

CAHIER DES CHARGES - ANNEE 2015

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Territoire concerné : Pays Val de Garonne-Guyenne-Gascogne-Guyenne



Axe 2 : E Tourisme

Module PVGGG.2 : Savoir utiliser les réseaux sociaux dans sa pratique professionnelle pour fidéliser et capter de nouvelles clientèles

Contexte :

Internet est devenu un outil de communication incontournable. Mais le web doit être compris et maîtriser afin d'être investi 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 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.

Disposer d'un site Internet lisible, visible, attractif, en lien avec d'autres partenaires... est un des fondamentaux de la communication et de la promotion touristique. Toutefois, l'enjeu également pour un professionnel touristique est de savoir investir les plateformes de contenu consultées par de nombreux internautes (touristonautes et mobinautes) pour générer en retour des flux sur son propre site.

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 (8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour et 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne...), mais aussi dans une perspective de développement, il apparaît stratégique et important de consacrer un module de formation sur **Internet et les réseaux sociaux**.

Objectifs de la formation :

A l'heure où exister sur la toile est une nécessité, la présence sur le web des acteurs socioprofessionnels reste faible et peu harmonisée avec la destination et ses attraits touristiques. L'objectif premier étant, d'une part, de développer une culture générale de cette vitrine virtuelle 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.

Principaux thèmes travaillés lors de ce module de formation :

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

- Information sur les comportements et attentes des touristonautes et mobinautes.
- Eclairage rapide sur le marché : dans la pratique de consommation touristique, comment le touriste investit le web avant, pendant et après son séjour
- Démystification et vulgarisation du vocabulaire dans cet univers : web 2.0, M-tourisme, plateformes collaboratives, réseaux sociaux, flux Rss,...

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

- Comprendre les enjeux du web 2.0 pour son entreprise touristique au sein d'un territoire
- Savoir occuper les réseaux sociaux : développer une veille, adopter une stratégie en tant que professionnel touristique.
- Connaître les techniques pour investir les plateformes de contenus en ligne (photos, vidéos...).
- Connaître et comprendre l'importance d'investir les outils en ligne existants : annuaires en ligne, sites d'avis...

A l'issue de cette formation, le stagiaire sera en capacité de :

- Comprendre les enjeux d'investir le web en tant que professionnel du tourisme
- Comprendre les comportements clientèles
- Comprendre l'intérêt de valoriser son entreprise/activité par l'argument territoire
- Savoir occuper les réseaux sociaux de manière efficace en tenant compte de ses moyens humains et financiers et des objectifs que l'on se fixe
- Savoir investir techniquement les plateformes de contenus en ligne
- Développer son esprit de veille.

Résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appréhension des outils du web
- Meilleure maîtrise des outils et des techniques présentés pour chacun des thèmes
- Amélioration de la qualité des sites Internet actuels
- 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.

Méthode pédagogique et production des stagiaires :

L'organisme de formation devra alterner les séquences de travail. Varier entre les temps d'apprentissages théoriques, d'échanges et de réflexions collectives, ainsi que de mises en pratique.

L'organisme devra s'assurer de la bonne compréhension du groupe et de l'adhésion du groupe au déroulé proposé.

Il sera vivement recommandé à l'organisme de formation de varier les techniques d'animation et de les présenter dans la proposition écrite (en mentionnant leur objectif pédagogique).

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.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA ou le référent local 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.

Durée :

2 journées

Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

1 groupe – 10 personnes

Public concerné :

Toutes structures touristiques.

Période privilégiée :

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

Lieu(x) :

Sur le territoire du Pays Val de Garonne Guyenne Gascogne.

Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références et les formations déjà mises en œuvre ayant une finalité similaire à celle présentée ci-dessus
- ses compétences
- 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
- une proposition de dates pour les journées de formation.

Le référent territoire du PLFI :

Marion OUDENOT-PITON

Chargée de développement touristique

Office de tourisme du Val de Garonne

11, rue Toupinerie – BP 305

47213 Marmande Cedex

Tél: 05 53 64 24 01

developpement@valdegaronne.com