

## **ANNEXE 4.**

### **CAHIER DES CHARGES**

**ANNEE 2011**

### **PROGRAMME LOCAL DE FORMATION**

**Territoire concerné : PAYS DE LACQ ORTHEZ BEARN DES GAVES**

**Axe 1 : E-tourisme**

**PLOGB.3 : Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffres d'affaires**

#### **1. Contexte :**

Le poids de la consommation touristique via internet n'est plus à démontrer.

Le prestataire touristique doit donc être visible sur les sites de consommateur dont l'impact auprès des clientèles augmente régulièrement.

Parmi les personnes qui consultent les avis d'internautes, 68% d'entre eux leur prêtent une attention particulière. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Avec l'émergence de la contribution des internautes et de la mobilité, le touriste est de plus en plus sensible aux avis postés. Ce réflexe qui accompagne l'acte de consommation d'achat ne doit pas être subi.

Bien au contraire, il apparaît fondamental pour une entreprise touristique d'utiliser les avis et d'en faire une force pour son activité (d'autant que les avis sont sources de référencement naturel).

#### **2. Les objectifs de la formation :**

L'objectif de cette formation est :

- de démystifier l'impact de ces sites en expliquant le fonctionnement
- de fournir les techniques et outils qui permettront aux structures touristiques d'optimiser et de consolider le lien avec les clientèles touristiques.
- d'avoir une véritable démarche commerciale, nourrie par les avis, favorisant le développement de son chiffre d'affaires.

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 (notion de e-réputation), par les socio professionnels, l'enjeu réside également en l'incitation des vacanciers à laisser des commentaires et de les faire devenir de véritables prescripteurs de leur territoire, de leur destination, de leur prestation touristique.

Même les avis négatifs doivent faire l'objet de procédures de traitement spécifique.

#### **3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

C'est une formation à caractère informatif et pratique.

C'est à dire qu'après une présentation du 2.0 et des sites d'avis, après une mise en perspective commerciale par rapport à sa stratégie commerciale propre, les participants doivent avoir accès à une connexion et un ordinateur (au mieux pour 1 au pire pour 2) pour faire de la pratique.

#### **4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Eveiller les prestataires à la logique des avis de consommateur, inciter à travailler sur ces avis, pour qu'ils deviennent un outil de force de vente

Il s'agira également d'ouvrir un débat adhérents / office de tourisme pour construire un argumentaire visant à inciter les touristes à poster leur avis, et leur utilisation en terme de promotion et de commercialisation.

### **5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLFI.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation. Pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la MOPA.

### **6. Durée :**

2 jours

### **7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :**

1 groupe – 10 personnes

### **8. Période privilégiée :**

1<sup>er</sup> semestre 2012

### **9. Lieu(x) :**

Sur le territoire du Pays de Lacq, Orthez Bearn des Gaves – lieu central à déterminer en fonction des horizons des participants.

Une cyber base peut être retenue pour les cas pratiques

### **10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global
- les dates des journées de formation à proposer

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

**Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.**