

# PLF DES LANDES D'ARMAGNAC ET DU MARSAN

## *Contenu des modules 2014*

### **4 priorités pour l'année 1 du PLF :**

- Mieux connaître les 2 territoires et analyser les typologies de clientèles
- Optimiser les indicateurs d'activité (*de l'existant à des indicateurs plus performants*)
- Renforcer la relation avec les prestataires
- Etourisme

### **4 modules de formation pour l'année 1 du PLF :**

Ces 4 priorités sont déclinées en 4 modules de formation pour 2014 dont le contenu et les attentes sont ci-dessous :

**Module LAM.1** : Mieux connaître le territoire et analyser les typologies de clientèles afin de créer un argumentaire commercial (3 journées – 1 groupe)

**Module LAM.2** : Développer le travail en partenariat avec les prestataires locaux (2 journées – 1 groupe)

**Module LAM.3** : Mettre en place des indicateurs économiques et savoir les communiquer efficacement (3 journées – 1 groupe)

**Module LAM.4** : Etourisme : Rédiger et gérer les contenus publiés sur les réseaux sociaux (2 journées – 1 groupe)

## **Module LAM.1 : Mieux connaître le territoire et analyser les typologies de clientèles afin de créer un argumentaire commercial**

Idée générale :

Renforcer la connaissance du territoire à l'échelle du Pays du Marsan. Débuter un travail principalement sur l'itinérance et un travail spécifique sur la voie verte.

Objectifs du module :

- Recenser les demandes des clientèles touristiques
- Partager à l'échelle du territoire l'offre touristique et ses points forts
- Travailler sur une déclinaison marketing de l'offre en fonction des demandes clientèles
- Savoir partager ses connaissances et son expertise de la destination

Résultats attendus :

- Devenir un expert de destination
- Être en mesure d'adapter son propos face aux différents profils-clientèles
- Harmoniser l'argumentaire commercial à l'échelle du territoire de projet
- Développer une attitude pro-active auprès des clientèles touristiques

Public :

Salariés des offices de tourisme (conseillers en séjour en priorité)

Travail en amont du formateur :

Recenser ce qui est déjà fait par les OT du territoire

Durée par groupe : 3 journées

Nombre de groupe : 1 groupe

## **Module LAM.2 : Développer le travail en partenariat avec les prestataires locaux**

Idée générale :

Renforcer le travail développé avec les prestataires (OT) (exemple à Mont de Marsan > pack services, comment l'améliorer et surtout le vendre face aux différents profils de prestataires > s'appuyer sur les outils de la campagne MESDT ([www.metteurenscedeterritoire.com](http://www.metteurenscedeterritoire.com)))

Objectifs du module :

- Asseoir le travail avec les prestataires touristiques locaux
- Élaborer/Améliorer le guide des services proposés aux prestataires

Résultats attendus :

- Savoir valoriser l'action de l'institutionnel auprès des prestataires

Public :

Salariés des offices de tourisme (conseillers en séjour en priorité)

Travail en amont du formateur :

Recenser ce qui est déjà fait par les OT du territoire

Durée par groupe : 2 journées

Nombre de groupe : 1 groupe

## **Module LAM.3 : Mettre en place des indicateurs économiques et savoir les communiquer efficacement**

Idée générale :

Permettre de valoriser l'action de l'institutionnel au service du développement économique local.

Contexte :

La mesure est nécessaire pour justifier les choix stratégiques propres à une structure. La course aux chiffres et aux indicateurs est devenue une priorité pour de nombreux offices de tourisme. Mesurer son activité en interne et quantifier le poids économique du tourisme au sein de son territoire revêtent une importance capitale pour appuyer la légitimité de l'institutionnel auprès des acteurs locaux (élus, prestataires). Ce travail aura pour but, dans un second temps, de pouvoir justifier d'actions nouvelles à mener ou à développer.

Le contenu de ce module pourra s'appuyer sur le site [www.metteurenscenedeterritoire.com](http://www.metteurenscenedeterritoire.com) et la boîte à outils MOPA "Indicateurs d'activité" (<http://aquitaine-mopa.fr/professionnalisation/ressources-formations-regionales/indicateurs-d-activite/> ).

Certaines rubriques sur le site "Metteur en scène de territoire" ne sont accessibles qu'avec un mot de passe, la demande d'accès devra être formalisée par mail à l'adresse suivante : [fabien.raimbaud@aquitaine-mopa.fr](mailto:fabien.raimbaud@aquitaine-mopa.fr)

Objectifs du module :

- S'accorder sur la mise en place d'indicateurs dans les équipes
- Mettre en place des procédures pour les tenir à jour et pouvoir les comparer dans le temps
- Développer la capacité d'interprétation et d'analyse des chiffres
- Savoir communiquer efficacement sur ces indicateurs

Résultats attendus :

- Inscrire l'activité de l'office dans un process d'évaluation (cf. Qualité Tourisme)
- Créer un argumentaire chiffré pour valoriser l'action de l'institutionnel dans l'économie touristique locale
- Valoriser l'action de l'institutionnel auprès des 2 cibles (prestataires et élus)

Public :

Salariés des offices de tourisme

Travail en amont du formateur :

Recenser ce qui est déjà fait par les OT du territoire

Durée par groupe : 2 j + 1 j (restitution des productions faites par les participants et actions correctives) = 3 journées. Ce module sera donc prévu en 2 temps sur l'année.

Nombre de groupe : 1 groupe

## **Module LAM.4 : Etourisme : Rédiger et gérer les contenus publiés sur les réseaux sociaux**

Idée générale :

Quel(s) message(s) ? Règles en interne (règles de publication) ? Réactivité qu'est ce que ça suppose ? Comportements nouveaux ? Cadre juridique (ex : publication de photos) ? Gestion de crise, discipline de conduite ? Gérer 1 crise ? Comment se prémunir ?

Objectifs du module :

- Appréhender l'importance des réseaux sociaux dans le tourisme (succinctement)
- Être formé aux techniques de rédaction sur le web
- Adopter des règles de publication internes et de traitement des commentaires / demandes postés en ligne
- Appréhender l'univers juridique de la publication en ligne (de la propriété intellectuelle aux droits à l'image)

Résultats attendus :

- Mettre en place des règles de publication internes
- Améliorer la qualité et l'efficacité des informations publiées et le traitement des commentaires/demandes postés en ligne

Public :

Salariés des offices de tourisme

Travail en amont du formateur :

Recenser ce qui est déjà fait par les OT du territoire et les éventuelles difficultés qui se posent

Durée par groupe : 2 journées

Nombre de groupe : 1 groupe