

# CAHIER DES CHARGES

ANNEE 2014

## PROGRAMME LOCAL DE FORMATION

Territoire concerné : Pays de l'Agenais

**Axe 1 : Mieux appréhender la connaissance des clientèles pour adapter l'argumentaire touristique du territoire**

### **PAG.1 : Elaborer une méthode d'observation commune des clientèles**

#### 1. Contexte :

Le tourisme agenais est aujourd'hui une réalité. Il propose à ses clientèles une offre assez complète : équipements de loisirs structurants, gastronomie, hébergements de charme, offre culturelle riche et diversifiée, patrimoine remarquable, offre d'itinérance particulièrement variée.

Au regard de l'offre touristique sur le territoire, les clientèles apparaissent très diverses. La clientèle du Pays de l'Agenais est autant une clientèle de famille avec des enfants (entre 6 et 14 ans) que des personnes en couple, seules ou venues entre amis. Cette clientèle est centrée en âges (63% entre 35 et 65 ans). Toutefois la population des 25-34 ans représente une part non négligeable (29 %) et ce, quelle que soit la période ou le type de séjour.

On note un niveau de revenus plutôt élevé (32 % de CSP+ ; 15 % de professions intermédiaires et 32 % d'employés / ouvriers.)

La clientèle française est issue de deux grands pôles : l'Aquitaine et le front Ouest de la France 29 % ; Paris et l'Est de la France 36 %. La première s'inscrit plutôt dans une logique de fréquentation à la journée, la deuxième plutôt en séjour.

La clientèle étrangère représente environ 10% des visiteurs de l'Agenais. Elle provient principalement d'Espagne (37%), d'Angleterre (32%) et de Belgique (25%).

L'observation des clientèles par les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives (OTSI) si elle est parfois mise en place n'implique pas toujours une approche marketing. Par ailleurs, les techniques d'observation sont souvent différentes d'un Office de Tourisme à un autre.

**2. Les objectifs de la formation :** construire l'argumentaire commercial touristique du territoire et apporter ainsi une réponse adaptée en fonction du profil des clientèles, des conditions climatiques, de la période de séjour dans l'année, des territoires limitrophes concurrents ...

Les principaux thèmes abordés lors de ce module de formation seront :

- Techniques de segmentation de la clientèle :
  - Connaître et comprendre l'intérêt des techniques de segmentation de la clientèle ;
  - Savoir identifier et définir les segments de clientèle sur le territoire dans une finalité d'orientation marketing ;
  - Connaître l'évolution des clientèles sur le territoire.
  
- Techniques d'observation et de veille de la clientèle ;

➤ **Stratégie de l'accueil en fonction des typologies de clientèles :**

- Les besoins du client (détection des besoins, questionnement, reformulation) ;
- Faire une offre (savoir construire un argumentaire, vérifier l'adéquation besoin/proposition, les produits complémentaires) ;
- Traiter les objections (les différents types d'objection, savoir construire un contre-argumentaire) ;
- Fidéliser un client (évaluer la satisfaction d'un client, le fidéliser, proposer de nouvelles offres).

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

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il apportera une approche des clientèles par la segmentation et l'observation, croisant des données quantitatives et qualitatives. Il pourra s'appuyer sur les outils de veille, notamment via SIRTAQUI (Système d'information régionale touristique d'Aquitaine) et Google analytics.

Il devra être prévu une alternance entre le temps d'apprentissage et le temps de mise en pratique.

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

Ce module de formation a pour finalité :

- d'apporter aux stagiaires une meilleure connaissance et une vision commune et partagée des différents segments de clientèles ;
- d'aller vers une harmonisation de l'observation touristique locale ;
- d'orienter la stratégie de l'accueil en fonction des typologies de clientèles sur le territoire.

Aussi, à l'issue de la formation, les stagiaires devront avoir :

- défini collectivement une série d'indicateurs et de critères pour améliorer l'observation touristique locale ;
- rédigé leur argumentaire touristique commercial commun.

**5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs 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.

**6. Durée :** 3 jours de formation sur 2 périodes (début et fin d'année => production entre les 2)

**7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :** 13 personnes

**8. Période privilégiée :** de janvier à mai et d'octobre à décembre.

**9. Lieu(x) :** Sur le territoire du Pays de l'Agenais

#### **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
- 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.**