

ANNEXE 3.
CAHIER DES CHARGES
ANNEE 2012
PROGRAMME LOCAL DE FORMATION

Territoire concerné : Pays Val de Garonne Gascogne

Axe 1 : La qualité, outil de management et de retombées économiques

Module PVGG1 : Savoir vendre son territoire dans sa stratégie « qualité accueil » pour augmenter son chiffre d'affaire

1. Contexte :

La démarche qualité est essentielle pour un territoire, notamment lorsque celui-ci souhaite faire de la qualité des prestations touristiques un atout concurrentiel.

Le Pays Val de Garonne Gascogne l'a bien compris et sait à quel point la qualité, lorsqu'elle est portée à l'échelle d'un territoire, peut être un pivot de développement touristique. C'est pourquoi, il a souhaité se positionner dès 2010 et enclencher une vraie dynamique autour de la qualité. Travailler de façon pragmatique et technique sur l'importance de ce type de management et d'évaluation auprès des acteurs touristiques est un élément clé pour l'avenir de l'économie touristique du territoire.

Le Plan Local de Formation Interfilière est apparu comme un outil adapté pour engager un programme de formation à destination des professionnels et atteindre l'objectif d'un positionnement fort et partagé. Depuis 2010, un réseau d'acteurs d'une vingtaine de personnes s'est constitué et s'implique quotidiennement dans l'amélioration de la qualité du service ou de la prestation.

Les actions de formation menées en 2010 puis en 2011, ont permis d'aboutir à la mise en place :

- d'un comité de pilotage constitué des représentants des deux Offices de Tourisme et des filières professionnelles
- d'une grille d'évaluation qualité du territoire avec la liste des critères et engagements à respecter pour pouvoir entrer dans le réseau (remarque : cette grille tient bien évidemment compte des exigences liées à la démarche « Sourire en Lot-et-Garonne » initiée par le CDT 47)
- d'une charte de réseau permettant d'établir la liste des engagements et règles du jeu à honorer afin d'assurer des services et des prestations de qualité aux touristes en séjour sur le territoire
- d'audits blancs (menés pendant l'été 2011) réalisés d'après les critères de la grille d'évaluation. A l'issue de l'audit, le prestataire a reçu un compte rendu lui expliquant les balises de contrôle validées et celles qu'il lui restera à satisfaire.
- de mesures correctives et d'un guide des bonnes pratiques

Afin de concrétiser ces trois années de travail et terminer le cycle de formation sur la qualité, nous avons choisi de rendre leur « réponse » plus qualitative et de consacrer un module de formation à la **construction d'un argumentaire commercial et touristique**.

2. Les objectifs de la formation :

L'objectif est de remettre le client au cœur du dispositif et de garantir la qualité du conseil. Le prestataire doit être ou devenir prescripteur de son territoire et avoir une réponse à toutes questions touristiques posées. Le travail mené a pour but de construire l'argumentaire commercial touristique du territoire et d'apporter ainsi une réponse adaptée en fonction du profil des clientèles, des conditions climatiques, de la période de séjour dans l'année...

Cette formation comporte quatre volets importants :

- revenir sur les fondamentaux du marketing d'accueil
- développer une démarche commerciale en adéquation avec l'entreprise touristique
- construire un argumentaire en adéquation avec l'offre touristique du territoire
- trouver et dispenser une information touristique de qualité et facilement communicable

L'enjeu lors de cette formation est d'apporter une réponse très concrète à la question : « comment en tant qu'acteur touristique, j'incite mes clientèles à consommer mon territoire pour les fidéliser et accroître mon chiffre d'affaire ? »

3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

Il s'agit d'une formation action pendant laquelle l'approche pédagogique est à privilégier. Le formateur pourra alterner des temps d'apprentissage, des temps d'échanges ou de mise en commun des expériences.

Les mises en situation pourront être utilisées, notamment afin de provoquer une interaction entre stagiaires et leur permettre ainsi de formuler eux-mêmes leurs argumentaires. L'assimilation en sera d'autant plus facile et plus naturelle.

Le formateur devra laisser le temps à chaque participant de mettre en œuvre tout ou partie des recommandations qui lui seront dispensées au cours de la formation.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Consolider la connaissance du territoire
- Développer une identité par une meilleure qualification et connaissance de l'offre territoriale
- Mettre en place une vraie stratégie commerciale
- Favoriser une consommation touristique de proximité
- Fidéliser sa clientèle et séduire des cibles potentielles
- Etre en capacité de comprendre les actions à mener et les moyens d'évaluer leurs retombées

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 PLFI.

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 :

3 journées

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

1 groupe – 20/25 stagiaires

8. Période privilégiée :

Janvier-Février-Mars-Avril / Octobre-Novembre-Décembre

9. Lieu(x) :

Sur le territoire du Pays Val de Garonne Gascogne

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme et de la stratégie commerciale
- 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
- les dates des journées de formation à proposer

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.