

Programme Local de Formation Interfilières 2013

Entre-deux-Mers Graves Sauternes

ANNEE 3

1) Le territoire Entre-deux-Mers Graves Sauternes :



2) Stratégie et bases du projet interfilières 2011 – 2013

Depuis 2004, les deux territoires Entre-deux-Mers et Graves et Sauternes se sont engagés dans le programme régional Destination Vignobles dont l'objectif est de professionnaliser la filière œnotouristique en Aquitaine. A travers leurs programmes d'actions respectifs, les deux territoires se retrouvent dans un enjeu majeur : **renforcer l'attractivité du territoire par la mise en produit touristique de filières.**

La colonne vertébrale du PLFI a donc été définie autour de **l'agritourisme et la valorisation des circuits courts.** L'objectif affiché par les acteurs au travers de l'outil PLFI : développer l'identité rurale locale, par une meilleure qualification et connaissance de l'offre agritouristique, et ainsi favoriser une consommation touristique de proximité.

L'E-tourisme est la seconde thématique validée sur la durée du programme.

3) Rappels des actions de formation initiées sur le territoire

En 2011 (année 1 du PLFI) :

Territoire	Intitulé	Nb de j. par gpe	Nb de gpe	Nb de j. total
Entre-deux-Mers Graves Sauternes	Vendre son territoire et développer son activité touristique par l'argument «PROXIMITE »	3	3	9
	Maîtriser les techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur la toile Internet	3	4	12

EN 2012 (année 2 du PLFI) :

Territoire	Intitulé	Nb de j. par gpe	Nb de gpe	Nb de j. total
Entre-deux-Mers Graves Sauternes	Les fondamentaux du marketing d'entreprise au sein d'un territoire	2	3	6
	Utiliser les ressources de Google pour optimiser la fréquentation de son site et être visible sur smartphone	2	3	6
	Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffre d'affaires	2	3	6

4) Souhaits pour l'année 2013

MODULE 1

Intitulé : Les fondamentaux du marketing d'entreprise au sein d'un territoire

APPEL D'OFFRE OUVERT

CODE ACTION EDMGS.1

2 journées par groupe. 2 groupes

Public :

Toute structure touristique du territoire (avec une priorité accordée aux structures ayant participé au PLFI 2012 en majorité représentés par des viticulteurs, gîtes et chambres d'hôtes).

Objectif du module :

Pour rappel, ce module a déjà été initié dans le cadre du PLFI 2012. Cette poursuite permettra de mettre en application une démarche de marketing au sein d'une structure touristique.

L'enjeu est de mieux faire comprendre le cycle du voyageur aux participants (attentes et comportements avant, pendant et après le séjour) et de pouvoir ensuite répondre plus efficacement à la question du « comment se vendre ». Le discours du formateur devra être adapté pour des structures de taille modeste et des personnes non initiées au marketing.

Le contenu du module pourra se décliner en plusieurs points :

- Les bases du marketing expliquée de manière simple et rapide : définition de son produit, observation et identification de ses clientèles, rédaction de son argumentaire de vente, intégration des attraits touristiques de son territoire dans sa démarche commerciale
- Les supports pour se vendre
- Les bases de la vente en ligne

Les résultats attendus :

A l'issue de la formation, les stagiaires devront avoir fini de rédiger leur plan marketing. Et ainsi, l'utiliser comme support de travail concret pour leur quotidien professionnel.

Le module 2 du programme de formation sera axé sur la création d'idées week-end et la vente en ligne, il apparaît donc important de créer un lien avec ce module.

La méthodologie pédagogique :

L'organisme de formation devra utiliser des exemples concrets et des cas pratiques afin que les prestataires puissent s'identifier et réadapter ce contenu pour le compte de leur propre structure. Le discours du formateur tiendra compte de la nature du public et de la taille des structures présentes.

Il devra être prévu une alternance entre le temps consacré à la théorie et le temps de mise en pratique.

Les dates de formation seront fixées définitivement avant le 1^{er} novembre 2012 entre les offices de tourisme et l'organisme de formation retenu.

MODULE 2

Intitulé : Techniques de vente par internet à travers la création de weekend d'opportunité

APPEL D'OFFRE OUVERT

CODE ACTION EDMGS.2

2 journées par groupe. 3 groupes

Public :

Toute structure touristique du territoire (avec une priorité accordée aux structures ayant participé au PLFI en 2012)

Les objectifs du module :

A l'instar des sites tels que www.weekendesk.fr, www.weekendo.com, les offices de tourisme souhaitent que les prestataires soient formés sur la vente en ligne en leur faisant prendre conscience que leur territoire touristique est leur premier argument de vente.

Ainsi, il n'est pas question de leur faire créer des produits packagés qu'ils ne pourraient pas commercialiser sans avoir de licence, mais bien de leur faire vendre des nuitées avec un argument de vente vantant un événement en particulier (portes ouvertes viticoles, festivals culturels etc...) ou tout simplement la manne d'activités à laquelle il est possible de s'adonner sur le territoire. La construction de leur argument de vente sera un des points importants de ce module. L'objectif n'étant bien évidemment pas de faire à leur place.

Les sites internet des offices de tourisme locaux où sont relayées ces informations pourront être présentés succinctement à l'occasion du module de formation. Ceci afin d'enclencher chez les prestataires un réflexe de veille sur les animations du territoire.

Ce module fera suite au premier module « agritourisme et marketing » lors duquel, pendant deux années, les professionnels se sont attachés à réaliser un inventaire de l'offre touristique et à élaborer un plan marketing.

Durant ce module seront également appréhendés les différents systèmes de paiement en ligne (carte bleue, paypal etc...).

Les résultats attendus :

A la fin des deux journées de formation, les stagiaires devront être capables de créer une offre thématique durant un weekend.

Cela pourra prendre la forme de la rédaction d'un mail type, ou d'une page dédiée sur le site web des prestataires ou toute autre forme adéquate, avec

l'impératif que sur chaque support il y ait un bouton « acheter » qui renvoie vers un site de vente en ligne ou vers la boîte mail du prestataire.

L'objectif est de « boucler » le cycle de la vente touristique depuis la réalisation d'une offre attractive jusqu'à la finalisation vers l'achat du séjour.

Grâce au cycle de formation « Animation Numérique de Territoire »@, les trois territoires pilotes du PLFI seront en mesure d'apporter un appui sur l'offre disponible, sur la mise à disposition de supports visuels, et sur la vente en ligne.

@Plus d'infos sur la formation :

www.aquitaine-mopa.fr/etourisme/animation-numerique-de-territoire

www.animateurnumeriquedeterritoire.com

La méthode pédagogique :

Ce cycle de formation se devra d'être pratique. Le formateur devra être en mesure de fournir les outils web et d'en expliquer leurs fonctionnalités aux stagiaires.

Les stagiaires devront repartir des deux journées avec des weekends créés et un compte paypal qu'ils pourront diffuser à leurs clients soit par newsletter, soit par une page web soit directement sur les sites de vente dédiés qu'ils pourront modifier aux grés de leurs envies. Le formateur devra également pouvoir accompagner les stagiaires à la rédaction de textes sur les différents sites web de vente en ligne.

Les dates de formation seront fixées avant le 1^{er} novembre 2012 entre les offices de tourisme et l'organisme de formation retenu.

5) Les référents locaux du PLFI

Pour l'office de tourisme de Montesquieu :

Paul Mohrain,

Directeur

3, place Marcel Vayssière 33650 Martillac ☎Tél: 05 56 78 47 72

direction@otmontesquieu.com

&

Marie-Elise Duvernoy,

Chargée de mission agritourisme

agritourisme@tourisme-montesquieu.com

Pour l'office de tourisme du Sauternais, Graves, Pays de Langon :

Denis Dupouy,

Directeur

11, allée Jean Jaurès 33210 Langon Tel : 05 56 63 68 00

direction@sauternais-graves-langon.com

&

Céline Perez,

Adjointe de direction

adjoint-direction@sauternais-graves-langon.com

Pour l'office de tourisme de l'Entre-deux-Mers :

Rémi Planton,

Directeur

4 rue Issartier 33580 Monségur Tel : 05 56 61 82 73

rplanton@entredouxmers.com

&

Emilie Cimolini,

emilie.cimolino@gmail.com