



**ANNEXE 5.**  
**CAHIER DES CHARGES – ANNEE 2 / 2012**  
**PROGRAMME LOCAL DE FORMATION**  
**Territoire concerné : Grand Villeneuvois Fumel-Vallée du Lot**

---

**Axe 4. Connaissance et maîtrise des outils du E-tourisme**

**GVFL.4 Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale  
afin d'augmenter sa notoriété et son chiffre d'affaire.**

**CONTEXTE**

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour touristique. Parmi eux, 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne. Face à la masse d'informations à laquelle le touriste se confronte dans ses recherches sur le web, il apparaît important de l'accompagner et d'instaurer une relation de confiance et de qualité avec lui avant, pendant et après son séjour.

A l'heure où exister sur la toile est une nécessité, la présence sur le web des acteurs socioprofessionnels du territoire reste faible et peu harmonisée avec la destination et ses attraits touristiques.

Il est donc indispensable de permettre aux prestataires d'utiliser pleinement le web et notamment d'utiliser ses ressources gratuites pour la gestion et le développement de leurs activités mais aussi pour améliorer leur visibilité et celle du territoire sur le net.

Après une première année de formation qui traitait de manière générale du cycle du voyageur et des principaux enjeux de l'internet d'aujourd'hui et de demain (créer son site internet, le web éditorial, les réseaux sociaux, etc.), la deuxième année permettra aux participants d'appréhender de manière plus détaillée deux sujets essentiels :

- ✓ la gestion de la relation clientèle,
- ✓ les avis clients.

Deux des trois territoires sont d'ores et déjà engagés dans une démarche d'Animation Numérique de Territoire (ANT\*) avec 3 salariés formés ou en cours de formation.

Les chargés de l'Animation Numérique de Territoire des Offices de Tourisme Fumel-Vallée du Lot et du Grand Villeneuvois suivent ainsi les progrès de chaque participant et mettent en place des ateliers individuels ou collectifs au besoin si des écarts de niveau se font sentir.

En 2012, deux types d'ateliers seront d'ores et déjà proposés aux professionnels par les chargés de l'ANT : créer un site Internet gratuit, créer ou réactualiser sa Google adresse.

Le territoire sera ainsi en capacité de pouvoir répondre aux nombreuses sollicitations des professionnels sur Internet. Il est préconisé, à juste titre, que les formations PLFI sur le E-tourisme se fasse avec une présence physique des ANT du territoire. Le « SAV post-formation » pourra ainsi être encore mieux assuré.

*\* cycle de formation de 10 jours organisé par la MOPA au niveau régional, avec l'appui d'AGEFOS-PME Aquitaine, afin de permettre aux offices de tourisme de se doter de techniques et d'outils pour pouvoir animer des ateliers pratiques, des réunions d'information, de sensibilisation sur des thématiques relatives au web pour le compte des prestataires de leur territoire.*

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Parmi les personnes qui consultent les avis d'internautes, 68% d'entre eux leur prêtent une attention particulière. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Avec l'émergence de la contribution des internautes et de la mobilité, le touriste est de plus en plus sensible aux avis postés. Ce réflexe qui accompagne l'acte de consommation, d'achat ne doit pas être subi. Bien au contraire, il apparaît fondamental pour une entreprise touristique d'utiliser les avis et d'en faire une force pour son activité (d'autant que les avis sont source de référencement naturel).

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 (notion de 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. Même les avis négatifs doivent faire l'objet de procédures de traitement spécifique.

L'objectif de cette formation est de :

- fournir les techniques et outils qui permettront aux structures touristiques d'optimiser et de consolider le lien avec les clientèles touristiques,
- avoir une véritable démarche commerciale, nourrie par les avis, favorisant le développement de son chiffre d'affaires.

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 bien gérer la relation clientèle.

Le formateur devra utiliser un vocabulaire simple et adapté aux professionnels présents.

## RESULTATS ATTENDUS / FINALITES DE LA FORMATION

Meilleure utilisation des outils web pour fidéliser sa clientèle et ainsi augmenter son chiffre d'affaires.

Développer les e-compétences des professionnels touristiques dans une logique de réseau.

Meilleure visibilité des destinations.

## EVALUATION ET OUTIL PROPOSE

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.

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.

## DUREE

2 jours par groupe.

## EFFECTIF PREVISIONNEL – NOMBRE DE GROUPES A CONSTITUER

50 personnes soit 4 groupes de 12/13 personnes.

## PERIODE PRIVILEGIEE

Janvier / février / mars / octobre / novembre / décembre

## LIEUX

Territoires des Communautés de Communes Fumel Communauté / Penne d'Agenais / Grand Villeneuvois

## CONTENU DE LA REPONSE ATTENDUE

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. 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.**