

**CAHIER DES CHARGES - ANNEE 2011**  
**PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES**

**Pays du Grand Bergeracois- réseau Destination Vignobles**

**Axe : E-tourisme**

**PGB.1**

**Module : analyser sa E-réputation et optimiser sa relation clientèle par l'emailing**

**MODULE FERME – ORGANISME RECONDUIT : TOURISTIC**

**1. Contexte :**

Le réseau Destination Vignobles à l'échelle du Pays est animé par l'office de tourisme de Bergerac Pourpre. L'objectif premier de l'animation de ce réseau est d'améliorer la qualité, de tendre vers une satisfaction-client optimale et reconnue.

Dans le cadre du réseau, un site intranet a été créé. Il permet aux membres du réseau de communiquer entre eux, de noter leurs animations... toutefois cet outil reste sous utilisé.

Nous avons pu constater que c'était le cas des outils web en général car les prestataires ne sont pas suffisamment formés et ne maîtrisent pas ou peu l'outil internet et ses applications.

En 2010, 2 journées de formation internet ont été organisées afin de permettre aux prestataires de créer leur propre site internet et de comprendre les attentes des « touristonautes ».

Avec l'émergence du web 2.0 et du développement du M-tourisme (tourisme mobile via smartphones...), le consommateur touristique devient un véritable relais d'information et de promotion d'un territoire, d'une prestation touristique. Bien évidemment cette information/promotion peut s'avérer positive mais aussi négative. Etre vigilant sur les commentaires qui peuvent être publiés sur la toile doit faire partie intégrante du quotidien du professionnel touristique.

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 et donc de sa 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. Comment l'optimiser, établir et/ou consolider un lien avec ses clientèles (page Facebook ? campagnes d'emailing ? Newsletter ? Avec un questionnement transversal : pour qui, pourquoi, comment, à quelle fréquence et surtout pour quel message ?)

**2. Les objectifs de la formation :**

Le but de cette formation est de permettre aux membres du réseau Destination Vignobles de comprendre et d'utiliser pleinement le web et notamment le web 2.0 en l'inscrivant dans leur quotidien de travail.

- Consolider/renforcer sa relation clientèle : s'intéresser au client avant, pendant et après leur séjour
- Connaître et être en capacité d'analyser les avis des utilisateurs : sites de partage, d'avis, communautaires
- Inciter ses clientèles à investir le web 2.0 pour en faire des prescripteurs de sa prestation
- Gérer de façon efficace ses campagnes d'e-mailing (prospection/fidélisation) : pour qui ? pourquoi ? comment ? à quelle fréquence et surtout pour quel message ?

**3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

L'organisme de formation devra privilégier les mises en situation, les applications concrètes des outils présentés pendant les séances. Chaque participant devra mettre en application pendant la formation les outils présentés pour créer son site internet ou le développer.

Attention, le formateur devra utiliser un vocabulaire simple et adapté aux professionnels présents.

**Important : une note rédigée par l'organisme de formation devra être transmise, à la personne référente du territoire de projet, mentionnant les avancées du groupe et les objectifs atteints ou restant à atteindre. Il en va de l'intérêt du projet et de son utilité pour le territoire.**

**4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Meilleure utilisation des outils web pour être plus efficace en terme de fidélisation et prospection de clientèles afin d'améliorer ses ventes.

**5. 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 au référent local du PLF Interfillières.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation. (Pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la MOPA).

**6. Durée :**

2 journées. 1 groupe

**7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

Public concerné : membres du réseau Destination Vignobles (hébergeurs, restaurateurs, vignerons)

Effectif prévisionnel : 15 personnes (1 groupe)

**8. Période :**

Janvier à avril et octobre à décembre 2011

**9. Lieu(x) :**

Bergeracois en fonction du nombre d'ordinateurs disponibles et l'accès internet  
Monbazillac : lycée viticole de Labrie

**10. 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 envisagés 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.**

**CAHIER DES CHARGES - ANNEE 2011  
PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES**

**Pays du Grand Bergeracois- réseau Destination Vignobles**

**Axe : E-tourisme**

**PGB.2**

**Module : techniques de référencement et d'analyse des statistiques de son site**

**MODULE FERME – ORGANISME RECONDUIT : TOURISTIC**

**1. Contexte**

Le réseau Destination Vignobles à l'échelle du Pays est animé par l'office de tourisme de Bergerac Pourpre. L'objectif premier de l'animation de ce réseau est d'améliorer la qualité, de tendre vers une satisfaction-client optimale et reconnue.

Dans le cadre du réseau, un site intranet a été créé. Il permet aux membres du réseau de communiquer entre eux, de noter leurs animations... toutefois cet outil reste sous utilisé.

Nous avons pu constater que c'était le cas des outils web en général car les prestataires ne sont pas suffisamment formés et ne maîtrisent pas ou peu l'outil internet et ses applications.

En 2010, 2 journées de formation internet ont été organisées afin de permettre aux prestataires de créer leur propre site internet et de comprendre les attentes des « touristonautes ».

Nous souhaitons donc poursuivre avec un travail sur le référencement des sites internet.

**2. Les objectifs de la formation**

Le but de cette formation est de permettre aux membres du réseau Destination Vignobles de comprendre et d'utiliser pleinement le web et ses outils afin d'améliorer leur visibilité sur le net : travailler efficacement son référencement.

- un rappel du comportement des « touristonautes »
- fonctionnement de google en matière de référencement des sites,
- rédactionnel d'un site, metatags, mots clés : analyser son site
- obtenir des statistiques de son site et savoir les analyser simplement et rapidement pour agir en conséquence
- campagnes adwords (à faible coût),

L'objectif de ce module est donc de permettre aux prestataires de comprendre la logique de référencement afin d'adapter son site et ainsi d'être présent sur internet.

**3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

L'organisme de formation devra privilégier les mises en situation, les applications concrètes des outils présentés pendant les séances. Chaque participant devra mettre en application pendant la formation les outils présentés pour créer son site internet ou le développer.

Attention, le formateur devra utiliser un vocabulaire simple et adapté aux professionnels présents.

**Important : une note rédigée par l'organisme de formation devra être transmise, à la personne référente du territoire de projet, mentionnant les avancées du groupe et les objectifs atteints ou restant à atteindre. Il en va de l'intérêt du projet et de son utilité pour le territoire.**

**4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Meilleure utilisation des outils web pour être plus efficace en matière de référencement et de fidélisation de la clientèle afin d'améliorer ses ventes.

### **5. 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 au référent local du PLF Interfillières.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation. (Pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la MOPA).

### **6. Durée :**

2 journées. 1 groupe

### **7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

Public concerné : membres du réseau Destination Vignobles (hébergeurs, restaurateurs, vigneron)

Effectif prévisionnel : 15 personnes (1 groupe)

### **8. Période :**

Janvier à avril et octobre à décembre 2011

### **9. Lieu(x) :**

Bergeracois en fonction du nombre d'ordinateurs disponibles et l'accès internet  
Monbazillac : lycée viticole de Labrie

### **10. 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 envisagés 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.**