

Votre contact

Fabien RAIMBAUD
fabien.raimbaud@monatourisme.fr

Public

Salariés des offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine assurant une mission d'accueil dans leur quotidien professionnel

Pré-requis

Aucun pré-requis si ce n'est un enthousiasme à toute épreuve !

Objectifs de la formation

- > Participer à la réflexion et à l'élaboration d'une stratégie en vue de développer l'accueil sur le territoire touristique, en lien avec les instances décisionnaires et le cas échéant les services internes concernés (qualité, numérique, marketing et promotion...)
 - > Identifier les partenaires pour mettre en œuvre la stratégie d'accueil (prestataires, habitants...)
 - > Être force de proposition d'actions : de la rédaction d'un plan d'actions à son évaluation
 - > Asseoir son expertise de la relation client en face à face et à distance
 - > Renforcer la dimension commerciale dans son quotidien professionnel (argumentaire de vente, espace d'accueil et rentabilité...)
 - > Défendre son projet à l'oral
 - > Entretenir une veille pour alimenter son quotidien professionnel et la partager
- Plus d'infos : <https://www.monatourisme.fr/referent-accueils-touristiques/>

Durée

Formation de 23 jours soit 161 heures (22 journées en présentiel + 1 journée à distance)
Un capital de 15 heures de coaching et temps d'évaluation à distance est également prévu.

Lieu et calendrier

Bordeaux

Lancement (J1) à l'Office de Tourisme de Bordeaux. Toutes les autres journées à la MONA (60-64 rue Joseph Abria 33000 Bordeaux)

En vert : séquences prévues en ligne (durée : 7 heures)

En 2019 : 10 janvier, 30-31 janvier, 1^{er} février, 11-12 février, 18-19-20 mars, 8-9 avril, 16-17 mai, période estivale (7h00), 23-24 septembre, 17-18 octobre, 6-7-8 novembre, 21-22 novembre.

Deadline évaluations 28 fév 2020. Possibilité de les terminer au 31 décembre 2019.

Tarification

Salariés de structures cotisantes à AGEFOS : 50 euros par jour (25 euros de contribution au coût pédagogique + 25 euros de frais de repas) soit **1125 euros pour les 23 jours du parcours** (remarque : 1 journée sans frais de repas).

Salariés de statut "Fonction Publique Territoriale" : 110 euros par jour (85 euros de contribution au coût pédagogique + 25 euros de frais de repas) soit **2505 euros pour les 23 jours du parcours** (remarque : 1 journée sans frais de repas).

Remarques : facturation sur l'exercice 2019 sauf si demande exceptionnelle formulée sur 2018 par la structure. Refacturation des journées d'absence sur la base d'un forfait jour de 100 euros sauf circonstances exceptionnelles (maladie, accident...)

Christine Sans

Kanopé



Hélène Nermord

MONA



Jean-Pierre Conduche

Fidly



Laure Frizon

MONA



Fabien Raimbaud

MONA



Mylène Bèze

Beze Formation



Claude Banwarth

Tourism Academy



Jean-Baptiste Soubagné MONA



Brigitte De Boucaud
Coaching & créativité



Sébastien Répéto

My Destination



Programme

J1 / 10 janvier 2019 : Journée de lancement - Présence de la direction ou adjoint(e) fortement recommandée

Matin :

- > Enjeux autour de l'accueil et du numérique - séquence participative
- > Introduction, présentation des 2 parcours avec évaluations - MONA
- > Retours d'expérience des promos 1 :
 - Le Titre « Chargé de projets Etourisme » - Gautier Rosso (Office de Tourisme du Grand Villeneuvois)
 - Le CQP « Référent Accueils Touristiques » - Corine Pierson & Christophe Zamprogno (Office de Tourisme de Rochefort Océan)

Après-midi :

- > Savoir conduire un projet - MONA
- > Savoir pitcher un projet - Brigitte De Boucaud (L'atelier coaching & créativité)
- > Savoir veiller - Sébastien Gonzalez (Envol Digital)

J2-J3-J4 / 30-31 janvier + 1^{er} février 2019 : Mon cœur de métier, expert(e) de destination - Christine Sans

- > Ancrer son rôle de conseiller en séjour expert :
 - Identifier les représentations individuelles et collectives du métier
 - Prendre conscience de la valeur ajoutée de l'expertise professionnelles du métier
 - S'approprier les qualités essentielles et compétences indispensables à cette profession
 - Écrire collectivement une définition-slogan-pitch du métier pour valoriser sa présentation et valoriser le groupe « équipe d'accueil de mon OT », son appartenance à ce collectif
 - Identifier et valoriser ses atouts, compétences et points forts personnels en tant qu'expert pour rehausser l'estime de soi
- > Être à l'aise avec sa mission de conseil éclairé :
 - Identifier sa responsabilité dans la qualité de la prestation d'accueil et de renseignement offerte aux clients au quotidien,
 - Reconnaître ses difficultés pour prendre sa responsabilité et rehausser l'estime de soi
 - Reprendre la main sur son rôle de créateur de la relation de confiance avec le client
- > Être à l'aise avec sa mission de conseil éclairé :
 - Se-réapproprier sa responsabilité individuelle dans sa communication relationnelle
 - Identifier sa capacité d'écoute de l'autre quel qu'il soit
 - Développer sa capacité d'écoute des besoins, motivations et ressentis de l'autre
- > Être à l'aise avec sa mission de conseil éclairé :
 - Développer sa capacité d'expression et d'accueil bienveillant des besoins, motivations et ressentis de soi et de l'autre
 - Affirmer son attention à l'autre pour entrer en relation même en situation difficile
 - Utiliser les stimulants de la communication pour améliorer son écoute dans le non-jugement
- > Être en capacité de poursuivre son apprentissage et de revoir sa posture de conseiller en séjour :
 - Intégrer un nouvel outil de questionnement pour une nouvelle approche du conseil
 - Découvrir l'intérêt du questionnement ouvert dans la création d'une relation de confiance
 - Choisir de transformer son acte de renseignement en « conseil éclairé »
- > Être en capacité de poursuivre son apprentissage et de revoir sa posture de conseiller en séjour :
 - Identifier les sources de changement impactant sa pratique de l'accueil
 - Découvrir son potentiel d'action individuel et collectif sur ces changements
 - Choisir de se responsabiliser dans sa position face à l'évolution du métier

J5-J6 / 11 et 12 février 2019 : Expertise client et Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) - Hélène Nermord

En guise d'amuse-bouche : <https://www.monatourisme.fr/category/accueil-et-sadi/>

- > Le SADI, le fil rouge de la relation client :
 - Connaissance, segmentation, saisonnalité des clientèles de l'OT
 - Mise en forme de fiches clients et de personae
 - Avec qui travailler : enrichir cette connaissance client avec mes collaborateurs
 - Parcours clients dans les murs de l'OT Quels services et quelles réponses aux demandes récurrentes ?
- > Identifier des partenaires socioprofessionnels pour déployer la stratégie d'accueil :
 - Enrichir la connaissance client avec ceux qui ne passent pas à l'OT
 - Se projeter dans l'animation de l'accueil sur son territoire (carte, déploiement)
 - Scénario client en ligne

Programme

J7-J8 / 18-19 mars 2019 : Être commercial de mon territoire - Jean-Pierre Conduche

En préalable à ces deux journées, il sera demandé aux participants d'apporter pour analyse en commun :

- une affiche récente (format A3 ou A4) éditée par l'office à destination des clients
- un exemplaire de questionnaire de satisfaction (si existant).

Les participants auront également à rechercher la démarche marketing ou commerciale qui retient le plus leur attention sur le site <https://www.ionisbrandculture.com/index.aspx> qui référence à ce jour 75 cas de réussites exemplaires. Un échange entre participants permettra d'identifier les différents leviers de ces réussites et comment ces leviers s'appliquent dans leurs univers respectifs.

Enfin, les participants auront échangé avec leur direction afin d'évaluer l'enjeu de l'effort commercial qui est demandé : niveau de CA en propre actuel, taux de progression du CA retenu comme objectif pour l'année ou les trois ans à venir ?

Les participants fourniront également une enveloppe timbrée avec leurs coordonnées.

- > Identifier les appréhensions éventuelles vis-à-vis de la commercialisation et lever ces freins
- > Evaluer les enjeux commerciaux de chacun et connaître les pratiques commerciales actuelles
- > Élaboration d'un tableau de synthèse : l'importance de la prise de contact, ses raisons d'être, les facteurs qui influencent (+ / -)
- > Présentation de la démarche des styles sociaux « expansif – réservé / ascendant – consentant »
- > Savoir construire et développer un argumentaire commercial dans un environnement en rupture forte
 - Tendances et comportements d'achats : nous, consommateurs, avons beaucoup changé
 - Les nouvelles technologies conduisent à de nouveaux comportements, le client se croit « sachant » et souhaite avoir la maîtrise de la relation, la relation commerciale intègre ce nouvel équilibre
 - La méthode BAC (Bénéfices, Avantages, Caractéristiques)
- > Maîtriser deux techniques additionnelles, les motivations d'achat et le traitement des objections
 - Formalisation des arguments à développer selon les offres et les motivations des clients, la démarche « SON CAS ». Mise en relation de ces arguments en fonction des styles sociaux
 - Le traitement des objections, marques d'intérêt de la part du visiteur
- > Synthèse avec formulation écrite et partage des engagements personnels

J9/ 20 mars 2019 - Espace d'accueil : rentabilité et chiffre d'affaires - Laure Frizon

> Prérequis pour rentabiliser l'espace accueil : flux et connaissance de ses clientèles (rappels SADI)

> Etat des lieux des activités possibles

> La régie et la vente comptoir

> L'activité boutique : tendances et nouveautés, éco-système de la boutique, indicateurs de performance

J10-J11/ 8-9 avril 2019 - Et les habitants dans ma stratégie ? Fabien Raimbaud

En guise d'amuse-bouche : <https://www.monatourisme.fr/category/tourisme-et-habitants/>

> L'habitant, un rôle multi-facettes dans l'activité touristique. Quels liens entre tourisme et habitant ? Quels rôles peut occuper l'habitant dans l'action touristique locale ? Quels profils ?

> L'habitant dans ma stratégie de territoire : définir les objectifs liés aux profils d'habitants

> Benchmark d'initiatives d'OT/CDT/CRT : s'inspirer pour personnaliser sa démarche !

> Bâtir mon plan d'actions : dès lors mes objectifs et mes priorités définis, quels arguments mettre en avant auprès de ma direction, auprès de mes élus pour mener à bien le projet ?

Un témoignage de la Coopérative des Tiers Lieux sera prévu lors de cette session de deux journées.

Programme

J12-J13/ 16-17 mai 2019 - Être commercial de mon territoire - Mylène Bèze

- > Revisiter la notion de vente et s'appuyer sur quelques exemples de vente bienveillante
 - Quels facteurs de différenciation ? Jeu du restaurateur et du coiffeur
- > Identifier les moteurs d'achat, déceler très rapidement les intérêts du visiteur
 - Découvrir les motivations d'un visiteur (technique du CANEVAS)
- > Utiliser les techniques de questionnement pour découvrir les besoins implicites
 - Expliquer les techniques du questionnement. Typologies de questions et informations recherchées
- > Professionnaliser son discours et s'entraîner à l'agrémenter d'émotions et ressentis
 - Travail sur les mots persuasifs, éliminer certaines expressions courantes de son langage pour personnaliser son discours pour créer un climat de confiance et recherche des adjectifs et expressions d'émotions
 - Jeu de cartes : utiliser l'expression inscrite et convaincre
- > Acquérir la méthode de l'argumentation : la méthode CABP
- > Se mettre en situation et tester : courts jeux de rôles filmés et débriefés de conseils de vente éclairés avec la technique de l'argumentaire
- > Etablir son plan d'action individuel

J14 / Pendant la période estivale 2019 (durée 7 heures en ligne quand on veut et où on veut) : MOOC Accueil Europe - Atout France Tourism Academy

En guise d'amuse-bouche : <http://www.mooc-accueil.fr/>



Cycle de formation inédit, exclusivement en ligne, pour décrypter les attentes d'au moins 2 de ces clientèles, adapter votre offre, enrichir votre qualité de service... et vendre plus. Si souhait d'en découvrir d'autres, aucune limite de temps passé sur la plateforme.

J15-J16 / 23 et 24 septembre 2019 : Expertise client et Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADi) - Projet d'accueil hors les murs et déploiement en interne, le tout en mode créativité - Jean-Baptiste Soubagné

- > Séquence de démarrage : révisions du SADi
- > Monter son projet d'accueil hors les murs en mode créativité
- > Optimiser la diffusion de l'information avec les prestataires et partenaires
- > Ma place dans la stratégie d'accueil et analyse des besoins internes et externes sur des actions ciblées
- > La transmission en interne : constitution d'une trame d'échange avec sa direction, avec ses collègues
- > Programmation de la première phase de déploiement
- > Pitcher son projet

J17-J18 / 17-18 octobre : Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - Brigitte De Boucaud

- > Mieux gérer son trac :
 - Les mécanismes de la gestion émotionnelle : comprendre pour pouvoir agir
 - Outils pour développer ses ressources mentales, émotionnelles et physiques
- > Améliorer sa force de conviction :
 - Intégrer les outils de l'acteur pour capter l'attention
 - L'art de développer son charisme
 - Les clés de la communication non verbale : attitude, voix, gestuelle, relation à l'espace

Programme

> Préparer et structurer un discours impactant :

- Les grands axes de la préparation du discours
- Savoir argumenter pour convaincre et persuader

> Réussir à emporter l'adhésion de tous :

- Connaître les différents profils d'interlocuteurs
- Adapter son discours aux attentes et motivations de l'interlocuteur
- Positiver et dynamiser son discours pour amener à l'action
- Le storytelling et la valeur de l'exemple
- S'exprimer face à un public ou contexte difficile

> Développer son sens de l'improvisation :

- Improviser un discours efficace
- Savoir répondre aux objections, critiques et questions difficiles
- Savoir rebondir sur les situations imprévues
- Gérer les perturbations d'un groupe en réunion : papotages, rires, conflits, non écoute...

J19-J20-J21 / 6-7-8 novembre 2019 : Relation client à distance - Sébastien Répéto

> Appréhender l'environnement social media : panorama des réseaux sociaux, tendances de consommation, mécaniques virales...

> Stratégie, chaque action se réfléchit : qu'est-ce qu'une ligne éditoriale, une fréquence de publication, news feed, algorithme,.... ?

> Savoir publier sur les réseaux sociaux : appréhender les spécificités des différents formats social media et des différents contenus

> Modération : comment répondre aux commentaires, avis, tweets sur les réseaux ?

> Café d'analyse de l'atelier modération vu la veille : analyse commune des méthodes de modération mises en place par chacun

> Messages automatiques et limites : comment automatiser un certain nombre de réponses et dans quel cadre le faire ?

> Comment analyser ses résultats ? Découverte de l'onglet statistiques et travail des données exportées

> Échanges sur les bonnes pratiques : benchmark sur les meilleures pratiques et session de questions - réponses

J22-J23 / 21-22 novembre : Construire une analyse critique en tant qu'expert de la relation client lors d'une visite terrain + soutenance orale de fin de cursus

> Visite terrain dans un lieu touristique « dans la peau de... »

> Soutenances orales individuelles sous la forme d'un jeu de rôles* + quizz de fin

* Présence de la direction fortement recommandée lors de la soutenance orale individuelle. Horaires de passage communiqués ultérieurement.

Supports et outils mis à disposition

> Fiches de synthèse avec les points clés à retenir

> Diaporamas en PDF mis à disposition avec liens cliquables, ressources d'articles vidéos, tutoriels.

Méthodes pédagogiques

Variées et hétérogènes. Quelques exemples :

> Jeux de rôles

> Brainstorming

> Analyse critique de cas pratiques

> Visite terrain « dans la peau de... »

Evaluations

> Ce parcours étant qualifiant, plusieurs évaluations seront à réaliser au cours de l'année. Ces évaluations s'inscriront, bien évidemment en cohérence avec les projets et actualités des structures. Les évaluations pourront se faire individuellement, en binôme ou en trinôme. L'ensemble des consignes sera présenté à l'occasion de la journée de lancement le 22 novembre 2018.

Deadline des évaluations : 28 fév 2020. Possibilité de les terminer au 31 décembre 2019.