

Cahier des charges Parcours SO MANAGER

Formation

« Stratégie marketing et management de destination »

Code action : FIR.6

Contexte :

Ce module de formation s'adressera en 2015 aux managers d'offices de tourisme d'Aquitaine et des 3 autres régions limitrophes (Limousin, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes).

En effet, depuis 2014, les 4 régions proposent dans le cadre d'un parcours de formation mutualisé intitulé « SO Manager » (Sud Ouest Manager) 8 modules de formation (2 par région) aux managers du Grand Sud Ouest, le tout dans un esprit de mutualisation, de cohérence, et d'échanges inter-régionaux.

Objectif(s) de la formation :

Cette formation aura pour objectif de parfaire sa stratégie marketing de destination non seulement dans un souci de séduction, de satisfaction mais également de fidélisation. Travailler sa stratégie marketing avant, pendant et après séjour à l'échelle de son territoire.

L'enjeu est de partir de la connaissance de ses clientèles, d'analyser son positionnement marketing actuel jusqu'à y inclure la notion de marketing numérique de destination.

Principaux thèmes travaillés lors de ce module de formation :

- Les fondamentaux d'une stratégie marketing de territoire pour un office de tourisme
- Territoire touristique, destination touristique, où suis-je ? où vais-je ? que fais-je ?
- Promotion, communication, numérique : tendances et bonnes pratiques
- Les composantes de la stratégie de promotion et numérique de son territoire touristique ([Plus d'infos...](#))
- Impliquer ses équipes dans la stratégie et savoir la partager
- Impliquer ses équipes et se servir des nouvelles compétences de mes collaborateurs (ex : ANT, Reporter de territoire...)
- Impliquer ses prestataires dans sa stratégie de destination
- Auto-analyse, auto-critique, actions correctrices et marges de progression
- Planification et évaluation
- Présenter sa stratégie devant le groupe

A noter : l'outil SNUT (Stratégie Numérique de Territoire Touristique), développé en Aquitaine et accessible pour tout office de tourisme de France, sera utilisé à l'occasion de cette formation. <http://snut.aquitaine.fr/>

La MOPA sera, à ce titre, associer dans le déroulé pédagogique et co-construira avec l'organisme de formation retenu le phasage de la formation.

Contact : Jean-Baptiste Soubagné. jean-baptiste.soubaigne@aquitaine-mopa.fr

A la fin de la formation : il sera vivement recommandé d'établir avec chaque stagiaire les points clés qu'il aura retenu et la manière dont il établira une restitution auprès de sa structure (direction et collègues).

Pré-requis :

Il sera demandé à tous les participants de compléter le SNUT en amont de la formation.

D'autre part, tous documents propres à la stratégie marketing de la destination seront également demandés avant de participer à la formation.

A l'issue de cette formation, le stagiaire sera en capacité de :

- Remettre à plat sa stratégie marketing
- Définir un profil affiné de sa ou ses couples destination - clientèles
- Délimiter sa stratégie avant (séduction), pendant (consommation), et après (fidélisation) sur son territoire
- Définir, d'après son territoire, sa position géographique et l'imaginaire collectif, sa ou ses destinations
- Argumenter par rapport au plan de promotion élaboré (cf qualité tourisme)
- Décliner la stratégie numérique
- Impliquer ses équipes
- Impliquer ses prestataires
- Evaluer et planifier son plan d'actions
- Présenter et argumenter l'ensemble de sa stratégie et son plan d'actions.

Méthode pédagogique et production des stagiaires :

L'organisme de formation devra alterner les séquences de travail. Varier entre les temps d'apprentissages théoriques, d'échanges et de réflexions collectives, ainsi que de mises en pratique.

L'organisme devra s'assurer de la bonne compréhension du groupe et de l'adhésion du groupe au déroulé proposé.

Il sera vivement recommandé à l'organisme de formation de varier les techniques d'animation et de les présenter dans la proposition écrite (en mentionnant leur objectif pédagogique).

Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clés 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 à la MOPA.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation.

Durée :

4 journées.

Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

1 groupe – 16 personnes max.

Public concerné :

Directeurs et directrices d'offices de tourisme.

Période privilégiée :

A définir.

Lieu(x) :

Bordeaux.

Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références et les formations déjà mises en œuvre ayant une finalité similaire à celle présentée ci-dessus
- ses compétences
- 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
- une proposition de dates pour les journées de formation.

Référent dossier

Fabien Raimbaud, Responsable professionnalisation MOPA

05 57 57 03 89

fabien.raimbaud@aquitaine-mopa.fr

Période proposée, pour un échange, avec tout organisme de formation qui le souhaiterait : du 10 septembre au 26 septembre 2014.