

**ANNEXE 6.**  
**CAHIER DES CHARGES**  
**ANNEE 2012**  
**PROGRAMME LOCAL DE FORMATION**

**Territoire concerné : Pays Val de Garonne Gascogne**

**Axe 2 : E Tourisme**

**Module PVGG4 : Optimiser sa relation clientèle par le réseau social Facebook**

**1. Contexte :**

Force est de constater qu'Internet et le numérique prennent une place de plus en plus importante dans le paysage touristique. Les séjours se préparent en amont, les offres sont étudiées et comparées. Internet devient l'outil de préparation incontournable de ses vacances, changeant indéniablement les habitudes de consommation.

Pour continuer d'exister et rester compétitifs, les professionnels du Tourisme se doivent d'être sur la toile et de maîtriser toutes les subtilités du net.

Le Pays Val de Garonne Gascogne est conscient que pour investir efficacement le net et disposer d'outils de qualité, il faut que les professionnels du Tourisme soient formés. C'est pourquoi, il a été programmé, dans le cadre du Plan Local de Formation Interfilière 2011, des journées de formation sur l'e-tourisme. C'est à cette occasion que les professionnels du tourisme ont été sensibilisés à l'utilisation de solutions gratuites et aux réseaux sociaux.

Afin de renforcer les connaissances acquises et faire en sorte qu'ils soient en capacité de maîtriser totalement certains de ces réseaux sociaux, nous avons choisi d'approfondir leur connaissance et de consacrer un module de formation au réseau social **Facebook**.

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

Maintenir une relation clientèle efficace via Internet peut se traduire sous diverses formes : campagne emailing, envoi d'une newsletter, recueil d'avis, stratégie Facebook...

L'objectif premier de ce module est de renforcer la relation clientèle avant, pendant et après le séjour via l'utilisation du premier réseau social mondial Facebook et de l'inscrire dans son quotidien professionnel.

Cette formation comporte cinq volets importants :

- Gérer sa e-réputation
- Maintenir une relation client efficace via le réseau social Facebook
- Faciliter les échanges et le partage d'information sur son activité/sa structure
- Améliorer la qualité et établir une relation de confiance avec ses « amis » ou ses « fans »
- Accroître sa visibilité et ses réservations

L'enjeu majeur sera pour les participants de savoir pourquoi, pour qui et comment investir Facebook dans sa stratégie d'entreprise touristique.

### **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.

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 :**

- Acquérir une culture générale du web
- Améliorer la visibilité de sa structure sur Internet
- Mettre en place une vraie stratégie commerciale en optimisant sa présence sur les réseaux sociaux
- Maximiser l'utilisation des réseaux sociaux dans son quotidien et dans la gestion de son activité professionnelle
- Etre en capacité de comprendre les actions à mener et les moyens d'évaluer leurs retombées
- Fidéliser sa clientèle et séduire des cibles potentielles

### **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 :**

2 journées

### **7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :**

1 groupe – 10/15 stagiaires

### **8. Période privilégiée :**

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

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

Sur le territoire du Pays Val de Garonne Gascogne dans une salle équipée en Wifi.

### **10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme et de l'e-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
- 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.**