de délégation en clarifiant les tâches qui seront à déléguer ou non en fonction des champs de responsabilité des différents acteurs
- Conduire l'entretien de délégation en développant la confiance, l'engagement et l'assurance au sein de l'équipe tout en utilisant l'écoute active

Accompagner les équipes face au changement

- Communiquer sur les défis du changement en adoptant une communication positive, sécurisante et directe tout en faisant preuve d'écoute active
- Anticiper les réactions au changement du collaborateur pour corriger la trajectoire par des décisions tactiques

- Adopter une méthode de recadrage pour accompagner le collaborateur dans son propre changement
- Conduire les entretiens auprès des équipes en développant les opportunités de progression et en analysant les besoins de recentrage.

La formation est certifiante.

Le formateur devra organiser le passage d'évaluation pour les participants, en vue de la certification. 30 mn par participant.

Le participant devra tirer au sort un sujet étudié lors de la formation, il pourra utiliser ses fiches et ses notes.

1ere partie : 10 mn préparation et 5mn présentation

2ème partie : 10 mn mise en situation

3ème partie : 5 mn auto-débriefing du participant et débriefing des examinateurs

Les outils d'évaluations seront fournis par le certificateur

- Référentiel de compétences
- Référentiel d'évaluation
- Grille de synthèse de notation

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 6 jours (42 heures) évaluation comprise (30/45 mn par participant)

Ressources Humaines (3 lots)

Lot 49 - Mettre en place le télétravail (1 jour)

Contexte général : La crise sanitaire liée au COVID 19 a démocratisé le télétravail et l'a rendu accessible à un grand nombre (par la force de choses !).

Pour autant la mise en place du télétravail hors période de crise répond à d'autres besoins dû à l'augmentation du nombre de personnel pour espace de travail identique, à des modes de travail plus collaboratifs, des structures en multi-sites, des temps de trajets domicile-travail impactant l'efficacité des collaborateurs...

Le télétravail entraîne des bénéfices économiques qui sont désormais mesurés par de nombreuses études : augmentation de la productivité et de la qualité du travail fourni.

Avec la publication des décrets d'application, les ordonnances MACRON portant réforme du droit du travail ouvrent de nouvelles possibilités au sein des organisations : elles apportent un nouveau cadrage au télétravail et ont permis d'assouplir les conditions de sa mise en œuvre.

Le télétravail s'inscrit dans une démarche d'amélioration de l'organisation du travail et s'appuie sur les technologies numériques. Il s'agit d'un travail effectué hors des locaux de l'employeur de façon régulière et volontaire. Quelles sont les pratiques et les implications en terme d'organisation ?

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de mettre en place un dispositif de télétravail pour son organisation en prenant en compte toutes les dimensions QVT, juridiques, RH, accompagnement au changement

Public : Directeur, Responsable RH ou administratif, élus CSE

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.

- Cerner les enjeux du télétravail : qualité de vie au travail, gestion multi-sites, performance ...
- Assurer le pilotage stratégique et la réflexion autour du télétravail comme un projet global d'entreprise
- Le cadre légal et réglementaire avec les ordonnances MACRON (y compris en lien avec la crise sanitaire COVID 19)
- Comprendre les différences sur les dispositions relatives au télétravail dans la fonction publique versus le télétravail dans les entreprises privées
- Définir d'un plan d'actions sur : l'organisation matérielle, les aspects juridiques et RH, la formation
- Mise en œuvre du dispositif : l'expérimentation et l'accompagnement au changement (managers, télétravailleurs, non-télétravailleurs, ...)
- Définir les modalités d'évaluation pour un bilan

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation envisagée sous 2 formats 100% à distance sur la base de 7h réparties en 2 demi-journées ou 1 journée en présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 voire 2 sessions** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 demi-journées ou 1 journée (7 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.

Lot 50 - Comprendre son rôle au sein du CSE pour un dialogue social efficace (2 jours)

Contexte général :

Le comité social et économique (CSE) est l'instance de représentation du personnel dans l'entreprise. Le CSE doit être mis en place dans les entreprises de plus de 11 salariés. Les membres du CSE sont élus par les salariés de l'entreprise pour une durée maximale de 4 ans. Ses compétences, sa composition et son fonctionnement varient selon la taille de l'entreprise.

Afin de participer efficacement au dialogue social dans l'entreprise il convient que les représentants de l'employeur comme les élus du CSE connaissent bien leur rôle, leurs prérogatives, moyens d'actions, ainsi que le fonctionnement du CSE.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'exercer pleinement son rôle dans le cadre du CSE, pour participer efficacement au dialogue social au sein de l'entreprise

Public :

Elus du CSE ou candidats aux élections et représentants de l'employeur (DG, DRH)

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.

- Connaître le cadre légal d'instauration du CSE, sa mise en place, les élections, sa composition, son organisation, son fonctionnement en fonction de l'effectif de l'entreprise
- Comprendre précisément le rôle des partenaires du dialogue social au sein du CSE, et leur rôle vis-à-vis du personnel
- Comprendre le rôle du CSE
- Connaître ses attributions, ses moyens d'action et ses limites

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 51 - Gestion des Ressources Humaines/Management - spéciale Assistantes de Direction (2 jours)

Contexte général :

Le métier d'assistant de direction, partenaire clé de chaque structure, comporte plusieurs facettes et peut être amené à aller au-delà de l'assistance organisationnelle et administrative. A noter que l'assistant de direction de par sa fiche de poste, doit remplir des missions qui relèvent du domaine de l'exécutif ; pourtant force est de constater qu'au regard des plannings chargés, les missions d'assistants de direction ont évoluées vers des compétences managériales, mission intermédiaire entre la direction et l'équipe.

Loin d'être épargnés, les directeurs des offices de tourisme, très souvent rattachés aux communautés de communes qui leurs attribuent plusieurs fonctions, délèguent certaines missions de management à leurs assistants.

Peu ou pas assez préparés à cette compétence, ces assistants intermédiaires sont en attente de formations complémentaires qui leur permettront de veiller à ce que les attentes de leurs dirigeants soient réalisées.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer les missions de délégation, de contrôle et de validation tout en faisant preuve d'écoute et d'analyse.

Public : Assistant de direction

Éléments de contenus et capacités à développer :

- Définir, organiser et contrôler.
- Faire preuve d'écoute et d'analyse
- Répondre aux attentes/besoins de la direction
- Maintenir un équilibre sur le collectif

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Efficacité professionnelle (3 lots)

Lot 52 - S'organiser pour gagner en efficacité et alléger sa charge mentale (2 jours)

Contexte général :

L'idée que productivité au travail et bien-être vont de pair est désormais bien comprise. Quand on fait les choses avec plus d'aisance et de plaisir, on gagne en estime de soi, en confiance et en compétences.

Ce cercle vertueux est malheureusement soumis à des agents perturbateurs puissants, notamment le stress.

L'augmentation constante des sollicitations et de la charge de travail (y compris en télétravail) diminue la capacité de concentration. Désorganisation et biais de décision peuvent s'installer, la productivité diminuer tout comme la confiance en soi. Atteindre ses engagements professionnels devient alors un défi, les risques psycho-sociaux deviennent une menace.

La gestion du temps, des priorités et l'organisation du travail permettent d'alléger la charge mentale et le stress associé. Grâce à des outils bureautiques simples et grâce à des méthodes et pratiques éprouvées, il est possible de retrouver une organisation professionnelle sereine et efficace.

La formation doit s'attacher à définir un socle visant à améliorer la gestion des missions et à gagner en compétences organisationnelles. Elle doit donner des méthodes d'organisation et de gestion des priorités. Elle vise à développer les compétences nécessaires pour parvenir à dégager l'espace mental nécessaire et redevenir confiant dans la gestion de son temps de travail et la planification du quotidien comme du long terme.

Objectifs de formation :

A l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de réaliser et de mettre en place un véritable plan d'organisation et de gestion du temps grâce à des méthodes, pratiques et outils bureautiques éprouvés.

Il sera capable d'exercer son agilité professionnelle pour traiter les priorités afin d'alléger sa charge mentale et ainsi gagner en efficacité opérationnelle et tranquillité d'esprit.

Public : Tout public

Éléments de contenus et capacités à développer

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

- Reconnaître les origines de la sur-sollicitation de nos «ressources cognitives» et du stress
- Utiliser des outils et/ou pratiques pour gérer son stress et ses émotions, mieux se concentrer et alléger sa charge mentale
- Disposer de méthodes pour bien s'organiser, individuellement et collectivement, gagner en productivité
- Se doter d'un socle organisationnel et le traduire en process opérationnel
- Identifier et prioriser les tâches essentielles de sa fonction et gérer les imprévus
- Employer les outils bureautiques appropriés pour planifier ses tâches et activités
- ...

Nombre de sessions prévues

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer 2 sessions pour cette formation.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

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.

Lot 53 - Réussir ses prises de parole en public (2 jours)

Contexte général :

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....

Élément 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(s) 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.

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

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.

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.

- 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)

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel. Éventuellement dans un lieu permettant une mise en situation particulière permettant un ancrage fort de l'apprentissage : scène de théâtre, plateau télé, autre proposition bienvenue. La

recherche de lieu pourra se faire en partenariat avec le membre du collectif qui accueille la formation

NB : une formation "Répondre à une interview" est également programmée en 2022 et intégrée dans ce même appel d'offre.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 54 - Organiser et animer des événements en ligne captivants (100% à distance 10h)

Contexte général :

Même si les animations en distanciel ne datent pas d'hier, il faut reconnaître que l'année 2020 a propulsé et généralisé ce format. Webinar, atelier en ligne, table-ronde, visioconférence...les événements digitaux se multiplient depuis plusieurs mois. Devenus coutumiers du format distanciel, les participants sont de plus en plus exigeants par rapport à l'organisation et l'animation de ces rendez-vous. Leurs organisateurs se doivent donc de gagner en professionnalisme pour être convaincant et à l'aise à l'oral, maîtriser les techniques d'animation en visio, tenir un timing...Et ainsi rendre leurs événements toujours plus captivants, efficaces et surtout adaptés à leur auditoire et à leurs objectifs !

Objectif(s) de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'organiser un événement en ligne de A à Z, de l'organisation à l'animation, de manière convaincante et professionnelle.

Public : Chargé.e de communication ou toute personne étant amenée à organiser et animer un événement en ligne

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.

- Connaître le panel de formats possibles en distanciel
- Choisir l'outil adapté en fonction de son besoin
- Construire le fil rouge d'un événement en ligne
- Définir le format, la durée, le ton et la durée en fonction de ses objectifs
- Sélectionner et préparer ses intervenants
- Maîtriser les clefs d'une animation réussie et convaincante
- Être à l'aise à l'oral
- Médiatiser son événement

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

100% à distance

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Durée prévisionnelle de la formation : 10h

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.

Qualité & Classement (5 lots)

Lot 55 - Alléger son système documentaire qualité (1 jour - 100% à distance)

Contexte général :

Le référentiel et les outils ont beaucoup évolué depuis la mise en place de la démarche qualité dans les Offices de Tourisme, allant vers moins de "paperasse" et plus de sens. Les référents qualité ont souvent du mal à s'approprier les outils « qualité » pour donner du dynamisme et du sens à leur démarche de progrès, restant attaché au cadre sécurisant du référentiel et des annexes, et de la démarche qualité "historique". Une nouvelle approche et de nouveaux formats de système documentaire émergent, rendant la démarche plus vivante, plus intéressante, plus motivante pour toute l'équipe.

Il s'agit donc de redonner tout son sens à un système documentaire souvent vécu comme une contrainte administrative.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable réviser son système documentaire qualité en le simplifiant et en lui donnant plus de sens.

Public : Référent Qualité des Offices de Tourisme

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 l'intérêt des documents demandés par la démarche
- Analyser son propre système documentaire et ses axes de progrès
- Faire évoluer le contenu de ses outils en leur donnant plus de sens
- Faire évoluer le format de ses outils
- Savoir impliquer la direction, les collègues
- Avoir un système de classement, d'indexation et de suivi des révisions des documents "intelligent"

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation 100% à distance, sur la base de 7h réparties en 2 demi-journées

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 2 demi-journées (7 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.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Lot 56 - Facile à lire et à comprendre /FALC (2 jours)

Contexte général : De plus en plus de sites touristiques reçoivent de manière régulière ou plus ponctuelle des personnes en situation de handicap auditif, mental, moteur et visuel.

Néanmoins, trop souvent, cette problématique se réfléchit à travers le seul prisme des aspects techniques liés à l'accessibilité physique des sites. Et l'accès à l'information, notamment des personnes déficientes mentales est en revanche rarement maîtrisée par les professionnels du tourisme. En 2021, 381 structures en AURAT sont labellisées Tourisme & Handicap sur cette déficience (93% de structures labellisées le sont sur le handicap mental).

Des outils simples et accessibles existent pourtant et permettent d'accueillir dans les meilleures conditions ce public.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'écrire pour différents supports (print et web) des textes faciles à lire et à comprendre pour les personnes déficientes mentales dans les sites touristiques.

Public : Personnel en charge de l'accueil, de la communication ou de la médiation dans un site touristique, culturel ou de loisirs.

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 attentes et les besoins des personnes en situation de handicap mental dans leur usage de l'écrit et de la lecture
- Connaître les exigences et les règles d'écriture pour les personnes déficientes mentales
- Maîtriser les principes d'écriture des textes et documents pour les rendre accessibles aux personnes déficientes mentales
- Evaluer la qualité des documents et textes à destination des personnes déficientes mentales

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 57 - Marque Tourisme & Handicap : formation du personnel d'accueil (2 jours)

Contexte général :

De plus en plus d'établissements touristiques sont labellisés Tourisme & Handicap. Ce gage permet d'être identifié auprès des clientèles déficientes. Ils sont 410 établissements en Auvergne-Rhône-Alpes dont 34 Offices de Tourisme.

Pour les offices de tourisme bénéficiant de la marque Tourisme & Handicap le référentiel impose de faire suivre une formation spécifique à ce sujet à l'ensemble de leur personnel d'accueil.

Cette formation vise à comprendre les différentes déficiences pour améliorer leur accueil et les prestations proposées.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'adapter son accueil en fonction des publics et de leurs déficiences.

Public : Personnel d'accueil des Offices de Tourisme labellisés Tourisme & Handicap

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 les spécificités de chaque déficience
- Connaître et comprendre les critères du label Tourisme & Handicap
- Repérer l'offre accessible à ces publics sur son territoire
- Organiser et adapter son espace d'accueil avec les outils de médiation adaptés en fonction des différents handicaps
- Acquérir les bonnes pratiques pour savoir accueillir sereinement cette clientèle

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, 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.

Lot 58 - Prendre en main la démarche Qualité Tourisme de son Office de Tourisme (100% à distance - 3 jours)

Contexte général :

De nombreux Offices de Tourisme sont engagés ou souhaitent s'engager dans la démarche Qualité Tourisme. Des référents qualité sont nommés pour déployer et animer la démarche, ou bien pour reprendre l'animation de la démarche suite au départ d'un Référent Accueil Qualité, et ont besoin d'accompagnement pour prendre en main le dispositif. Par ailleurs, la démarche qualité est souvent perçue comme une démarche formaliste, lourde et pénible. Comment lui donner tout son sens pour en faire une véritable démarche de progrès, pour l'office de tourisme et pour l'ensemble de la destination ?

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de déployer et d'animer la démarche qualité de son office de tourisme.

Public : Nouveaux référents qualité des Offices de Tourisme (RAQ)

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.

- Intégrer les principes d'une démarche de progrès
- Comprendre le fonctionnement de la marque Qualité Tourisme
- Connaitre le référentiel Qualité Tourisme des Offices de Tourisme, les outils
- Définir la posture du RAQ
- Mettre en place une méthodologie : par où commencer ?
- Maîtriser la procédure d'audit

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

Formation à distance.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 3 jours (21 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.

Lot 59 - Qualifier l'offre chambres d'hôtes de votre destination : Le dispositif Chambre d'Hôtes Référence® (1 jour)

Contexte général :

L'objectif de Chambre d'hôtes référence® est d'apporter la possibilité aux chambres d'hôtes non labellisées de garantir à leurs clients la qualité de leur prestation tout en contribuant à l'amélioration de la qualification de l'offre d'hébergement touristique de la destination. Chambre d'hôtes référence® est une solution pour les exploitants soucieux de qualifier leur offre mais ne souhaitant pas adhérer à un label.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de qualifier les chambres d'hôtes selon le dispositif Chambres d'hôtes référence®.

Public : Personnels d'Office de Tourisme amenés à réaliser des visites de qualification de chambres d'hôtes.

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 enjeux du dispositif
- Connaître le process de référencement
- Etudier la réglementation des chambres d'hôtes
- Maîtriser le dossier administratif, notamment les grilles de visites
- Acquérir les techniques de visite chez le prestataire
- Mettre en œuvre la promotion du dispositif sur la zone de compétence de l'Office de Tourisme

Idéalement la formation se tiendra dans une chambre d'hôte, permettant l'expérimentation

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel.

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 journée (7 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.

APIDAE (2 lots)

Lot 60 - Découvrir et prendre en main Apidae (2 jours)

Contexte général :

Le Système d'information touristique « Apidae » est le premier réseau d'informations touristiques et de loisirs. Il se matérialise par une base d'information en ligne qui permet de créer et de diffuser l'information touristique et de loisirs à l'échelle de plusieurs régions. Son principe d'alimentation : la base est co-alimentée par les acteurs du tourisme et des loisirs.

Les données sont en accès libres : <https://www.apidae-tourisme.com/>

Les utilisations sont multiples :

- Pour les Offices de Tourisme : information des visiteurs et touristes en face à face, éditions, print, alimentation automatique et directe des sites web, appli mobiles, panneaux d'affichage, etc.
- Pour les professionnels et prestataires : édition de fiches à remettre aux clients avec sélection d'adresses autour de soi, programme des manifestations de son territoire, récupération de l'information pour donner du contenu à son site (situationnel par exemple), animation de sa page Facebook..
- Pour les diffuseurs et éditeurs : informations directement utilisables pour le print après sélection des informations souhaitées. Il en est de même pour le web et les différentes solutions numériques...

Apidae est ainsi devenu l'outil incontournable pour toute personne travaillant dans les différents services des structures touristiques, notamment dans les missions d'information et de conseil. Encore faut-il s'en saisir, connaître sa structuration, savoir l'alimenter, l'utiliser avec pertinence.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de saisir les données dans Apidae et d'utiliser l'outil dans ses missions d'information.

Public : Personnels des Offices de Tourisme prenant en main l'outil.

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.

Cette action vise à être la plus opérationnelle et concrète possible. Elle devra donc être adaptée aux profils, attentes et contexte de chacun des participants et enfin privilégier temps d'apport de connaissances et exercices pratiques à partir, par exemple, des cas des stagiaires.

- Comprendre l'environnement Apidae, Organisation générale du réseau et responsabilité des acteurs.
- Organisation générale des données : Les entités juridiques, les objets touristiques et leurs relations. La classification des types d'objets touristiques dans Apidae.
- Créer des fiches Apidae : les règles fondamentales de saisie et bonnes pratiques.
- Exploiter des données Apidae : Faire une recherche qualifiée, recherche intuitive, recherche avancée, renseigner un client par mail

La formation devra impérativement réserver des temps de mise en situation pratique.

Formats envisagés

En présentiel

Nombre de sessions prévues :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **trois sessions** 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.

Lot 61 - Gérer son projet numérique avec Apidae (1 jour)

Contexte général :

Le Système d'information Touristique « Apidae » est le premier réseau d'informations touristiques et de loisirs. Il se matérialise par une base d'information en ligne qui permet de créer et de diffuser l'information touristique et de loisirs à l'échelle de plusieurs régions.

Son principe d'alimentation : la base est co-alimentée par les acteurs du tourisme et des loisirs.

Les données sont en accès libres : <https://www.apidae-tourisme.com/>

Les utilisations sont multiples :

- Pour les Offices de Tourisme : information des visiteurs et touristes en face à face, éditions print, alimentation automatique et directe des sites web, appli mobiles, panneaux d'affichage, etc.
- Pour les professionnels et prestataires : édition de fiches à remettre aux clients avec sélection d'adresses autour de soi, programme des manifestations de son territoire, récupération de l'information pour donner du contenu à son site (situationnel par exemple), animation de sa page Facebook...
- Pour les diffuseurs et éditeurs : informations directement utilisables pour alimenter les sites web ainsi que les différentes solutions numériques...

Apidae, est ainsi devenu l'outil incontournable pour les Offices de Tourisme et les structures institutionnelles du tourisme pour gérer leurs projets numériques.

Il s'agit au final de faire gagner en efficacité le fonctionnement des projets web grâce à Apidae.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'utiliser l'ensemble des fonctionnalités d'Apidae qui permettent d'alimenter les différents projets numériques de sa structure.

Public : Prioritairement personnes en charge des projets numériques au sein des Offices de Tourisme ou des structures institutionnelles du tourisme, référents Apidae et ayant suivi la formation « Apidae Prise en main » pour bien connaître le fonctionnement du SIT

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.

- Connaître l'environnement et l'organisation de la donnée touristique dans Apidae
- Exporter ses données qualifiées pour ses projets
- Définir les éléments nécessaires à intégrer au cahier des charges du projet web
- Administrer ses projets numériques : créer un projet numérique, sélectionner l'information pour alimenter son projet, Gérer les collaborations sur ses projets, etc.

La formation devra impérativement réserver des temps de mise en situation pratique.

Formats envisagés (en présentiel, 100% à distance, mixte présentiel / distanciel, immersif...)

En présentiel.

.

Sélection des prestataires amenés à concevoir et animer des formations dans le cadre de l'offre de formation Trajectoires Tourisme 2022 (Annexe 1)

Période prévisionnelle :

Pour l'année 2022, Trajectoires Tourisme, souhaite programmer **1 session** pour cette formation.

Durée prévisionnelle de la formation : 1 jour (7h)

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.

Langues / PAO / Bureautique/ Canva / Google Analytics (1 lot – 100% à distance)

Lot 62 : Parcours individuels à distance

Langues : anglais – allemand – espagnol – italien - néerlandais

PAO : suite adobe Photoshop - Illustrator – Indesign - Lightroom - After Effects

Bureautique : pack Office Excel - Word – Powerpoint

Canva

Google Analytics

Contexte général :

Personnalisable et flexible, la formation à distance répond plus que jamais aux enjeux de notre époque. Depuis plusieurs années déjà, Trajectoires Tourisme propose un format distanciel pour l'acquisition des compétences transversales suivantes : les langues étrangères, la PAO, Google Analytics, la bureautique. Cette liste s'enrichit en 2022 avec l'outil de création de contenu graphique Canva.

note : les groupements de structures sont possibles pour répondre à ce lot.

Nos attentes :

- 100 % à distance
- formation individuelle avec un formateur
- date de démarrage au choix
- programme personnalisable (conçu et adapté selon la problématique de l'apprenant)
- à la demande, préparation à une certification (TOEIC, BRIGHT) afin de pouvoir mobiliser le CPF

1. COMPÉTENCE VISÉE : LANGUES ÉTRANGÈRES

FORMATION : (titre provisoire)

One-to-one en visio ou par téléphone (parcours 10h)

Anglais, allemand, espagnol, italien, néerlandais

Contexte général :

Dans le secteur du tourisme, la maîtrise d'une langue étrangère est un atout majeur pour bien accueillir, renseigner, comprendre et fidéliser la clientèle.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Utiliser les structures idiomatiques de base de façon automatique
- Transmettre et recevoir des informations
- Entretenir en toute confiance une conversation à l'oral

Public :

Toute personne nécessitant d'approfondir une langue étrangère pour un usage professionnel.

Éléments de contenus et capacités à développer :

A adapter selon le(s) besoin(s) spécifique(s) de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé.

Modalités d'apprentissage

En visio ou par téléphone.

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 10h (+certification, à la demande du stagiaire)

FORMATION : (titre provisoire)

One-to-one en visio ou par téléphone + digital learning (parcours 20h)

Anglais, allemand, espagnol

Contexte général :

Dans le secteur du tourisme, la maîtrise d'une langue étrangère est un atout majeur pour bien accueillir, renseigner, comprendre et fidéliser la clientèle.

Objectif de formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Utiliser les structures idiomatiques de base de façon automatique
- Transmettre et recevoir des informations
- Entretenir en toute confiance une conversation à l'oral
- Travailler les écrits professionnels via le digital learning

Public : Toute personne nécessitant d'approfondir une langue étrangère pour un usage professionnel.

Éléments de contenus et capacités à développer :

A adapter selon le(s) besoin(s) spécifique(s) de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 20h découpé comme suit : 10h de visio ou téléphone + 10h de digital learning (+certification, à la demande du stagiaire)

2. **COMPÉTENCE VISÉE :** PAO

FORMATION : (titre provisoire)

Les outils de PAO : découverte et perfectionnement de la suite Adobe

Photoshop - Illustrator – Indesign - Lightroom - After Effects

Contexte général :

Les structures touristiques réalisent elles-mêmes une grande partie de leurs supports de communication, qu'ils soient on-line ou off-line. Pour cela, les chargés de communication doivent être en capacité d'utiliser les outils classiques de PAO lorsqu'ils en ont besoin.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de :

- Se repérer dans un ou plusieurs de ces logiciels (Photoshop, Illustrator, Indesign, Lightroom, After Effects)
- Exploiter leurs fonctionnalités
- Utiliser leurs spécificités
- Créer et éditer du contenu

Public : Toute personne issue d'une structure touristique et devant utiliser un ou plusieurs outils de la suite Adobe dans le cadre de ses missions

Éléments de contenus et capacités à développer :

Le contenu sera adapté en fonction de la demande de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé.

Modalités d'apprentissage

Classe virtuelle en one to one

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 10h

3. **COMPÉTENCE VISÉE** : Bureautique

FORMATION : (titre provisoire)

Améliorer sa pratique du pack Office

Excel - Word - Powerpoint

Contexte général :

Depuis maintenant de nombreuses années, la connaissance du Pack Office (Word, Excel, PowerPoint) est incontournable dans les structures y compris touristiques.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de :

- Se repérer dans Office 2010
- Exploiter les fonctionnalités des logiciels du Pack Office
- Utiliser les spécificités du Pack Office 2010 (ou versions précédentes)
- Créer et éditer du contenu

Public :

Toute personne issue d'une structure touristique et devant utiliser un ou plusieurs logiciels du Pack Office dans le cadre de ses missions.

Éléments de contenus et capacités à développer :

Le contenu sera adapté en fonction de la demande de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé.

Modalités d'apprentissage

Classe virtuelle en one to one

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 10h

4. COMPÉTENCE VISÉE : Canva

FORMATION : (titre provisoire)

Créer des visuels de qualité professionnelle à l'aide de Canva

Contexte général :

Canva est un outil en ligne de création de contenu graphique conçu pour rendre accessible à tous le design et le graphisme. Grâce à une multitude de templates et modèles gratuits, des fonctionnalités de personnalisation simples et efficaces, Canva s'est imposé comme un outil précieux pour créer simplement des visuels avec un rendu professionnel.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de :

- Se repérer dans Canva
- Exploiter les fonctionnalités de l'outil
- Utiliser ses spécificités
- Personnaliser des modèles existants
- Exploiter les différents formats

Public :

Toute personne issue d'une structure touristique et devant créer du contenu graphique (print et/ou web).

Éléments de contenus et capacités à développer :

Le contenu sera adapté en fonction de la demande de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé.

Modalités d'apprentissage

Classe virtuelle en one to one

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 5h

5. COMPÉTENCE VISÉE : Google Analytics

FORMATION : (titre provisoire)

Google Analytics : découverte et perfectionnement

Contexte général :

Indispensable pour comprendre et mesurer les performances et statistiques de la fréquentation d'un site internet, Google Analytics est un outil puissant...mais dont la prise en main n'est pas innée. Utilisé par des millions de sites web à travers le monde, il a aujourd'hui accaparé environ 85% du marché mondial.

Objectif(s) de formation :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Analyser l'audience de son site internet
- Suivre le nombre de visiteurs, leur provenance, leur comportement et le temps qu'ils passent sur son site internet
- Comprendre et interpréter les indicateurs (taux de rebond etc.)
- Monitorer ses campagnes web

Public :

Toute personne désireuse d'analyser l'audience de son site Internet et d'en améliorer la performance.

Éléments de contenus et capacités à développer :

Le contenu sera adapté en fonction de la demande de chaque apprenant.

Nombre de sessions prévues :

Formation individuelle avec un parcours personnalisé.

Modalités d'apprentissage

Classe virtuelle en one to one

Durée prévisionnelle de la formation :

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 à son contenu pédagogique.

- Parcours de 5h