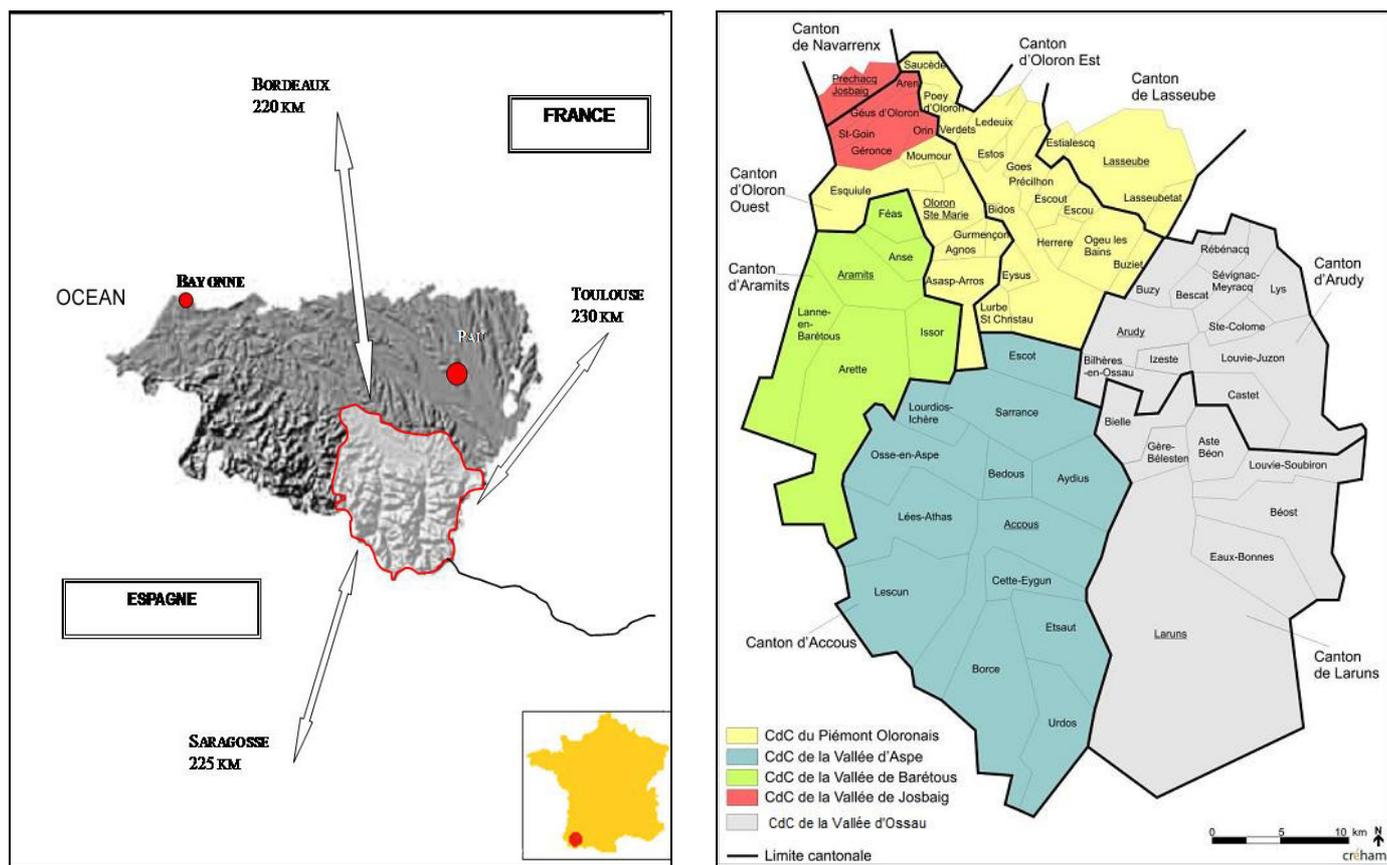


PLFI 2012 – Année 2 Pays d'Oloron Haut Béarn

Avant la lecture de ce document, nous vous conseillons de lire **l'ANNEXE 1** qui vous permettra de comprendre le territoire et les bases du projet PLFI initié depuis 2011.

L'étude du positionnement marketing du territoire est consultable en **ANNEXE 2**.

1) Le territoire Pays d'Oloron Haut Béarn :



2) Stratégie et bases du projet interfilières 2011 – 2013 :

Depuis 2009, les territoires du Pays d'Oloron Haut Béarn ont décidé de marquer davantage leur volonté de mener une politique de développement touristique en s'engageant dans des procédures de « Pôles Touristiques Pyrénéens ». Quatre pôles sont aujourd'hui identifiés sur le territoire du Haut Béarn :

- La Vallée d'Aspe
- La Vallée de Barétous
- La Vallée d'Ossau

- Le Piémont Oloronais : s'inscrit dans une procédure de pôle touristique associé

Sans remettre en cause les instances territoriales actuelles, il a été décidé de mettre en place une coopération entre ces 4 pôles touristiques pyrénéens afin de mutualiser les moyens affectés au tourisme et de contribuer à un développement touristique global. Le syndicat mixte du Pays d'Oloron Haut Béarn a été chargé de coordonner et d'animer cette coopération en développant un programme d'actions mutualisées. Le PLFI fait parti des outils mobilisés et permet ainsi de favoriser la volonté de professionnaliser les acteurs du territoire.

Fort de ces constats, le PLFI 2011-2013 a été axé autour de 3 axes avec l'E-tourisme comme composante transversale :

- **Axe 1. Marketing du territoire**
- **Axe 2. Techniques de vente**
- **Axe 3. Mieux accueillir et informer en langues étrangères**

3) Principaux enseignements depuis le lancement du programme en 2011 :

A ce jour, l'ensemble des modules E-tourisme ont été réalisés. Les retours qualitatifs recueillis ont permis d'établir quelques constats :

Forte participation des acteurs au programme et engouement certain pour appréhender davantage l'univers du web

L'E-tourisme est un univers qui avant d'être investi doit être compris. La plupart des professionnels ont exprimé un avis très positif sur le contenu et le déroulé pédagogique proposés par l'organisme de formation. La grande majorité des participants ont exprimé leur désir de participer aux autres modules qui seront proposés ultérieurement.

Certains ont tout de même mentionnés un problème de disparités importantes entre le niveau des participants.

Il a été préconisé d'établir une évaluation avant le déroulement de la formation pour composer des groupes homogènes.

Souhait d'être accompagné après les actions de formation

La plupart des acteurs ont émis le souhait d'obtenir en quelque sorte un « SAV post-formation » pour pouvoir mettre en application la multitude d'enseignements dispensés. Cela vient conforter la nécessité sur le territoire d'avoir des agents d'offices de tourisme formés à l'animation numérique de territoire*.

Un travail à l'échelle du Pays en lien avec les offices de tourisme sera réalisé en 2012, afin d'établir une véritable stratégie d'accompagnement des prestataires sur le web avec les forces ANT en présence.

* cycle de formation de 10 jours organisé par la MOPA au niveau régional, avec l'appui d'AGEFOS-PME Aquitaine, afin de permettre aux offices de tourisme de se doter de techniques et d'outils pour pouvoir animer des ateliers pratiques, des réunions d'information, de sensibilisation sur des thématiques relatives au web pour le compte des prestataires de leur territoire. Cf. Annexe MOPA référentiel de la formation à l'animation numérique de territoire.



Rappels des actions de formation 2011 initiées sur le territoire (année 1 du PLFI) :

| Territoire | Code PLFI | Intitulé | Nb de j. par gpe | Nb de gpe | Nb de j. total |
|------------------------|-----------|---|------------------|-----------|----------------|
| Pays Oloron Haut Béarn | POHB.1 | Etre plus visible et développer un site internet performant permettant de développer son activité | 4 | 3 | 12 |
| | POHB.2 | Maîtriser les techniques d'accueil (écrit/oral) en espagnol | 3 | 3 | 9 |

4) Souhais pour l'année 2012 :

AXE 1. MARKETING DU TERRITOIRE

Code de l'action : POHB.1

Intitulé : Savoir vendre son territoire pour augmenter son chiffre d'affaires

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module : permettre de revenir sur les fondamentaux du marketing d'accueil et de la démarche commerciale à développer pour une entreprise touristique.

Le travail mené a pour but de construire l'argumentaire commercial touristique du territoire et d'apporter ainsi une réponse adaptée en fonction du profil des clientèles, des conditions climatiques, de la période de séjour dans l'année... Tout ce travail sera mené en s'appuyant sur **l'étude de positionnement marketing du territoire définie en 2010-2011 (cf ANNEXE 2).**

L'enjeu lors de cette formation est d'apporter une réponse très concrète à la question : « comment en tant qu'acteur touristique, j'incite mes clientèles à consommer mon territoire pour les fidéliser et accroître mon chiffre d'affaires ? »

Outre le travail lié à la connaissance de son territoire, l'enjeu sera également de repérer là où trouver une information touristique de qualité et facilement communicable (l'office de tourisme, relais d'information privilégié).

Durée : 3 jours par groupe – 2 groupes

Le cahier des charges complet du module POHB.1 est l'ANNEXE 3 jointe à ce dossier.



AXE 2. E-TOURISME – TECHNIQUES DE VENTE

Rappels importants :

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour touristique. Parmi eux, 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne.

Avec l'émergence de la mobilité, le touriste consulte de plus en plus les informations touristiques directement sur son smartphone. Toutes les prévisions s'accordent sur le fait qu'au premier trimestre 2014, il y aura autant d'ordinateurs que de smartphones dans le monde (1,6 milliard). Ce qui rend, d'autant plus important, le fait de mieux comprendre les enjeux de la mobilité et de la géo-localisation, pour une structure touristique. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Code de l'action : POHB.2

Intitulé : Utiliser les ressources de Google pour optimiser la fréquentation de son site et être visible sur smartphone

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Google est devenu l'outil incontournable à comprendre pour pouvoir être en capacité d'investir le web de façon efficace et visible. Comprendre les enjeux d'y être présent et être en capacité de l'investir est un atout certain pour accroître ses chances d'augmenter son chiffre d'affaires.

Cette formation comporte deux volets importants :

- Les clés du référencement naturel (Google adresse, publier et investir du contenu sur les plateformes 2.0 ex : vidéos, photos, sites d'avis (cf. module POHB.3), et les techniques de rédaction web)
- Les outils Google pour une meilleure efficacité dans son travail quotidien (Google agenda, Google docs, Google alertes, Google analytics)

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

Le cahier des charges complet du module POHB.2 est l'ANNEXE 4 jointe à ce dossier.



Code de l'action : POHB.3

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

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique

Objectifs du module :

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).

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 (notion de e-réputation), l'enjeu est de pouvoir inciter les vacanciers à laisser des commentaires et 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.

L'objectif de cette formation est de fournir les techniques et outils qui permettront aux structures touristiques d'optimiser et de consolider le lien avec les clientèles touristiques. Avoir une véritable démarche commerciale, nourrie par les avis, favorisant le développement de son chiffre d'affaires.

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

Le cahier des charges complet du module POHB.3 est l'ANNEXE 5 jointe à ce dossier.

Code de l'action : POHB.4

Intitulé : Optimiser sa relation clientèle par l'emailing

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Maintenir une relation clientèle efficace via Internet peut se traduire sous diverses formes (campagne emailing, envoi d'une newsletter, recueil d'avis (cf. module POHB.3), stratégie Facebook...)

L'objectif premier de ce module est de renforcer la relation clientèle via l'emailing et de l'inscrire dans son quotidien professionnel. Face à la masse d'informations à laquelle le touriste se confronte dans ses recherches sur le web, il apparaît important de l'accompagner et d'instaurer une relation de confiance et de qualité avec lui avant, pendant et après son séjour.



Les participants seront, après la formation, en mesure de :

- Réaliser des campagnes emailing (prospection/fidélisation) en ayant pris soin de définir le message, la cible et la fréquence
- Traiter les emails dans une approche commerciale
- Organiser et automatiser l'entretien d'un fichier client

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

Le cahier des charges complet du module POHB.4 est l'ANNEXE 6 jointe à ce dossier.

HORS FOND FORMATION PLFI :

Suite aux modules de formation proposés en 2011 sur l'E-tourisme, les professionnels ont souligné l'importance d'être accompagné et aidé face à l'omniprésence du web dans la pratique touristique. Des ateliers web pourront ainsi être proposés en complément par les offices de tourisme en 2012, qui disposent d'animateurs numériques de territoire*.

Pour pouvoir mener à bien cette mission, une nécessaire coordination de l'action ANT à l'échelle Pays a été préconisée.

Ceci fera l'objet d'un travail mené en 2012 entre le Pays et les offices de tourisme pour pouvoir mutualiser et harmoniser la stratégie d'accompagnement des prestataires sur le web avec les forces ANT en présence.

** cycle de formation de 10 jours organisé par la MOPA au niveau régional, avec l'appui d'AGEFOS-PME Aquitaine, afin de permettre aux offices de tourisme de se doter de techniques et d'outils pour pouvoir animer des ateliers pratiques, des réunions d'information, de sensibilisation sur des thématiques relatives au web pour le compte des prestataires de leur territoire. Cf. Annexe MOPA référentiel de la formation à l'animation numérique de territoire.*



5) PLFI POHB 2012 :

| Modules 2012 | NB de groupe et de journée de formation par groupe 2012 |
|--------------|---|
| POHB.1 | 2 groupes 3 journées par groupe |
| POHB.2 | 2 groupes 2 journées par groupe |
| POHB.3 | 2 groupes 2 journées par groupe |
| POHB.4 | 2 groupes 2 journées par groupe |
| TOTAL | 18 journées |

6) Les référents territoire du PLFI :

Laure Noussitou & Laure Dubois

Chargées de mission tourisme

Syndicat mixte du Pays d'Oloron Haut Béarn

13, avenue Sadi Carnot

64400 Oloron-Sainte Marie

Tél: 05 59 39 55 96

laure.noussitou@oloron.hautbearn.fr

