

## CAHIER DES CHARGES - ANNEE 2013

### PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Territoire concerné : Pays Val de Garonne-Gascogne



### Axe 2 : E Tourisme

#### Module PVGG3 : Tourisme et mobilité : quels champs du possible ?

##### **1. Contexte :**

En France comme dans le reste du monde, l'engouement pour les smartphones est énorme : plus de 110 millions d'appareils ont été vendus dans le monde au premier semestre 2010 ! Il faut dire que les possibilités qu'offrent ces téléphones sont infinies : consulter ses mails, garder le contact avec tous ses amis Facebook ou followers Twitter, connaître son chemin, prendre des photos et les customiser, réserver un restaurant à la dernière minute...

L'utilisation des « smartphones » entraîne donc de nouveaux comportements et de nouveaux usages qu'il est temps d'appréhender si les structures touristiques ne veulent pas passer à côté de clients potentiels. Une chose est sûre c'est que le téléphone portable devient un « accompagnateur de voyage sur place » dont le taux de transformation peut être relativement important pour une structure touristique.

Mais la sphère du mobile doit être comprise et maîtrisée afin d'être investie de façon efficace et visible. Comprendre les enjeux d'y être présent est un atout certain pour accroître ses chances d'augmenter son chiffre d'affaires. Il est donc indispensable de permettre aux prestataires d'utiliser pleinement les ressources offertes par le smartphone et notamment pour améliorer leur visibilité et celle du territoire.

Au regard des enjeux en matière de Etourisme (compétitivité, concurrence... une offre qui peut être connue du monde entier...), de l'évolution constante des techniques et technologies (web 2.0, Mtourisme), des nouveaux comportements des clientèles mais aussi dans une perspective de développement, il apparaît stratégique et important de consacrer un module de formation sur **l'utilisation des smartphones dans la sphère touristique.**

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

Le développement du mobile dans la société induit de profonds changements pour l'e-tourisme : dès 2014 il y aura plus de personnes connectées à internet avec un mobile qu'avec un ordinateur. De nombreuses questions se posent et notamment, quelles plateformes investir pour apporter les bons services aux bons moments à ces « mobinautes » ? Quelle stratégie adopter pour faire en sorte qu'ils se transforment en client ? L'objectif premier étant, d'une part, de développer une culture générale de cet outil nomade pour l'ensemble des participants, de démystifier le web, de montrer des outils accessibles

à tous... et d'autre part, de les initier et de les accompagner dans la connaissance, l'utilisation au quotidien, la maîtrise, voire la gestion de manière individuelle et collective de cet outil en fonction de leurs niveaux.

Connaître les modes de pratique et les comportements des utilisateurs du mobile :

- Information sur les comportements et attentes des mobinautes.
- L'importance de la smartphonisation : nombre d'utilisateurs, les grandes tendances (Iphone, Android...), l'avenir avec le développement des tablettes
- Eclairage rapide sur le marché : dans la pratique de consommation touristique, comment le touriste investit le mobile avant – pendant et après son séjour ?

Savoir identifier ses propres enjeux marketing et commerciaux pour un professionnel touristique

- Comprendre les différences entre un site Internet mobile et une application
- Découvrir des outils simples pour réaliser soi-même son site internet mobile
- Découvrir les principales applications de géolocalisation (Google Maps, Foursquare...), d'avis clients (TripAdvisor, Dismoiù...), de réseaux sociaux (Facebook, Twitter), de photo (Instagram, RetroCamera...), de comparateur de prix (Trivago...) de réservations de dernières minutes...
- Découvrir les outils du mobile : la réalité augmentée, le QR Code, les communautés de voyages...

### **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 :**

- Meilleure appréhension des outils du web accessible via mobile
- Meilleure maîtrise des outils et des techniques présentés pour chacun des thèmes
- Meilleure utilisation de ces outils dans une logique de visibilité, de lisibilité, de l'offre sur le réseau Internet, voire d'efficacité et d'amélioration des ventes
- Développer les e-compétences des professionnels touristiques dans une logique de réseau

### **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 personnes

**8. Public concerné :**

Toutes structures touristiques

**9. Période privilégiée :**

Février – Mars – Avril – Mai - Septembre – Octobre – Novembre - Décembre

**10. Lieu(x) :**

Sur le territoire du Pays Val de Garonne Gascogne

**11. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme et du etourisme
- 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.**