

CAHIER DES CHARGES - ANNEE 2014

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Territoire concerné : Pays Val de Garonne-Gascogne



Axe 2 : E Tourisme

Module PVGG2 : Développer ma présence sur Internet et les réseaux sociaux

1. Contexte :

Internet est devenu un outil de communication incontournable. Mais le web doit être compris et maîtrisé 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**.

2. Les 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.

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...

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
- 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

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 avec une préférence pour la filière agritouristique

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.