

CAHIER DES CHARGES

ANNEE 2014

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Pays Adour Landes Océanes

Axe 1 : Le Tourisme Durable positionnement marketing du territoire

Module 1 (PALO.1) : Animer et consolider la démarche de tourisme durable au travers d'un réseau d'ambassadeurs

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation

Public : structures touristiques ayant suivi le cycle de 2012, les référents et animateurs de la démarche, en particulier les Offices de Tourisme, les Communautés de Communes ayant la compétence et les prestataires touristiques impliqués.

Rappel : ce module s'inscrit dans la continuité du module de formation de référents locaux en 2012 et d'Ambassadeurs de la démarche en 2013.

1. Contexte :

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

De 2011 à 2013, la formation a permis particulièrement :

- de s'entendre sur **une charte tourisme durable** (avec engagements à court, moyen, long terme) intéressant tous les acteurs touristiques quel que soit leur nature, leur type ou leur statut.
- de définir collectivement et de valider un cahier des charges en vue de réaliser pour fin 2013 **une charte graphique, un logo et un slogan représentatifs** du positionnement choisi, accompagné de **différents supports** autour d'un message et d'un affichage commun, étape indispensable dans la construction et le développement d'une identité territoriale « Tourisme Durable ».
- de réfléchir sur l'organisation, la méthode d'animation et sa déclinaison. Aussi, il a été convenu de s'appuyer sur les Offices de Tourisme du territoire, relais et référents de la démarche auprès des prestataires touristiques et de les doter ainsi **d'outils d'animation tels qu'un Kit écoresponsable.**
- de définir au cours des différents thèmes abordés, le contenu d'outils d'information, de sensibilisation et de valorisation de la démarche (exemple : fiche générale sur la démarche tourisme durable, fiches techniques sur la connaissance des milieux, fiches thématiques sur les bonnes pratiques à destination des professionnels et des clientèles, guide sur l'organisation de manifestation écoresponsable...etc.)
- de créer **un Site Internet** contribuant à faire vivre, animer, valoriser et communiquer sur la démarche et le réseau, mais aussi de s'accorder sur l'animation de cet outil via un Groupe d'acteurs impliqués.

La démarche d'Ecotourisme/Tourisme Durable sur un territoire ne peut se diffuser, se développer et se pérenniser qu'au travers d'une animation efficace et coordonnée du réseau.

Ainsi, deux modules ont été organisés:

- en 2012 : Formation de référents locaux : techniques d'animation de la démarche éco-tourisme/tourisme durable au sein du territoire
- en 2013 : Etre Ambassadeur de la démarche « Tourisme Durable »

Cette quatrième année dans le cadre du PLFI est une année de transition. Elle doit permettre de consolider le Réseau des Ambassadeurs, de conforter la démarche d'animation, et d'assurer ainsi son développement et surtout sa pérennisation sur le territoire.

2. Les objectifs de la formation :

Consolider et Pérenniser le Réseau d'Ambassadeurs de la démarche « Tourisme Durable »

Au-delà de « donner du sens et de la valeur » (ou de les rappeler), l'objectif en 2014 de ce module est de « faire vivre » la démarche et l'identité « Tourisme Durable » de manière pérenne, en liant :

- le réseau des acteurs, Référents et/ou Ambassadeurs déjà formés les années précédentes,
- le discours et les messages en fonction des publics,
- les outils développés en particulier la Charte Tourisme Durable, les éléments déclinés via la Charte graphique, le kit écoresponsable, les supports d'informations et de valorisation, mais également le Site Internet qui se veut le centre « ressources de la démarche ».

Ce module doit permettre aux participants d'être en capacité :

- de lier le discours et les outils en fonction des publics intéressés,
- d'assurer le développement et la pérennité de l'animation et du réseau autour du Tourisme Durable, en fonction de leurs compétences, de leurs activités, et de leur territoire d'intervention.

Sur la base d'un bilan (Atouts, Contraintes, Carences et Pistes d'améliorations) du module « Ambassadeur de la démarche » organisé fin 2013, il s'agira d'aborder les questions suivantes :

- **Comment animer et dynamiser son territoire et les prestataires autour de cette démarche ?** Quel est mon rôle au sein de cette dynamique du territoire et d'un réseau ?
- **Comment être Ambassadeur, à son échelle, auprès des partenaires, des clientèles touristiques, de la démarche Tourisme Durable ?**
- **En tant qu'Ambassadeur de la démarche, quels argumentaires pour quels publics ?**
 - o **Comment mieux sensibiliser et communiquer auprès de mes partenaires, de mes adhérents, de mes clientèles ?**
 - Quels sont les arguments à mettre en avant ?
 - Quels sont les outils à ma disposition ? Comment les utiliser de manière pertinente, cohérente ?
 - o **Quels discours ? Pour qui ? Pourquoi ? Comment ? Avec quels outils ?**
 - Comment traduire cette démarche par des mots simples et des arguments pertinents et percutants, adaptés aux publics intéressés ?
 - Comment donner du sens à cette démarche auprès des publics ?
 - Quels outils utilisés ou diffusés selon les publics ?
 - Comment devenir prescripteur ? Quels outils ? Quelles méthodes ?
- **Comment développer et pérenniser le Réseau d'Ambassadeur de la Démarche Tourisme Durable ?**
 - o Quel cadre ? Quels objectifs ? Quelle animation ? Quels outils ?...
 - o Comment « faire vivre » ce Réseau d'Ambassadeurs ?
 - o **Quelle feuille de route ?**
 - o **Quels objectifs en tant qu'Ambassadeur ? Quels objectifs du Réseau ?**

- **Comment poursuivre dans le temps mon et notre travail d'animation de la démarche ?**
- Vers la valorisation et la reconnaissance de ce réseau et de ces Ambassadeurs du territoire...

Le Groupe pourra être amené à définir une feuille de route et des objectifs en vue de développer et pérenniser le Réseau.

Ce module devra s'appuyer sur les outils définis et concrétisés les années précédentes.

3. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Appropriation de la démarche « Tourisme Durable », et d'une culture commune
- Meilleure compréhension, transmission et valorisation de l'esprit, du sens, des valeurs de cette démarche autour du Tourisme Durable
- Acquisition, mise en place d'outils et de méthodes communes de sensibilisation, de communication, d'animation autour de cette démarche du Tourisme Durable
- Des Ambassadeurs de la démarche Tourisme Durable sur le territoire formés, fédérés et surtout organisés et structurés
- Consolidation et développement du Réseau d'Ambassadeurs de la Démarche Tourisme Durable
- Développement de l'animation locale de la démarche auprès des acteurs du tourisme et des clientèles
- Définition d'une Feuille de Route du Réseau des Ambassadeurs du Tourisme Durable

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 définis et développés dans ce cadre tels que le Site Internet, le kit écoresponsable...

L'organisme pourra mettre en place, par exemple, des ateliers pratiques et/ou des groupes de travail thématiques. Il pourra également s'appuyer sur l'action collective engagée à l'échelle de la Communauté de communes du Seignaux 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.

Cette formation devra aboutir, au travers des travaux collectifs développés, à l'organisation du Réseau des Ambassadeurs de la démarche, à la définition d'une feuille de route, d'objectifs, d'une méthode voire d'outils communs et partagés.

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.

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.

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.

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 2013

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.

Module 2 (PALO.2) : Animer et consolider la démarche de tourisme durable au travers le site Internet dédié et d'une offre structurée (<http://www.ecotourisme-pays-alo.com>)

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation

Public : structures touristiques

Rappel : Ce module s'inscrit en continuité des modules de formation de 2013 en particulier des Modules suivants :

- Poursuivre la mise en place d'outils favorisant l'appropriation, la valorisation, et le déploiement de la démarche « Tourisme durable »
- Mettre en scène le positionnement touristique de la démarche « Tourisme Durable » au travers d'une Offre structurée
- Définition et mise en œuvre d'une stratégie en ligne (Internet) pour valoriser la démarche « Tourisme Durable » : Création d'un Site Internet, définition de l'arborescence, de son contenu et d'une organisation quant à l'animation de ce site.

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 environnementale autour du Tourisme Durable
- Et l'offre touristique de notre territoire à proposer et à développer

L'objectif aujourd'hui est de mettre en scène le positionnement touristique autour du « Tourisme Durable » sur le territoire au travers d'une Offre structurée, qualifiée, déclinée et diffusée.

Il s'agit de rendre lisible, visible, compréhensible et accessible cette démarche auprès des acteurs locaux, mais aussi et surtout auprès des clientèles touristiques.

Dans la continuité des actions de formation et des outils développés de 2011 et 2013 (Charte environnementale, Charte graphique, logo et slogan, déclinaison via des supports...), et pour asseoir la démarche « Tourisme Durable », il apparaît important en 2014 de consolider et finaliser de manière concrète la stratégie de valorisation et de communication de la démarche tourisme durable autour :

- Du Site Internet Ecotourisme visant à valoriser et promouvoir la démarche, les acteurs, les personnes et structures impliquées, et l'offre touristiques participant de la démarche
- D'une offre touristique structurée et « chartée Tourisme Durable » en tant que produit d'appel, produit représentatif et mettant en scène la démarche, ses valeurs, ses acteurs et leurs points communs.

La construction de cette offre conditionne le développement de la dynamique sur le territoire, sa crédibilité, sa connaissance voire sa reconnaissance. Elle participe, en lien avec l'animation locale, du développement et de la pérennité du réseau et de la démarche.

L'ensemble des partenaires intéressés et associés autour de cette structuration devront s'inscrire dans le cadre du positionnement touristique et répondre à la Charte environnementale.

2. Les objectifs de la formation :

Cette formation a pour objectif de :

- Conforter l'image « Nature » du territoire Adour Landes Océanes auprès des clientèles et des partenaires
- Consolider avec le groupe la stratégie de valorisation et de communication autour du Site Internet et de l'offre touristique
- Aboutir à une lisibilité de l'offre, favoriser le renvoi des clientèles et les partenariats entre les partenaires.

A partir d'un bilan (Atouts, Contraintes, Carences et Pistes d'améliorations) sur les travaux réalisés autour du Site Internet (créé via l'outil Jimdo Pro en 2013) et la création d'une Offre structurée dans le cadre des Modules de formation de 2013 il s'agira d'amener le groupe :

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

Rappeler les objectifs du Site Internet et les outils de travail mis en place :

- Pourquoi ? Quels objectifs ? Quelles sont les forces et les éléments différenciateurs de la démarche ? Pour qui ? Quels messages ?
- Les outils communs : la Charte éditoriale, le Workflow c'est-à-dire la répartition et le calendrier des tâches et missions de chacun, l'outil dropbox, centre de ressources et de partage de documents.

Dans ce cadre, il s'agira d'un simple rappel étant donné que ces éléments ont été abordés et validés en 2012. L'organisme pourra s'appuyer sur le Référent tourisme au sein du Pays pour ce rappel.

Au regard du bilan réalisé :

- Mettre en avant les atouts et contraintes et amener le groupe à définir et mettre en place des pistes d'améliorations
- Rappeler et/ou redéfinir le rôle de chacun au sein du groupe et dans le cadre des groupes-référents mis en place à savoir :
 - Administratif / gestion du projet
 - Rédaction
 - Recherche de contenu
 - Mise en ligne
 - Référencement naturel
 - Netlinking
 - Audience
 - Réalisation photo
 - Réalisation vidéo
- Harmoniser les procédures et les rythmes de publication
- 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: leur implication, leur expériences en matière d'éco gestes et de bonnes pratiques, leur différence et leur complémentarité dans le cadre d'un réseau... Comment? Par quelles techniques? Quelles Méthodes? (photos, vidéos, portrait...?) L'exemple des Communautés, des Greeters, pourra être un support et une piste de réflexion à mener avec le groupe.
- Valoriser le site auprès des participants et des partenaires (liens entrants, sortants...)
- Analyser la fréquentation du Site et améliorer sa présence en ligne : Quel outil intégrer ? Comment l'intégrer, l'utiliser et l'exploiter de manière simple et efficace ?

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 rappeler le qui fait quoi et les règles du jeu
- de rappeler les techniques de rédaction sur le web et de référencement (lors de la mise en ligne de photos, vidéos par exemple...)
- de développer et conforter les connaissances et les techniques en matière de photos voire de vidéos
- d'appréhender plus facilement la prise de vue et la réalisation de courtes vidéos ainsi que leur mise en ligne
- d'être en capacité d'améliorer sa présence en ligne sur la base d'une analyse simple et efficace des statistiques du Site.

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.

Concernant le volet production principalement la conception d'une offre touristique structurée et « chartée Tourisme Durable» en tant que produit d'appel :

Sur la base des supports existants, en particulier les circuits Idées Balades initiés depuis 2009 à l'échelle du Pays ALO en partenariat avec les offices de tourisme, il s'agira d'amener le groupe :

- par le rappel des éléments fondamentaux d'une démarche marketing,
- **à la conception d'un circuit (ou produit) autour du Tourisme Durable sur le territoire.** L'objectif n'est pas de recréer une offre, mais d'assembler les offres complémentaires existantes, répondant à l'esprit et aux valeurs de la démarche sur la base de la Charte tourisme durable en vue de proposer, valoriser puis promouvoir un ou plusieurs produits d'appel. (ex : Circuits permettant de valoriser les acteurs investis, proposer une offre complète et qualifiée (« chartée ») « Tourisme durable » aux clientèles...)
- **à sa valorisation et diffusion auprès des partenaires touristiques (publics et privés) :** Pourquoi ? Comment ? Quels partenariats ? Quelle méthode ? Comment mieux diffuser l'Offre ? Il conviendra de prendre en compte les démarches ou outils développés permettant de favoriser cette diffusion auprès de relais.
- **à sa communication et promotion auprès des clientèles :** Comment rendre lisible cette offre ? Quels outils ? Quels supports ? Pour qui ? (en lien également avec le Site Internet dédié)

Des systèmes de recommandation entre structures adhérentes à la démarche seront travaillés et mis en place pour faciliter les flux sur le territoire.

Il conviendra également de prendre en compte les démarches existantes dans lequel ce travail pourra s'inscrire à terme, tel que le Club Tourisme de Nature animé par le CDT des Landes.

3. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Développement et 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 (Site Internet et construction d'une offre) autour d'une méthode partagée
- Meilleure utilisation de l'outil Internet afin d'améliorer l'information, la sensibilisation, la communication et la valorisation de cette démarche Tourisme durable.

- Meilleure connaissance des offres touristiques pouvant s'inscrire dans la démarche « Tourisme Durable » et du positionnement « Tourisme de Nature »
- Meilleure appropriation des canaux de diffusion et de communication
- Intégration des structures participantes dans une dynamique collective autour de la structuration d'une Offre en lien avec le positionnement
- Acquisition, mise en place d'outils et de méthodes communes de conception et d'animation d'une offre touristique structurée et qualifiée
- Mise en place effective d'une ou d'offres touristiques structurées, qualifiées et chartées (ex : circuits, produits...)
- Consolidation et développement du réseau d'acteurs autour de cette dynamique

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 autour des Idées Balades.

L'organisme pourra mettre en place, par exemple, des ateliers pratiques et/ou des groupes de travail thématiques. Il pourra également 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.

Cette formation devra aboutir, au travers des travaux collectifs développés, à la validation d'une feuille de route concernant la stratégie de valorisation et de communication (objectifs, méthode, calendrier ...), à la consolidation du Site Internet, à la conception à minima d'une offre touristique « Tourisme Durable » sur la base de support existant.

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 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 à 4 journées par groupe.

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.

Module 3 (PALO.3) : Etourisme : Techniques de rédaction web et bases du storytelling

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique

Sollicitation de la présence des ANT du territoire (à minima un ANT)

1. Contexte :

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

Les textes sont essentiels sur le Web, non seulement car ils sont lus par les internautes mais aussi par les moteurs de recherche. Disposer de contenus pertinents et cohérents, régulièrement actualisés avec les bons mots clefs, permet non seulement d'être plus visible sur le Net mais aussi de fidéliser ses visiteurs. Les séduire, leur donner envie de cliquer, de vous contacter et d'acheter ... est un but de chacun des prestataires ou acteurs touristiques.

Le graphisme contribue à séduire les internautes. Mais pour les convaincre, c'est le contenu éditorial et sa qualité qui feront la différence, si on omet la question du prix. Le contenu éditorial permet à une entreprise, un territoire, une structure, de se démarquer, de faire la différence par rapport à la concurrence.

Cette formation s'inscrit dans la continuité des modules organisés de 2011 à 2013. Ainsi, il s'agit de permettre aux professionnels du tourisme de se perfectionner dans le cadre des stratégies de contenu et des techniques de rédaction Web.

De plus, elle fait réponse à l'état des lieux numérique mené par le Pays en partenariat avec les Offices de tourisme en 2012 sur le territoire. Sur 249 répondants, 122 prestataires souhaiteraient être accompagnés dont 80 (soit 54%) sur le référencement naturel.

Aussi, cette formation s'inscrira en complémentarité du travail en cours sur l'animation et l'accompagnement numérique à développer auprès des prestataires via les ANT du territoire.

2. Les objectifs de la formation :

L'objectif principal de ce module est d'offrir aux professionnels du tourisme les moyens et les outils de se perfectionner sur la stratégie de contenu ou marketing de contenu, en vue d'être mieux référencé, de se démarquer, de fidéliser leurs visiteurs, et d'accroître ainsi leur fréquentation et leur chiffre d'affaire.

Les principaux thèmes abordés lors de ce module seront :

- **Comment optimiser mon référencement naturel dans les moteurs de recherche:** le contenu publié sur mon site, sur les plateformes 2.0 (vidéos, photos, sites d'avis...), les techniques de rédaction Web...
- **Quelle stratégie de contenu (ou marketing de contenu) pour mon site ? et sur les réseaux sociaux ?**
 - o Rappel sur les éléments clefs de la stratégie de contenu : Quels enjeux ? quels objectifs ? Quelles règles ?
 - o Comment refléter ma stratégie, mon positionnement et mon image ?

- Comment offrir du contenu à mes visiteurs pour les fidéliser, les séduire et accroître mes ventes ?
- Comment dynamiser mon site au travers de son contenu ? Comment optimiser mon contenu ?
- Quelle rédaction ? Pour qui ? Pour quel outil (Site Internet, réseau social) ?
- Des photos ? Des vidéos ? Quels choix stratégique? Quels outils ? Comment les optimiser ?
- Quelle « mise en scène » entre rédaction, photos, vidéos sur mon site ? sur mon réseau social ?

Ce module pourrait permettre d'agrémenter le contenu d'un éventuel accompagnement ANT sur la photo, la vidéo. De plus, s'appuyer sur les photothèques et vidéothèques gérées par les offices pourrait être intéressant.

3. 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 et des temps de mise en situation, de réalisation de cas pratiques. Cette formation devra comporter des exemples concrets et une présentation des outils évoqués. S'agissant d'une formation action, chaque participant devra mettre en application pendant la formation tout ou partie des recommandations et des outils présentés par le formateur. En effet, chaque participant sera face à un ordinateur connecté à Internet pendant la formation.

Si possible, les apports théoriques et les exercices s'appuieront sur des cas et/ou des exemples proposés par les participants.

Au regard des différents groupes, le formateur devra utiliser un vocabulaire adapté aux professionnels présents.

Le contenu de 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, voire les nouveaux outils).

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appropriation des techniques de référencement et de rédaction web
- Amélioration de la qualité des contenus éditoriaux des sites internet actuels
- Amélioration de la visibilité de sa structure et de la qualité de sa présence sur le web
- Meilleure exploitation des techniques de rédaction web et amélioration de sa fréquentation voire de ses ventes

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 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.

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 à 3 groupes. De 10 personnes maximum par groupe

8. Période privilégiée :

Janvier à avril et octobre à décembre 2013

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi et jeudi

9. Lieu(x) :

Une salle regroupant des postes informatiques connectés pourra être mise à disposition. Sachant qu'il existe plusieurs salles de ce type sur le territoire, un système de rotation entre les sites de formation pourra être privilégié afin de favoriser notamment 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.

Module 4 (PALO.4) : Etourisme : Techniques de référencement et d'analyse des statistiques de son site

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique

Sollicitation de la présence des ANT du territoire (à minima un ANT)

Il sera conseillé à chaque participant d'avoir intégré un outil statistique (tel que l'outil Google analytiques) ou un autre outil statistique avant ce module en vue d'apporter toute la valeur-ajoutée auprès des stagiaires lors de la formation.

1. Contexte :

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

Aussi, 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. Cependant, leur site est-il consulté par les internautes ? Les internautes qui le visitent sont-ils ceux qu'ils souhaitaient toucher?

Beaucoup d'incompréhensions ou de fausses théories persistent encore sur ce qui concerne le Web et les différents outils numériques.

Connaître les statistiques de son site, bénéficier d'informations sur ses clientèles et leurs comportements, et surtout agir en conséquence, n'est pas ou peu souvent intégrés dans les stratégies et les pratiques de la majorité des petites et moyennes structures touristiques.

Créer un site n'est pas une fin. Il doit s'accompagner d'une stratégie de marketing et l'analyse des statistiques de fréquentation est un élément clé dans la stratégie globale de promotion en ligne de l'offre touristique.

Un site bien optimisé est un véritable outil de communication et de promotion pour attirer de nouveaux clients, les fidéliser et ainsi bénéficier d'une plus grande audience. Mais pour optimiser un site Internet, il faut avant tout comprendre les enjeux des statistiques d'un site, intégrer le bon outil au sein de son site, et être en capacité de l'exploiter de manière simple et efficiente.

Cette formation s'inscrit en continuité des modules Etourisme menée dans le cadre du PLFI entre 2011 et 2013. Elle participe d'une « démarche de progrès » pour l'ensemble des prestataires touristique.

Elle fait réponse à l'état des lieux numérique mené par le Pays en partenariat avec les Offices de tourisme en 2012 sur le territoire. Sur 249 répondants, 122 prestataires souhaiteraient être accompagnés pour améliorer sa présence sur Internet dont :

- 49 (soit 33%) sur la fréquentation de leur site et la mise en place d'outils statistiques
- 54 (36%) sur la capacité à diagnostiquer leur site.

Ce projet se veut également être en lien et en complémentarité avec les actions et les outils développés au niveau du département via le CDT des Landes (m-tourisme, agrégateur, place de marché...) et de la région via le SIRTACUI (Système d'information régionale touristique d'Aquitaine).

2. Les objectifs de la formation :

De l'analyse des statistiques aux actions correctrices en vue d'optimiser ma présence en ligne

L'objectif principal de ce module est de démystifier l'univers de la statistique sur le Web, et de permettre aux acteurs d'être en capacité de comprendre, d'analyser, d'interpréter et surtout d'agir en vue d'optimiser le fonctionnement et la fréquentations de leur site internet.

Comprendre les informations que peuvent fournir les statistiques de mon site, les analyser, les interpréter, mais aussi choisir le bon outil statistique, le mettre en place, être en capacité de l'exploiter au mieux tant dans l'analyse et l'interprétation des résultats que dans la définition et la mise en place d'actions correctrices sont autant d'éléments à aborder dans le cadre de ce module de formation.

La plus-value de ce module réside dans l'analyse des statistiques à la définition (voire mise en place) d'un plan d'actions correctrices en vue d'optimiser la présence en ligne.

- **Rappel sur les enjeux des statistiques d'un site :** Pourquoi mesurer et analyser? Quels intérêts ? Quelles informations ? Quels outils ?
- **Les statistiques ? Quelles informations en découlent ?**
 - o **Connaître ses visiteurs et ses performances**
 - o **Quelques exemples :** mes visiteurs : qui sont-ils ? Que recherchent-ils ? Nombre de visiteurs par jour et selon des périodes, leurs provenances, leurs comportements, le temps passé sur les pages du site, les pages visitées, les parcours, la localisation des internautes...
- **Quoi mesurer et analyser ? Pourquoi ? Quels objectifs ?**
- **Comment mesurer et analyser ?**
 - o **Quels outils ?** L'outil **Google Analytics** pourra être présenté et être utilisé comme support durant la formation.
 - o **Quel outil adapté et pertinent en fonction de ma stratégie, des moyens de ma structure ?**
- **Quelle stratégie d'optimisation définir et mettre en place ?**
- **Mesurer, analyser et agir :** Quelle méthode ? Quels outils ? Comment agir simplement et efficacement sur mon site ? Quelles solutions et actions ?

Ce module devra permettre à chacun des participants, sur la base de son site internet et de sa stratégie, de se fixer des objectifs, de vérifier via un outil statistique (via Google analytics par exemple) si les objectifs ont été atteints, de comprendre les résultats et d'être en capacité de les analyser, les interpréter, puis de mettre en place des solutions et des actions pour y répondre.

Au regard du contexte, ce module devra également aborder la question de la mobilité en particulier l'intérêt ou non de se positionner pour les acteurs du tourisme sur cette question dans le cadre des outils statistiques.

3. 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 et des temps de mise en situation, de réalisation de cas pratiques. Cette formation devra comporter des exemples concrets et une présentation des outils évoqués. S'agissant d'une formation action, chaque participant devra mettre en application pendant la formation tout ou partie des recommandations et des outils présentés par le formateur. En effet, chaque participant sera face à un ordinateur connecté à Internet pendant la formation.

De plus, il sera conseillé à chaque participant d'avoir intégré l'outil Google analytiques ou un autre outil statistique avant ce module en vue d'apporter toute la valeur-ajoutée lors de la formation.

Si possible, les apports théoriques et les exercices s'appuieront sur des cas et/ou des exemples proposés par les participants.

Le formateur devra utiliser un vocabulaire adapté aux professionnels présents.

Le contenu de 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.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appréhension des enjeux du « E-Tourisme » et des « Statistiques » sur le Net
- Meilleure appréhension d'une stratégie marketing sur Internet
- Meilleure compréhension, appropriation et exploitation des outils statistiques sur le Web
- Meilleure utilisation de ces outils afin d'améliorer son audience sur Internet, sa fréquentation voire ses ventes
- Mise en place d'un plan d'actions correctrices en vue d'optimiser les Site Internet

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 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.

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 à 3 groupes. De 10 personnes maximum par groupe

Il est proposé d'organiser un groupe spécifique « Office de tourisme » et un groupe « prestataire », ces deux groupes n'ayant pas forcément le même objectif.

8. Période privilégiée :

Janvier à avril et octobre à décembre 2013

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi et jeudi

9. Lieu(x) :

Une salle regroupant des postes informatiques connectés pourra être mise à disposition. Sachant qu'il existe plusieurs salles de ce type sur le territoire, un système de rotation entre les sites de formation pourra être privilégié afin de favoriser notamment 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.