

Cahier des charges

Action de formation professionnelle

Formation d'Intérêt Régional

CODE ACTION : FIR08

Intitulé de l'action : Formation marketing touristique : affiner sa stratégie webmarketing (niveau 2)

IMPORTANT : organisme de formation, nous vous invitons à lire attentivement le document intitulé "Avant propos - Appel à candidature MONA" avant de vous lancer dans la rédaction de votre réponse.

Remarque : dans le propos introductif de chaque formation, l'organisme de formation retenu prendra quelques minutes pour rappeler aux participants le contexte du programme de professionnalisation 2018 de la branche tourisme, du commanditaire (MONA) et des partenaires financeurs. Cette présentation sera fournie par le commanditaire avant le démarrage de la formation.

Contexte de l'action :

Attirer et séduire les visiteurs, les inciter à acheter puis les fidéliser, tels sont les principaux objectifs de la promotion sur Internet. Aujourd'hui, les structures touristiques doivent à tout moment et sur tous supports interagir de manière très ciblée avec leurs clients. La commercialisation est devenue une ressource non négligeable pour les offices de tourisme : le parcours en ligne, de la séduction à la vente a donc un objectif commercial très fort. Qu'il s'agisse d'une conclusion de vente directe, ou d'une fidélisation client, les retombées économiques sur le territoire dépendent en partie de cette stratégie webmarketing. Cette formation s'adresse donc aux chargés de promotion et/ou de commercialisation, qui mettent en place la stratégie et les actions opérationnelles de webmarketing. Il s'agit d'un niveau 2, avec donc des salariés ayant déjà mis en place une stratégie marketing. Cependant, les offices de tourisme étant assez hétérogènes en termes de moyens dédiés à cette stratégie, l'objectif est de donner des clés stratégiques pour mettre en place des actions et se doter des outils les plus adaptés. Le panorama d'outils étudié devra donc prendre en compte à la fois de grosses structures avec un budget important dédié à la promotion, et des plus petites structures avec peu de budget. Le programme sera adapté aux profils des participants.

Objectif(s) de la formation :

- Affiner sa stratégie webmarketing grâce à une meilleure connaissance du parcours digital du client et des leviers pour l'optimiser

Principaux thèmes travaillés lors de ce module de formation :

- Les différents canaux de communication web
- Le parcours digital du client et les moyens de le capter
- La mesure et l'évaluation de la performance digitale
- Améliorer sa présence digitale, son taux de conversion et de fidélisation
- Les outils gratuits et payants

A la fin de la formation : il sera vivement recommandé d'établir avec chaque stagiaire les points clés qu'il aura retenu et la manière dont il établira une restitution auprès de sa structure (direction et collègues).

Public concerné :

Salariés en charge de la stratégie ou de la réalisation des actions de webmarketing.

Pré-requis nécessaires :

- Être en charge de la stratégie ou de la mise en oeuvre des actions de webmarketing au sein de sa structure.

A l'issue de l'action, le participant sera en capacité de :

- Appréhender les différents canaux de communication web
- Mieux cibler ses clients à tout moment, en tout lieu et sur tous canaux
- Développer le taux de conversion et de fidélisation, décupler sa présence digitale
- Connaître les différents outils payants et gratuits
- Maîtriser les opportunités offertes par chacun des canaux pour adapter sa stratégie webmarketing et ses actions
- Suivre ses actions avec les bons indicateurs

Méthodes pédagogiques :

Il est conseillé à l'organisme d'alterner les séquences de travail, de varier entre les temps d'apprentissages théoriques et les mises en pratique.

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

Il est vivement recommandé de présenter les techniques d'animation et de les décrire dans la proposition écrite en mentionnant leur objectif pédagogique.

Matériel pédagogique :

L'organisme précisera dans sa réponse le matériel pédagogique dont il disposera ou dont il souhaiterait disposer pour réaliser l'action.

Evaluation et suivi :

Il est proposé que chaque journée 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 (sous-traitant) sera réalisée auprès des participants.

Une attestation de fin de formation sera remise par le formateur (sous-traitant) à chaque participant.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par le commanditaire aux participants à la fin du module de formation.

Un SAV des actions post-formation à 6 mois du formateur (sous-traitant) sera réalisé auprès des participants afin d'évaluer la réalisation des actions et leurs pertinences.

Durée de l'action par groupe :

2 journées

Période privilégiée :

NC

Nombre de groupe à constituer :

1 groupe

Nombre de participant prévisionnel par groupe :

- 8 participants minimum
- 16 participants maximum

Lieu(x) :

Lieu à définir en Nouvelle-Aquitaine.

Contenu de la réponse attendue :

Chaque projet de candidature sera envoyé sous la forme d'une note méthodologique prenant en compte les critères suivants :

- Garanties et capacités techniques, financières et professionnelles : numéro d'enregistrement en tant qu'organisme de formation, assurance professionnelle
- Si votre organisme est assujéti ou non à TVA
- Rappels du contexte et des objectifs de la formation
- Détails des modules et leurs objectifs pédagogiques par demi-journée
- Méthodes pédagogiques et moyens matériels envisagés par demi-journée
- Mises à disposition de supports
- Présentation du ou des intervenants (compétences et CV)
- Mise en forme d'un programme de formation sur 1 ou 2 pages diffusable auprès des participants selon modèle communiqué par la MONA téléchargeable en cliquant sur [ce lien](#) (à compléter uniquement les parties «contexte», «intervenants», «objectifs pédagogiques», «programme», «méthodes pédagogiques», «matériel nécessaire», «évaluation de la formation» :
- Références et actions déjà mises en oeuvre ayant une finalité similaire à celle présentée ci-dessus
- Le coût global net de taxes/TTC (le coût présenté sera le même quelque soit le lieu de formation). Merci de présenter une ventilation des coûts permettant de distinguer les coûts liés à la conception sur le volet pédagogique, des coûts annexes.
- Moyens d'évaluation (capacités acquises et niveau de satisfaction des stagiaires)
- SAV à 6 mois
- Proposition de dates.

Les commanditaires se réservent le droit de ne pas donner suite à une proposition formulée par un organisme de formation qui n'aurait pas respecté toutes les conditions mentionnées ci-dessus.

Référent dossier

Jean-Baptiste Soubaigné

jean-baptiste.soubaigne@monatourisme.fr