

Programme local de formation. Val de Garonne	
<i>Maître d'ouvrage</i>	Office de tourisme du Val de Garonne
<i>Référent</i>	Philippe Marmiesse, directeur tourisme@cc-val-de-garonne.fr 05 53 64 69 70
<i>Durée prévisionnelle du programme</i>	2005-2008
<i>Nombre de structures concernées</i>	1 : Office de tourisme Val de Garonne
<i>Nombre de salariés concernés</i>	12 à partir de 2006
<i>Objet du PLF :</i>	L'office de tourisme Val de Garonne est un EPIC né récemment de la structuration touristique de la communauté de communes Val de Garonne. Il regroupe 5 ex OTSI de la zone et s'inscrit comme l'animateur touristique du territoire. Le PLF a pour objet d'adapter les Ressources humaines aux nouveaux enjeux de développement touristique.
<i>Axes de formation retenus sur la durée du programme</i>	Axe 1 : marketing de territoire : mieux connaître et mieux vendre son territoire Axe 2 : techniques d'accueil Axe 3 : langues étrangères Axe 4 : mieux gérer l'information Axe 5 : production/commercialisation

Val de Garonne. Programme année 3. 2008					
Code	Formation	Nombre journées	Nombre stagiaires	Appel offres	organisme de formation
	Axe n° 1				
VG.1	Mieux se connaître et communiquer en interne	1,5	12	Fermé	BDRH
VG.2	Connaissance du territoire Val de Garonne	1	12	Fermé	BDRH
VG.3	Accompagnement à l'utilisation des outils de vente «manuel de vente »	1,5	10	Fermé	BDRH
	Axe n° 2				
VG.4	Montage et mise en marché de produits touristiques réceptifs	3	6	Quvert	
VG.5	Techniques de prospection et de commercialisation	1	6	Quvert	



**Bilan des 9,5 journées
Marketing du territoire
Techniques d'accueil
Techniques de production / commercialisation
Office de Tourisme du Val de Garonne / BDRH Conseils**

11 décembre 2006 – 14 février 2007

Document transmis à Mopa (J Luc Boulin), Val de Garonne (Philippe Marmiesse)
et pour diffusion aux salariés de la structure OT Val de Garonne.

I. Bilan 2007

Rappel des objectifs de l'action :

Marketing de territoire

Poursuivre la connaissance du territoire
Mieux se connaître pour mieux travailler ensemble

Techniques de production / commercialisation

Bâtir le manuel des ventes
Acquérir les techniques de vente

Analyse par objectif :

Marketing de territoire

Poursuivre la connaissance du territoire
Mieux se connaître pour mieux travailler ensemble

Une suite à 2006, pour développer plus encore la capacité à connaître et prescrire son territoire de compétences et les territoires voisins, ce qui facilite la prescription et la pré commercialisation de la destination « Val de Garonne »

Plusieurs ateliers de réflexion sur l'image de la destination et son positionnement permettent d'accroître également le travail de marketing de territoire et de poursuivre le principe de travail collectif, participatif, collaboratif.

Une action sur l'ergonomie des espaces d'accueil a mis en lumière les besoins d'amélioration de l'accueil sur les différents sites réceptifs du Val de Garonne, en analysant in situ les besoins et en apportant des réponses pragmatiques adaptées à chacun des 5 points d'accueil de touristes (Marmande, Tonneins, Pont des Sables, Mas d'Agenais, site de Gens de Garonne), avec fiches action par point.

Une action d'accompagnement en termes de management est prévue au programme afin de présenter les bases du management d'équipe adapté au contexte de l'OT de Val de Garonne, assorti de conseils « adhoc » pour sa mise en œuvre.

Techniques de production / commercialisation

Bâtir le manuel des ventes

Acquérir les techniques de vente

Les fiches produits qui avaient constitué l'amorce de document de vente Val de Garonne en 2006 ont débouché en 2007 sur la création d'un outil complet « manuel des ventes » utilisable par chaque agent version Word sur écran ou version papier, et permettant de pratiques mises à jour pour une exploitation sur mesure.

La formation techniques de vente, pour accompagner le passage du métier d'agent d'accueil vers le métier de conseiller en séjour, a approfondi les fondamentaux de vente en termes de techniques : créer le climat de confiance, sonder les attentes ou le besoin, argumenter, répondre aux objections, conclure.

Quelques témoignages des participants :

Marketing de territoire

Poursuivre la connaissance du territoire

« très important »

« bien mais en restant sur le territoire, avec des visites plus soutenues »

« se concentrer sur les hébergements »

« approfondir le thème des hébergements »

Ergonomie des espaces d'accueil

« on a apprécié les changements au point d'accueil de Tonneins »

« approche extérieure positive »

« on a confirmé qu'on avait pas mal avancé sur notre point d'accueil , cela a permis de vérifier ce qui a été mis en place »

Mieux se connaître pour mieux travailler ensemble

« par rapport à l'année dernière, cette année a été plus facile, car on se connaît plus, l'esprit d'équipe est plus présent »

« les formations permettent de passer du temps ensemble, ça renforce »

« ça m'a fait du bien, depuis la création de l'OTVG je n'avais pas participé au travail en équipe » (personne qui a repris après une période d'arrêt prolongé)

« le séminaire de connaissance de l'équipe, c'est une idée à reconduire »

Techniques de production / commercialisation

Bâtir le manuel des ventes

Acquérir les techniques de vente

« nous sommes nombreux à avoir un caractère pas offensif, pas rentre dedans »

« techniques de vente intéressante, manuel de vente bon concept »

« j'ai appliqué les techniques et je suis surprise d'aller aussi vite »

« avec le complément manuel des ventes, je me sens beaucoup mieux »

En conclusion :

Cette deuxième action de formation a permis de développer le travail et les outils collectifs : connaissance du territoire et des acteurs, création et utilisation d'un outil de vente collectif, rappel des techniques de vente, mise en œuvre d'améliorations en matière d'accueil des visiteurs. Il est proposé de développer ces actions en année 3 en les accompagnant de modules pratiques de mise en marché, tout en maintenant les actions de terrain et la communication à l'échelle du territoire Val de Garonne, notamment autour de produits touristiques réceptifs journée ou court séjour.

II. Projet 2008 :

Nous préconisons de poursuivre en 2008 ces objectifs et ces réalisations en termes :

- de poursuite d'un éducteur hébergements
- de poursuite d'un séminaire de communication Val de Garonne (dans le cadre du programme pluriannuel de formation ou en dehors)
- d'accompagner à l'utilisation des outils de vente Val de Garonne
- d'approfondir les techniques de vente en fonction de situations spécifiques (prospection, démarchage groupes)
- d'acquérir les techniques et méthodes de montage et de mise en marché de produits touristiques réceptifs
- d'accompagner le cas échéant, le management de la structure par une formation à la dynamique d'équipe

III. Modules fermés:

Axe 1: Marketing de territoire (2008)

Les trois modules de formation souhaités en 2008 sont des modules qui seront fermés. En effet, **l'organisme « BDRHConsells » intervenu sur cet axe de formation en 2007 a donné toute satisfaction et serait reconduit.**

Module : Mieux se connaître et mieux communiquer en interne **CODE FORMATION VG.1**

Sous la forme d'une journée et demie sur le territoire ou à proximité, afin de renforcer les liens entre les agents et les projets transverses. L'objectif de cette formation est double : initier une dynamique de travail collective autour d'un thème précis et poursuivre le travail de cohésion d'équipe. Le contenu sera préparé au préalable avec la direction, par exemples sur le thème de la qualité.

Durée:

- **1,5 journée hiver 2008 en début d'année**

Effectif:

- **12 agents (ensemble de l'office de tourisme)**

Module : Connaissance du territoire Val de Garonne **CODE FORMATION VG.2**

L'objectif de ce module sera de poursuivre, sous la forme d'un eductour terrain, le travail de connaissance du territoire lancé depuis le début de programme de formation avec une priorité pour 2008 autour de la connaissance des hébergeurs du territoire. Cette formation viendra appuyer la démarche d'animation et de développement de projets et de partenariats avec les hébergeurs du réseau OTVG (adhérents) souhaitée.

Durée:

- **1 journée printemps 2008 (hors vacances scolaires, entre les vacances d'hiver et le printemps)**

Effectif:

- **12 agents (ensemble de l'office de tourisme)**

**Module: Accompagnement à l'utilisation des outils de vente « manuel de vente » CODE
FORMATION VG.3**

L'objectif de ce module sera consacrée à la préparation d'argumentaires de vente et au rétro-planning de la mise en place des autres argumentaires de ventes, et une partie consacrée à la méthode d'exploitation et de mise à jour du manuel des ventes Val de Garonne.

Durée:

- **1,5 Journée printemps 2008 (hors vacances scolaires, entre les vacances d'hiver et le printemps)**

Effectif:

- **10 agents**

IV. Modules ouverts:

AXE 2: Techniques de production et de vente

**Module: montage et mise en marché de produits touristiques réceptifs CODE
FORMATION VG.4**

Ce module s'inscrit dans la continuité du travail établi depuis deux ans via le programme local de formation. Il s'agit d'utiliser et de valoriser la connaissance des spécificités touristiques du territoire pour pouvoir envisager la constitution d'une gamme de produits à commercialiser. En 2008-2009, il s'agit d'organiser pour la saison une production et de réaliser un premier test sur les marchés cibles.

Finalité de la Formation :

Mettre en marché des produits sur les différents supports et réseaux de distribution pour améliorer les performances de vente de la structure.

Contenu et méthode pédagogique :

La mission consiste à identifier une sélection de produits packagés à commercialiser (individuels ou groupes).

L'analyse marketing pourra s'appuyer sur le travail réalisé lors des modules de formation suivis dans le cadre de l'axe 1 « marketing territorial ».

Une stratégie commerciale est à construire.

La méthode pédagogique est à définir par le cabinet sélectionné.

Thèmes proposés :

- **Quelle stratégie pour quel produit ?**

Analyse marketing.

- **Mieux connaître et travailler ses réseaux**

Identifier les différents réseaux et techniques d'approche.

Évaluation et outil proposé :

Mise en place d'un tableau de bord.

Public concerné : Conseillers en séjour (accueil du public), au moins 1 agent par pôle d'accueil

Durée : 3 journées

Effectif : 6 personnes estimées

Période : printemps 2008, après les vacances de printemps ou entre les vacances d'hiver et de printemps

Lieu : reste à définir

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 envisagée pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global
- 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.

AXE 2: Techniques de production et de vente

Module: techniques de prospection et de commercialisation auprès des groupes **CODE FORMATION VG.5**

Ce module de formation interviendra suite aux journées « montage de produits ». Il s'agira de fournir des outils permettant en fonction de la stratégie de commercialisation souhaitée repérer les marchés cibles et les clientèles souhaitées.

Finalité de la Formation :

Cette formation doit permettre aux personnels d'acquérir des bases de la démarche prospective en

- définissant les cibles produits/marchés
- exploitant les informations recueillies lors des prospections

Contenu et méthode pédagogique :

Le travail réalisé dans ce module doit s'appuyer sur les résultats du module « montage de produits » afin d'établir des relations entre les produits disponibles sur le territoire, les cibles de clientèles.

Thèmes proposés :

- Stratégie commerciale couple marché-produit

Analyse marketing.

- Mieux connaître et travailler la démarche de prospection

Identifier les différents réseaux et techniques d'approche.

- Comment mieux commercialiser un produit sur Internet ?

Techniques pour vente du séjour individuel et groupe sur le net.

Évaluation et outil proposé :

Mise en place d'un tableau de bord.

Public concerné : Commerciaux groupes

Durée : 1 journée

Effectif : 6 personnes estimées

Période : avril ou automne 2008

Lieu : reste à définir

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 envisagée pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global
- 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.