

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Pays Adour Landes Océanes

2015

3 modules au total :

Module n°1 :

Redéfinir le positionnement du site www.ecotourisme-pays-alo.com et mettre en avant les idées ballades et les acteurs

- Redéfinir le positionnement du site www.ecotourisme-pays-alo.com avec les acteurs et définir avec eux le qui fait quoi (public, points forts, points faibles, définition du rôle de chacun dans la production de contenu, promotion du site)
- Les idées balades et leur valorisation au travers du site
- Les acteurs : portraits et valorisation au travers du site

Durée : 3 jours par groupe – 1 groupe

Module n°2 :

Etourisme - Comment appréhender la rédaction de son cahier des charges de site internet touristique dans le cadre de la création ou de la refonte de son site ?

- Les points clefs du cahier des charges : Comment bien penser et rédiger le cahier des charges de son site en vue d'un bon référencement
- Quels sont les éléments à ne pas omettre ?
- Quels sont les points de vigilance ?
- Un cahier des charges pertinent et cohérent dans un souci d'efficience, prenant en compte les points suivants :
 - Ergonomie, Navigation, Fonctionnement...
 - Stratégie de contenu : Contenu, référencement, web éditorial et mots clefs : jusqu'où peut-on aller dans la définition du cahier des charges ?
 - Suivi et outils d'analyse statistiques : Conserver la main ? Pourquoi ?
 - L'actualisation et la mise à jour d'un Site : Quand ? Comment ? Pourquoi ? Quels outils et techniques ?
- Rappel sur les techniques de référencement et de web éditorial
- Quel positionnement ? Quelle stratégie éditoriale ?
- Un zoom sur L'importance des mots clefs : Comment connaître et s'entendre sur ses propres mots clefs ? Quels mots clefs utiliser pour optimiser référencement ?
- Les points de vigilance sur Google + local : les nouveautés et changement ?

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

Module n°3 :

Etourisme - La relation client avant, pendant, après séjour : de l'emailing aux sites d'avis

- La relation client par l'emailing avant et après séjour : Comment optimiser cette relation ?
 - Pourquoi ? Quels objectifs ?
 - Comment ? Quand ?

- Avec quel contenu ? Quelle information touristique ? Quels liens intégrés : le site de l'OT, le réseau social, la fiche d'avis ? Quelles retombées ?
 - Comment optimiser et automatiser l'emailing avant et après séjour ? Des emails standardisés et personnalisés ? Pourquoi ? Comment ?
- Les sites d'avis :
- En complément de l'emailing après séjour, comment inciter les clients à poster leur avis ? Comment mobiliser des avis ? Quels outils et bonnes pratiques ? (ex : carte de visite, emailing, QR code, livret d'accueil, questionnaire de satisfaction, signature emailing ?...)
 - Comment générer des flux et du référencement grâce aux avis ?
 - Quelles bonnes pratiques ? Quelles plateformes d'avis ? Comment centraliser, afficher les avis et générer du flux sur son propre site ?
 - La question des réseaux sociaux ?

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

Pour les ateliers numériques de 2015 proposés par le Pays et les offices de tourisme :

Suite aux ateliers sur Google + Local en 2014, les thèmes évoqués ci-dessous devront être échangés lors de notre prochaine réunion avec le groupe de travail ANT :

- Un atelier alliant Tourisme Durable et Etourisme semble se dessiner sur le Seignanx notamment : Ecoleader sur Tripadvisor
- A voir sur les sites d'avis Tripadvisor
- A voir pour une poursuite sur Google + Local
- A voir également suite au PLFi 2014 sur Google analytics : un atelier sur les outils Google (Google analytics)

REFERENT(E) DU TERRITOIRE :

Claire Rouchaléou

Chargée de mission

Tél : [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

claire@pays-adour-landes-oceanes.com

Bureaux et adresse postale :

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des Magnolias

40 230 St Vincent de Tyrosse

Tél: [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

Fax: [05 58 57 41 43](tel:0558574143)

Cahier des Charges PLFI 2015

PALO.1

Code module : PALO.1

Module : Redéfinir le positionnement du site www.ecotourisme-pays-alo.com et mettre en avant les idées ballades et les acteurs

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation

Public : structures touristiques impliquées dans la démarche

Rappel : Ce module s'inscrit en continuité des modules de formation de 2014 en particulier du Module « Animer et consolider la démarche Tourisme durable au travers du site dédié www.ecotourisme-pays-alo.com et d'une offre structurée ».

1. Contexte :

L'enjeu à terme est d'inscrire le « développement durable » dans une logique de positionnement marketing du territoire partagée par tous.

Le Projet de développement touristique du Pays ALO vise à tendre à l'adéquation entre :

- l'image « Nature » de notre territoire
- les pratiques au sein des structures touristiques en lien avec la Charte Tourisme Durable
- et l'offre touristique de notre territoire à proposer et à développer.

Fin 2014, des outils de sensibilisation et de valorisation de la démarche seront mis à disposition des prestataires touristiques impliqués : la charte Tourisme Durable, des affiches, des affichettes, une plaque, un kit écoresponsable au sein des offices de tourisme engagés, le site Internet... Ces outils ont été travaillés dans le cadre de journées de formation-action et de réunions de travail.

L'objectif aujourd'hui est :

- d'asseoir la démarche « Tourisme Durable »
- de finaliser et consolider de manière concrète la stratégie de valorisation et de communication de la démarche tourisme durable autour du site Internet et des supports de valorisation d'une offre Tourisme Durable.

Au travers de ces outils, il s'agit :

- de valoriser et promouvoir la démarche
- de mettre en avant les acteurs, les hommes et les femmes impliqués et engagés dans cette démarche,
- de communiquer sur l'offre touristique participant de la démarche...

Le site Internet (www.ecotourisme-pays-alo.com) a été créé en 2012 et alimenté en contenu en concertation avec les acteurs touristiques volontaires.

Afin d'identifier la perception du Site Internet Tourisme Durable auprès des publics cibles, il sera proposé durant le second semestre de tester ce site via un mini questionnaire adressé auprès des cibles (grand public, touristes, prestataires, partenaires). 3 types de questions seront posés :

- Que signifie ce site pour vous ? Est-ce qu'il vous parle ? Quel est le ou les messages de ce site selon vous ? Quel est l'objectif de ce site selon vous ?
- Est-ce qu'il donne envie ?
- Quels sont les points forts ? Quelles sont les manques ?

Ce questionnaire permettra de vérifier la perception de ce site par les cibles en vue de définir des pistes d'améliorations et de les mettre en place lors de la formation-action.

De plus, cette démarche s'appuie avant tout sur un réseau d'acteurs humains impliqués et qui ont la volonté de partager leurs valeurs et leurs savoir-faire. Il s'agira d'intégrer au sein du site ce volet « humain », de valoriser ces personnes porteurs et acteurs de la démarche. L'objectif est de remettre au centre du projet et des outils « l'humain ».

Ceci rejoint le module d'Ambassadeurs de Tourisme durable organisé fin 2014 et pourrait s'inspirer des expériences de « Greeters ».

2. Les objectifs de la formation :

Concernant le Site Internet www.ecotourisme-pays-alo.com :

Au regard du bilan réalisé via le questionnaire auprès des publics cibles, il s'agira de rediscuter avec le groupe **la stratégie de valorisation et de communication via le site Internet.**

- Mettre en avant les atouts et les contraintes
- Amener le groupe à définir et mettre en place des pistes d'améliorations
- Valoriser et mettre en avant le réseau, sa richesse, et surtout les acteurs et les humains, élément de force et de distinction de la démarche Tourisme Durable en Pays ALO.

L'enjeu est de mettre avant ces hommes et ces femmes qui jouent le jeu et s'engagent activement de manière partenariale.

- Qui sont ces femmes et ces hommes soucieux de leur environnement et du tourisme de demain?
- Leur implication, leurs expériences en matière d'éco gestes et de bonnes pratiques, leurs différences et leur complémentarité dans le cadre d'un réseau... ?
- Comment les mettre en avant? Par quelles techniques? Quelles Méthodes? (photos, vidéos, portrait...?)
- Comment s'organiser ?

L'exemple des Communautés, des Greeters, pourra être un support et une piste de réflexion à mener avec le groupe.

De plus, entre les journées de formation, il serait intéressant d'intégrer une journée de travail commun animé par le référent Pays avec les participants sur la définition et la valorisation effective d'un témoignage sous un support défini, par exemple. Ce travail intercalé entre deux jours de formation permettra en amont de définir avec le formateur la méthode, les objectifs et la technique à utiliser, et en aval de vérifier voire d'adapter ou de corriger l'action commune.

Concernant les Circuits Idées Balades :

Ces circuits sont également téléchargeables sur le site Internet.

Sur la base des travaux menés sur ces circuits et l'offre structurée autour du Tourisme Durable, il s'agira d'accompagner le groupe à intégrer au sein de ces supports la question de la valorisation du réseau et des acteurs. L'objectif est « d'humaniser » ces supports.

Ces circuits, pédestre, cyclo ou auto tour permettent de faire découvrir le temps d'une journée une partie de notre territoire au travers d'une de visites de sites, la pratique d'activités... Depuis 2013, l'objectif est d'orienté progressivement ces circuits construits collectivement avec les offices de tourisme vers le Tourisme Durable (ex : prestations répondants aux critères de la charte, offre touristique liée à la nature, liaisons douces...).

Ces circuits pourraient susciter la rencontre entre touristes et prestataires impliqués dans la démarche tourisme durable. Ces prestataires accueillent, font découvrir leurs sites, leurs activités, et sont en capacité de guider et de faire découvrir le territoire, leur nature, le temps d'un échange autour d'un circuit. En complément, la question de la valorisation et de la promotion de ces circuits via le site Internet ou d'autres outils de visibilité en ligne (ex : Google maps) pourra être posé.

Ainsi, en 2015, il s'agira au travers de cette formation-action de :

- Consolider la stratégie de valorisation et de communication de la démarche
- Consolider le Site Internet et les supports Idées Balades autour du Tourisme Durable
- Intégrer et valoriser l'humain et le réseau au sein de ces outils
- Consolider la stratégie de communication de ces supports : Comment rendre lisible cette offre et ces supports sur Internet ? Quels outils ? Comment ? Pour qui ?... Comment leur donner davantage de visibilité par un meilleur référencement en ligne ?

De plus, ces journées de formation pourront amener à :

- Rappeler le rôle de chacun au sein du groupe dédié au Tourisme Durable et au site
- Harmoniser les procédures et les rythmes de publication
- Valoriser le site auprès des participants et des partenaires (liens entrants, sortants)
- Analyser la fréquentation du Site et améliorer sa présence en ligne : Google Analytics a ainsi été intégré au site. Comment mieux l'utiliser et l'exploiter ?

Les savoir-faire et l'expérience de certaines personnes du groupe pourront devenir des forces pour le projet collectif.

Le travail mené avec le formateur permettra cette année de:

- Recentrer les outils de communication et de valorisation autour de « l'humain », acteur et porteur de la démarche Tourisme Durable
- Asseoir collectivement la stratégie de communication et de promotion
- Développer les connaissances et les techniques en matière de valorisation de témoignages (contenu texte, photos, vidéos)
- Rappeler les techniques de rédaction web et de référencement (ex : mise en ligne de photos, vidéos par exemple...)
- Appréhender plus facilement la prise de vue et la réalisation de courtes vidéos ainsi que leur mise en ligne
- Rappeler le qui fait quoi et les règles du jeu

Une attention particulière sera également apportée pour expliquer aux participants la possibilité d'intégrer certains éléments du site vitrine (photos, vidéos, flux RSS des actualités du réseau...) au sein de leur propre site Internet.

3. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Consolidation de la stratégie de valorisation et de communication autour de la démarche Tourisme Durable
- Développement du Site Internet (contenu, animation, fréquentation...)
- Valorisation du Réseau, des Acteurs et des Humains sur le Site via des portraits, photos,

vidéos...

- Affirmation de l'engagement des participants dans la démarche
- Meilleure utilisation de l'outil Internet afin d'améliorer l'information, la sensibilisation, la communication et la valorisation de la démarche mais surtout des acteurs.
- Valorisation effective de témoignages d'acteurs impliqués sous différentes formes (texte, photos, vidéos).

4. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

L'organisme devra alterner des temps d'apprentissage, des temps d'échanges, de réflexion collective et de mise en pratique. Il devra s'appuyer sur la Charte tourisme durable, mais aussi sur les outils développés dans ce cadre tels que le Site Internet, la Charte graphique, et les supports par exemple des Idées Balades.

L'organisme pourra mettre en place des ateliers pratiques et/ou des groupes de travail thématiques. Il pourra s'appuyer sur des actions collectives ou sur des expériences individuelles menées sur le territoire par des prestataires touristiques (personnes ressources du territoire, témoignages).

S'agissant d'une formation action, chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des applications et des recommandations apportées par le formateur pendant et après la formation.

Aussi, il sera proposé d'organiser une journée de travail effectif autour de la réalisation d'un témoignage et de sa valorisation entre 2 jours de formation-action afin de vérifier les acquis, les capacités de chacun, mais aussi dans un souci de concrétisation et d'efficience de la formation. Cette journée pourra être animée par le référent tourisme du pays.

Cette formation devra aboutir, au travers des travaux collectifs, à la consolidation du Site Internet, à la valorisation des acteurs de la démarche via la mise en ligne de témoignages, à la consolidation et à l'humanisation des supports Idées Balades, et à la validation d'une feuille de route concernant la stratégie de valorisation et de communication.

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. La Charte tourisme durable devra être diffusée et le Site Internet présenté.

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/le Pays 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.

De plus, l'organisme de formation devra réaliser pour chaque participant, en lien avec le Pays Adour Landes Océanes et la MOPA, des attestations de formation en vue de valoriser cette participation pour la structure et le salarié notamment.

6. Durée :

3 journées par groupe.

Et une journée hors PLFI de travail collectif

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

1 groupe. De 15 à 20 personnes maximum par groupe

8. Période privilégiée :

Janvier à avril et octobre à décembre 2014

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi et jeudi

9. Lieu(x) :

Un système de rotation entre les sites de formation est à privilégier dans une logique d'équité, mais aussi de connaissance mutuelle et de réseau, en fonction par exemple des thèmes abordés, et en respectant l'équilibre entre les 4 communautés de communes et la communauté d'agglomération.

10. Contenu de la réponse 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
7. 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.

REFERENT(E) DU TERRITOIRE :

Claire Rouchaléou

Chargée de mission

Tél : [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

claire@pays-adour-landes-oceanes.com

Bureaux et adresse postale :

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des Magnolias

40 230 St Vincent de Tyrosse

Tél: [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

Fax: [05 58 57 41 43](tel:0558574143)

Cahier des Charges PLFI 2015

PALO.2

Code module : PALO.2

Module : Etourisme - Comment appréhender la rédaction de son cahier des charges de site internet touristique dans le cadre de la création ou de la refonte de son site ?

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation

Public : structures touristiques impliquées dans la démarche

Rappel : Ce module s'inscrit en continuité des modules de formation de 2014 et en complément des ateliers numériques mis en place sur le territoire.

1. Contexte :

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour touristique. Parmi eux, 1 sur 3 achètent une prestation en ligne.

Face à ce contexte ou du fait d'exemples de leurs confrères, la majorité des acteurs du tourisme ont compris l'intérêt d'être sur Internet. Ils ont créé et mis en ligne leur site afin de mettre en avant une vitrine de leur offre. Ils ont créé, développé ou refait leur site...

Il est beau, coloré, original...

Mais ... Est-il rentable et efficace ?

Beaucoup d'incompréhensions ou de fausses théories persistent encore sur ce qui concerne le Web.

Créer un site ou refaire son site n'est pas une fin en soi. Il doit s'accompagner dès le départ d'une réflexion et d'une stratégie marketing dont la rédaction du cahier des charges va permettre de formaliser les priorités.

Rédiger un cahier des charges pour créer ou refaire son site semble de plus en plus intégré dans les pratiques des professionnels du tourisme. Cependant, comment s'assurer que ce cahier des charges est pertinent et cohérent, que tous les éléments ont bien été intégrés, que rien n'a été omis... Les objectifs, le public cible, l'arborescence, la charte graphique, l'ergonomie, le contenu... sans oublier les outils de mesure, le référencement...

Comment bien penser et rédiger le cahier des charges de son site Internet en vue d'un bon référencement dès sa mise en ligne est une question récurrente des acteurs du tourisme. En tant que client, jusqu'où puis-je aller dans la commande auprès de mon prestataire ? Quelles sont les points de vigilance ? ...

Cette formation fait réponse à l'état des lieux numériques mené par le Pays en partenariat avec les offices de tourisme en 2012 ainsi qu'aux questionnaires de satisfaction du PLFI 2014 et aux ateliers numériques.

Elle participe d'une démarche de progrès pour l'ensemble des acteurs touristiques, offices de tourisme et prestataires touristiques.

2. Les objectifs de la formation :

Concevoir un cahier des charges de site Internet touristique dans une logique marketing

L'objectif principal de ce module est de permettre aux participants, dans le cadre de la création ou de la refonte de leur site, d'être en capacité de **concevoir le cahier des charges de leur site de manière efficiente et pertinente.**

- Rappel sur les enjeux et l'intérêt d'un cahier des charges de site internet : Pourquoi rédiger ce document ? Quels intérêts ? Quels objectifs ? Quels sont les éléments clefs ?
- Les points clefs du cahier des charges : Comment bien penser et rédiger le cahier des charges de son site en vue d'un site rentable et d'un bon référencement dès sa mise en ligne ?
- Quels sont les points de vigilance ? Quels sont les éléments à ne pas omettre ? Pourquoi ? Comment s'assurer que tous les éléments ont bien été intégrés dans le cahier des charges ?
- Un cahier des charges pertinent, cohérent et efficace ? C'est quoi ?

Les éléments et notions cités ci-dessous devront à minima être abordés lors des journées de formation :

- Positionnement du site, objectifs, cibles...
 - Stratégie SEO
 - Ergonomie, Arborescence, Navigation, Fonctionnement...
 - Graphisme
 - Stratégie éditoriale et Stratégie de contenu :
 - Contenu et référencement,
 - web éditorial et mots clefs,
 - ...
 - Stratégie de Référencement : un rappel sur les techniques de référencement devra être réalisé.
 - Mots clefs : un zoom devra être fait sur l'importance des mots clefs : Comment connaître les mots clefs recherchés sur Internet? Comment s'entendre sur ses propres mots clefs ? Quels mots clefs utilisés pour optimiser son référencement ?
 - Suivi, outils de mesure et outils d'analyse statistiques : Quels enjeux ? Quels intérêts et utilités? Conserver la main ou non ? Pourquoi ? Comment ?
 - L'actualisation et la mise à jour d'un Site : Quand ? Comment ? Pourquoi ? Quels outils et techniques ?
 - Les Réseaux sociaux : Comment les intégrer ou les prendre en compte dans le cadre de la réflexion et de la rédaction du cahier des charges d'un site internet ?
 - Comment intégrer et appréhender la question de la mobilité lors de la rédaction du cahier des charges de son site ?
-
- Jusqu'où peut-on aller dans la définition du cahier des charges, en particulier concernant les points énoncés ci-dessus ?
 - Les bonnes pratiques et astuces
 - Avant, Pendant et Après : Quelle relation entre client et prestataire de site ?
 - Comment vérifier qu'un site est bien fait ? Comment vérifier que le prestataire a bien respecté toutes les préconisations et le cahier des charges ? Si tels n'est pas le cas, comment se retourner ?

Dans le cadre de ce module, il sera également demandé d'aborder les points de vigilance sur Google + local : les nouveautés et changement ?

3. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appréhension des enjeux du « E.tourisme »
- Meilleure appréhension des enjeux de la création et/ou de la refonte d'un site Internet
- Meilleure appréhension d'une stratégie marketing sur Internet
- Meilleure appréhension, appropriation des étapes et de la rédaction d'un cahier des charges de site Internet prenant en compte les différentes dimensions (ergonomie, navigation, contenu, référencement, mesure...)
- Etre en capacité de réaliser un cahier des charges d'un site Internet touristique optimisé et bien référencé
- Meilleure appréhension de la relation entre client et prestataire de site
- Développer les e-compétences des professionnels du tourisme dans une logique de réseau

4. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il devra privilégier une alternance entre des temps d'apprentissage, de mise en situation, de réalisation de cas pratique et d'échanges.

Cette formation devra comporter des exemples concrets et une présentation détaillée des éléments évoqués. Si possible, les apports théoriques et les exercices s'appuieront sur des cas et/ou des exemples proposés par les participants.

S'agissant d'une formation action, chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des applications et des recommandations apportées par le formateur pendant et après la formation. En effet, chaque participant sera face à un ordinateur connecté à Internet pendant la formation.

Le formateur devra utiliser un vocabulaire adapté aux professionnels présents.

De plus, ce module devra prendre en compte les actions et outils développés au niveau du département des Landes et de la région Aquitaine (en particulier SIRTACUI). La mobilité devra être abordée.

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/le Pays 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.

De plus, l'organisme de formation devra réaliser pour chaque participant, en lien avec le Pays Adour Landes Océanes et la MOPA, des attestations de formation en vue de valoriser cette participation pour la structure et le salarié notamment.

6. Durée :

2 journées par groupe.

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

2 groupes. De 10 personnes maximum par groupe

8. Période privilégiée :

Janvier à avril et octobre à décembre 2015

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi (voire 2 journées consécutives)

Attention au jeudi : pas de mise à disposition d'ordinateur portable le jeudi après-midi.

9. Lieu(x) :

Une salle regroupant des postes informatiques connectés (ou des ordinateurs portables) pourra être mise à disposition. Sachant qu'il existe plusieurs salles, un système de rotation entre les sites de formation pourra être privilégié afin de favoriser la participation de tous les intéressés.

10. Contenu de la réponse 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
7. 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.

REFERENT(E) DU TERRITOIRE :

Claire Rouchaléou

Chargée de mission

Tél : [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

claire@pays-adour-landes-oceanes.com

Bureaux et adresse postale :

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des Magnolias

40 230 St Vincent de Tyrosse

Tél: [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

Fax: [05 58 57 41 43](tel:0558574143)

Cahier des Charges PLFI 2015

PALO.3

Code module : PALO.3

Etourisme - La relation client avant, pendant, après séjour : de l'emailing aux sites d'avis

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation

Public : structures touristiques impliquées dans la démarche

Rappel : Ce module s'inscrit en continuité des modules de formation de 2014 et en complément des ateliers numériques mis en place sur le territoire.

1. Contexte :

Désormais préféré au courrier classique, l'email est aujourd'hui complètement entré dans les mœurs et les habitudes des français : plus de 56% des internautes disposent d'une adresse mail, 85% des internautes utilisent leur Webmail pour communiquer, la quasi-totalité des internautes (94% en semaine et 91% le week end) accèdent à leur(s) adresse(s) de messagerie au moins une fois par jour...

D'un point de vue touristique, les avantages de ce canal ne sont plus à démontrer. Devenu incontournable, il régit la plupart des échanges professionnels et est le témoin privilégié de sa relation client. En d'autres termes, l'email est la carte de visite de l'établissement.

Cette « carte de visite » sera d'autant plus optimisée si elle est agrémentée d'avis en particulier positifs de l'établissement.

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour et la majorité d'entre eux consultent les avis des internautes. Parmi les personnes consultant les avis d'internautes, 68% d'entre eux leur prêtent une attention particulière.

Ainsi, l'internaute partage de plus en plus ses vacances et ses commentaires sur des plateformes et sites d'avis. Nous assistons au développement du phénomène de recommandations personnalisées où l'avis d'un ami aura davantage de poids que celui d'un inconnu. Ces avis auront une incidence sur le comportement d'achat ou de réservation.

De plus, les avis sont également un levier dans le cadre du référencement d'un établissement, objectif tant recherché par la majorité.

Cette formation fait réponse à l'état des lieux numériques mené par le Pays en partenariat avec les offices de tourisme en 2012 ainsi qu'aux questionnaires de satisfaction du PLFI 2014 et aux ateliers numériques.

Elle participe d'une démarche de progrès pour l'ensemble des acteurs touristiques, offices de tourisme et prestataires touristiques.

2. Les objectifs de la formation :

Il s'agit par ce module de **renforcer la relation client avant, pendant et après le séjour au travers du mail mais aussi des sites d'avis, et d'inscrire ces actions et outils dans son quotidien professionnel.**

- **La relation client par l'emailing avant, pendant et après séjour : comment l'optimiser ?**

Le courrier électronique est un élément essentiel qui permet de séduire et de rassurer les clients potentiels. Il participe d'une démarche qualité.

Optimiser la gestion des mails mais surtout les concevoir comme des outils stratégiques de la relation client et des actions de marketing direct est l'un des objectifs principaux de ce module. L'e-mail marketing nécessite d'adresser le bon message, au bon moment, à la bonne personne. En respectant cette règle de base, l'email est un canal performant qui offre une relation directe et ciblée avec le client tout en conjuguant puissance et taux de couverture.

- Rappel sur les pratiques et les comportements des utilisateurs du mail
 - Eclairage rapide du marché du mail
 - Cadre légal de la sauvegarde des données personnelles
 - Le mail, un outil de la démarche qualité
- Comment optimiser la relation client par l'emailing avant, pendant et après le séjour ?
 - L'email, un véritable outil de marketing direct ?
 - Pourquoi ? Quels objectifs ?
 - Comment développer et optimiser cet outil ?
 - Avec quel contenu ? Quelle information touristique ? Quelle signature ? Quels liens intégrés : le site de l'Office de Tourisme, le site du prestataire touristique ? Le réseau social ? La fiche d'avis ?
 - Comment traiter et concevoir un email dans une approche commerciale ?
 - Comment optimiser et automatiser l'emailing avant et après séjour ? Des emails standardisés et personnalisés ? Pourquoi ? Comment ?
 - Quelles retombées ? Comment les mesurer ? les analyser ?

- **La relation client après séjour via les sites d'avis: comment l'optimiser ?**

- Rappel sur les enjeux des sites d'avis
- En complément de l'emailing après séjour, comment inciter les clients à poster leur avis ? Comment mobiliser des avis ?
- Quels outils ? Quelles bonnes pratiques ? (ex : carte de visite, emailing, QR code, livret d'accueil, questionnaire de satisfaction, signature emailing ?...)
- Comment générer des flux et du référencement grâce aux avis ? Comment centraliser ou afficher les avis et générer du flux sur son propre site ?
- Quelles bonnes pratiques ? Quelles plateformes d'avis ?
- Les réseaux sociaux dans le cadre de la relation client ? Quels objectifs ? Quelles retombées ? Comment ?

3. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appréhension des enjeux du « E.tourisme », de l'importance de l'emailing et des avis

- Meilleure appréhension d'une stratégie marketing sur Internet et de la relation client par l'email et les sites d'avis
- Etre en capacité de gérer les emails et les sites d'avis dans une logique commerciale et marketing (message, cible, contenu, fréquence, campagne d'emailing...)
- Développer les e-compétences des professionnels du tourisme dans une logique de réseau
- Etre en capacité de mettre en place des actions marketing via l'email et les sites d'avis et d'en mesurer les retombées.

4. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il devra privilégier une alternance entre des temps d'apprentissage, de mise en situation, de réalisation de cas pratiques et d'échanges.

Cette formation devra comporter des exemples concrets et une présentation détaillée des éléments évoqués. Si possible, les apports théoriques et les exercices s'appuieront sur des cas et/ou des exemples proposés par les participants.

S'agissant d'une formation action, chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des applications et des recommandations apportées par le formateur pendant et après la formation. En effet, chaque participant sera face à un ordinateur connecté à Internet pendant la formation.

Le formateur devra utiliser un vocabulaire adapté aux professionnels présents.

De plus, ce module devra prendre en compte les actions et outils développés au niveau du département des Landes et de la région Aquitaine (en particulier SIRTAQUI). La mobilité devra être abordée.

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/le Pays 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.

De plus, l'organisme de formation devra réaliser pour chaque participant, en lien avec le Pays Adour Landes Océanes et la MOPA, des attestations de formation en vue de valoriser cette participation pour la structure et le salarié notamment.

6. Durée :

2 journées par groupe.

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

2 groupes. De 10 personnes maximum par groupe

8. Période privilégiée :

Janvier à avril et octobre à décembre 2015

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi (voire 2 journées consécutives)

Attention au jeudi : pas de mise à disposition d'ordinateur portable le jeudi après-midi.

9. Lieu(x) :

Une salle regroupant des postes informatiques connectés (ou des ordinateurs portables) pourra être mise à disposition. Sachant qu'il existe plusieurs salles, un système de rotation entre les sites de formation pourra être privilégié afin de favoriser la participation de tous les intéressés.

10. Contenu de la réponse 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
7. 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.

REFERENT(E) DU TERRITOIRE :

Claire Rouchaléou

Chargée de mission

Tél : [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

claire@pays-adour-landes-oceanes.com

Bureaux et adresse postale :

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des Magnolias

40 230 St Vincent de Tyrosse

Tél: [05 58 57 41 44](tel:0558574144)

Fax: [05 58 57 41 43](tel:0558574143)

