

**Votre contact**

Fabien RAIMBAUD  
[fabien.raimbaud@monatourisme.fr](mailto:fabien.raimbaud@monatourisme.fr)

**Public**

Salariés des offices de tourisme, CDT, CRT de la Nouvelle-Aquitaine en charge ou prochainement en charge de projets numériques.

**Pré-requis**

Aucun pré-requis.  
L'utilisation de matériel pour produire du contenu sera toutefois nécessaire (smartphone ou tablette et appareil photo reflex/hybride + ordi portable avec logiciel postproduction)

**Objectifs de la formation**

> Capacité à proposer une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développement d'un plan d'action en adéquation

> Capacité à concevoir et produire du contenu de promotion du territoire. Capacité rédactionnelle, maîtrise de la production multimédia

> Capacité à sensibiliser et accompagner des acteurs territoriaux du tourisme afin d'améliorer leurs performances dans le numérique. Capacité à animer le partage d'informations. Capacité à communiquer de façon adaptée selon les interlocuteurs. Capacité de planifier et d'anticiper des actions à mettre en place

> Capacité à concevoir des outils numériques en vue de valoriser le territoire. Capacité à externaliser le développement de projets ou services numériques

> Capacité à mettre en place une veille du numérique et de la e-réputation. Capacité à s'auto-former et à informer son équipe

Plus d'infos : <https://www.monatourisme.fr/titre-charge-de-projets-etourisme/>

**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.

**Lieux et calendrier**

**Bordeaux** (journée de lancement à l'Office de Tourisme de Bordeaux Métropole, sinon les journées prévues à Bordeaux se feront à la MONA 60-64 rue Joseph Abria 33000 Bordeaux) et **Limoges** (studio à disposition et cadre propice à la prise de vues cf. dates en orange ci-dessous. Adresse : 61 Route du Pré Saint-Yrieix 87920 Condat)

En vert : séquences prévues en ligne

**En 2019** : 10 janvier (lancement)-11 janvier, 21-22 janvier, 7-8 février, 14-15 mars, 4-5 avril, 16-17 mai, 5-6-7 juin, 10 septembre (4h30), 19-20 septembre, 14-15 octobre, 18 octobre (2h30), 21-22 novembre. (Une autre date restera à fixer avec l'intervenant Sébastien Gonzalez pour arriver à 23 jours)

**Tarifcation**

**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...)

**Sébastien Gonzalez**

Envol Digital



**Eve Demange**

Co-managing



**Alain Niarfeix**

Oui Dire Studio



**Mathieu Vadot**

Marketing & Tourisme



**Brigitte De Boucaud**

Atelier coaching&créativité



**Ludovic Renoult**

Triple Lootz



**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 / 11 janvier 2019 + autre date à fixer : Mon rôle en tant que « Chargé de projets etourisme » - Sébastien Gonzalez**

- > Comprendre les missions du « Chargé de projets etourisme » et de son périmètre d'intervention :
  - Elaboration d'un conducteur fonctionnel d'une action numérique, l'avant, le pendant et l'après animation
  - Exemples de services proposés sur son territoire
  - Découverte de la boîte à outils du « Chargé de projets etourisme » et des espaces de veille etourisme
- > Définir des priorités et cibler ses prestataires en fonction de sa stratégie :
  - Définition d'argumentaires numériques pour les prestataires et les décideurs
  - Jeux de rôle et définition des profils de prestataires ciblés
  - Début d'élaboration de fiches actions
  - Vers la planification des actions dans un plan d'actions numériques annuel
- > Sensibiliser les professionnels aux habitudes et aux attentes du visiteur d'aujourd'hui :
  - Attentes et habitudes des visiteurs connectés
  - Google, AirBnb, Booking, Facebook, AccorHotels... panorama des acteurs majeurs
  - Les grandes tendances du web touristique de la saison 2018/2019, expérience et local
- > Savoir se vendre et valoriser son offre ou sa destination en ligne
- > Réaliser un support de présentation impactant
- > Etre en mesure d'accompagner un prestataire dans la création de son site Internet

**J4-J5 / 21 et 22 janvier 2019 : Mon rôle en tant que « Chargé de projets etourisme » - Sébastien Gonzalez**

- > Utiliser des outils simples pour apporter un maximum de services à sa clientèle :
  - Jeu de rôle « Chargé de projets etourisme » et prestataire : quelle est la valeur ajoutée de ma prestation ? Connaissance produit et concurrence
  - Mots clés liés à mon activité
  - Marketing direct et marketing relationnel
  - Cartes Google Maps et alternatives à Google Maps devenu payant
  - Construire des circuits simplement en intégrant son offre
  - Outils de retouche et de création graphique tels Pixteller, Designbold, Canva, Crello pour dynamiser ses productions
- > Piloter et prendre en main sa e-réputation :
  - E-réputation, définition et enjeux : une affaire de prestataires et/ou de destination ? Présence, visibilité et influence
  - Google My Business, Yelp, savoir répondre aux avis positifs et négatifs. Les 6 points clés à respecter.
  - Inciter les visiteurs à déposer un avis, trucs et astuces
  - E-réputation, outil de promotion de ma destination
- > La relation client en ligne :
  - L'usage des réseaux sociaux pour entamer la discussion avec son client. Facebook, instagram, twitter, snapchat, comprendre, maîtriser et les intégrer ou pas dans sa stratégie
  - Chat ou chatbot, les nouvelles formes de la relation client à intégrer sur son site. Comment faire ?
  - Les différents types d'emails dans le cycle du voyageur : comment réussir l'hyperpersonnalisation ?
  - Transformer Gmail en véritable outil de relation client
  - Les outils de newsletters : Mailchimp et Mailjet
- > Construire sa stratégie :
  - Définition et planification des actions prioritaires
  - Envisager les étapes de travail à mettre en place auprès de sa direction et de ses collègues pour envisager marges de progression

**Programme**

**J6-J7 / 7 et 8 février 2019 : Ligne éditorial, storytelling et web-éditorial - Eve Demange**

> Définir l'identité de son territoire

- Vision de la vie, philosophie, valeurs clés, personnification, ADN et univers imaginaire, langage et univers sémantique, axe de communication, promesse
- Storytelling et narration du territoire
- Cibles à conquérir et persona
- Objectifs visés

> Incarner la ligne éditoriale dans ses contenus

- Définir sa ligne éditoriale, créativité et angle éditorial
- Messages et storytelling du territoire
- Organisation des contenus selon les usages
- Les grands principes de la lecture en ligne
- Messages, titres, chapeaux
- Ton et style rédactionnel
- Edition, relecture et mise en page
- Charte éditoriale

> Animer sa communauté sur les réseaux sociaux

- Ligne éditoriale blog et réseaux sociaux
- Règles et style d'écriture sur les réseaux sociaux
- Doper sa créativité pour créer du contenu viral
- Storytelling viral
- Rôle des photos, vidéos, sons
- Animer sa communauté

> Planifier la création et la publication des contenus

- Communiquer la bonne information au bon moment
- Choisir le support adapté au message
- Plan d'animation cohérent par rapport à l'équipe éditoriale
- Gérer efficacement son temps : publication et modération
- Outils de management de la communication web
- Choisir et animer son équipe éditoriale web

**J8-J9-J10-J11-J12-J13 / 14-15 mars, 4-5 avril, 16-17 mai 2019 : La photographie, la vidéo, la prise de son et la publication – Alain Niarfeix**

**ATTENTION** : ces 6 journées se tiendront celles-ci près de Limoges (Studio Oui Dire 61 route du Pré St-Yrieix 87920 Condat-sur-Vienne)

Episodes Mona Learning à consulter avant ces journées : <https://www.monatourisme.fr/mona-learning/>

Disposer du matériel de captation photo/audio-visuelle composé à minima d'un appareil photo numérique Reflex ou Hybride récent capable de produire des fichiers RAW et accompagné d'un ou plusieurs objectifs et d'un trépied photo/vidéo.

Disposer d'un ordinateur portable récent sur lequel les logiciels de post production photo (Darktable), montage vidéo (WonderShare Filmora), montage son (OceanAudio) sont installés et opérationnels.

> Le fonctionnement d'un appareil photo numérique

- Reprise des notions fondamentales de fonctionnement et d'utilisation d'un appareil photo dans un contexte de promotion d'un territoire et des acteurs d'une destination touristique
- Le couple " ouverture-vitesse " La sensibilité ISO
- Notions de focale, d'angle de champ, de perspective, de fuyantes et de point de vue
- Les trois différents types flous
- Le diaphragme et la profondeur de champ
- Adaptations des fonctions " experts " pour plus d'efficacité
- Le portrait photographique, le shooting d'objet, la photo culinaire

> La gestion et la post-production des images

- Le flux de production Raw vers Jpeg
- Indexer et archiver les images
- Découverte et utilisation du logiciel Darktable
- Optimisation par support de diffusion (web, réseau sociaux et print)
- Exercice de traitement des images réalisées la veille
- Reportage photographique de valorisation d'un hébergement de tourisme, traitement des images et publication en ligne

## Programme

### > Les ressources matérielles et les techniques de captation sonore

- Apports techniques relatifs à la captation sonore de la voix et des ambiances sonores pour la production audio-visuelle
- La numérisation du signal sonore, le niveau de modulation pour la diffusion web
- Maniement et utilisation du matériel mis à disposition ou disponible (micros, magnétophones), câblage et branchement
- Implantation d'un micro cravate et captation d'un témoignage
- Conduite d'une interview à l'aide d'un micro à main et/ou d'un enregistreur portable
- Écoute des fichiers obtenus - synthèse des bonnes pratiques - situation et placements

### > Les ressources logicielles audio

- Prise en main d'un logiciel de montage son (Ocenaudio, logiciel gratuit Mac PC)
- Visualisation du niveau de modulation, gestion du gain et de la dynamique du signal
- Installation d'un plug ins de traitement dynamique du signal
- Utilisation des principales fonctions du logiciel et exercices de montage cut des fichiers sonores du matin

### > Anatomie pratique d'un appareil photo pour la vidéo

- Configuration personnalisée, câblage et branchement
- Les notions fondamentales d'exposition, de cadence d'obturation, de balance des blancs, de mesure et correction de la lumière, et de correction primaire de profil d'image (contraste, luminance, saturation), utilisation d'un filtre gris neutre
- Choix de l'environnement et d'une méthode de captation (les plans), implantation d'un trépied, mise au niveau, valeurs de cadres, enchainements et mouvements de caméra
- La synchronisation son-image

### > Méthodes et exercices de tournage en situation

- Techniques pour réussir les mouvements de caméra tels que panoramique et traveling
- Exercices en situation appliqués au secteur du tourisme : la vidéo descriptive (paysage, environnement), tournage en portrait (de prestataire touristique), la vidéo immobilière (gîtes et hébergement de loisirs), le shooting d'objet (boutique / vitrine) et la vidéo culinaire (restaurateur)

### > Prise en main d'un logiciel de montage vidéo

- La time line et la gestion du temps
- Les ressources disponibles (titres, filtres, transitions), le montage cut/cut
- Méthode de montage avec priorité au contenu sonore
- Le flux de production vidéo (sources > montage > export master)

### > Modélisation d'un projet, construction de gabarit

- Les composants audio-visuels d'une production vidéo
- Identifiants et génériques sonores, Logo et Motion Design d'identité
- Typographique - titre - aspect visuel
- Construire un projet réaliste et imaginer des épisodes

### > Tournage, montage et publication en ligne

- Présentation de l'exercice et de la forme de restitution attendue
- Préparation du tournage en binôme
- Captation organisé le matin et montage l'après midi
- Publication sur une plateforme de partage avant la fin de la J13

### **J14-J15 / 5-6 juin 2019 : Les bases du référencement pour analyser la présence en ligne de sa structure et le vulgariser auprès des acteurs locaux - Ludovic Renault**

#### > Tout part d'une recherche : Google et les micro-moments

#### > La stratégie de mots-clés : socle de votre stratégie de référencement

#### > Optimisation du référencement « on-page » : les balises de référencement

#### > Optimisation du référencement « on-page » : le contenu

#### > Optimisation du référencement « off-page » : le « net-linking »

#### > Etudier la performance de mon référencement via mon outil d'analyse statistiques

#### > Comprendre les options de configuration avancée de Google Analytics

#### > Savoir utiliser les outils qui permettent d'analyser sa performance en référencement naturel et trouver des pistes d'optimisations

#### > Appréhender les problématiques techniques du référencement « technique » de l'indexation à l'optimisation

### Programme

#### J16 / 7 juin 2019 : Mon rôle en tant que « Chargé de projets etourisme » - Sébastien Gonzalez

> Challenger sa stratégie fonction des avancées depuis la J5

- Actions prioritaires et étapes de travail prévues : où en est-on ?
- Réajustements des indicateurs de suivi, budgétisation

> Révisions pratico-pratiques des connaissances en matière de e-réputation et relation à distance

> Mettre en place sa propre « recette de veille » : réunir tous les ingrédients pour la réussir

- Veille et curation le distingo
- Sujets, priorités, outils pour se lancer
- Tri, analyse et partage

#### J17-J18-19 / 10 septembre (4h30 en ligne), 19-20 septembre (en présentiel), 18 octobre (2h30 en ligne) 2019 : La commercialisation des acteurs privés - Mathieu Vadot

##### Séquence du 10 septembre en ligne :

> Cadrage de la problématique :

- Points sur les pratiques de réservation en matière d'hébergement et de loisirs
- État de lieux des acteurs de la distribution du tourisme
- Focus sur les changements en cours : effacement des frontières entre les différentes filières de l'hébergement sous l'influence d'acteurs comme Airbnb et Booking, état des lieux de la situation en matière de e-distribution des loisirs et prospective (Airbnb avec Trips, Tripadvisor avec Viator, Booking et Accor avec GetYourGuide ...), exemples d'adaptation à ses changements (benchmark d'acteurs privés)

> Le cadre technique de la vente ligne :

- Les différents modes de paiement possibles sur le web et sur mobile et les différences en termes d'usages sur les différents marchés européens
- Panorama des différentes solutions d'encaissement en ligne (tarifs, fonctionnalités, perception client, etc.)
- Panorama des différents systèmes de réservation par filière

> Le cadre juridique de la vente ligne :

- Le cadre juridique applicable à tout professionnel du tourisme qui vend en ligne
- Le cadre juridique de la vente de forfait touristique (séjour, package...)

> Les fondamentaux du marketing pour vendre en ligne (côté prestataires) :

- La nécessaire alchimie entre positionnement marketing et rapport « qualité/prix »
- La connaissance de ses clientèles et la définition d'une stratégie en termes de couple « Produit/Marché »
- Le « minimum légal » en matière de visibilité web et de e-réputation

##### 19-20 septembre en présentiel :

> Comprendre la commercialisation en ligne des hôtels, des campings, des locations de vacances et chambres d'hôtes, prestataires de loisirs et les facteurs clés qui permettent de développer leurs ventes (le plus en direct possible)

- État des lieux de la filière en matière de vente en ligne
- Les principaux acteurs du marché (distribution et info-médiation)
- Les principaux outils du marché (solutions de vente en ligne)

Les facteurs clés de succès pour vendre davantage et le plus en direct possible

> Cas pratiques d'accompagnement de prestataires sur des problématiques de commercialisation : exercices de mise en situation (conseil individuel) au travers de 4 persona

- Quelles démarches mettre en œuvre en matière d'accompagnement ? Moyens et méthodes possibles, bonnes pratiques (illustrations – exemples), facteurs clés de réussite
- Échanges autour des problématiques de la commercialisation de l'offre touristique : la place de l'institutionnel dans la mise en marché des prestataires, les choix possibles en matière de commercialisation.

##### Séquence du 18 octobre en ligne :

Entre le 20 septembre et le 18 octobre, un questionnaire aura été envoyé par la MONA auprès des membres de la promo pour recueillir leurs souhaits d'approfondissement sur les notions appréhendées lors des 19-20 septembre avec Mathieu Vadot et leurs questions et leurs cas pratiques liés à la réalité terrain de chacun pour pouvoir les traiter dans le détail lors de la dernière séquence du 18 octobre.

### Programme

#### **J20-J21 / 14-15 octobre 2019 : 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

> 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...

#### **J22-J23 / 21-22 novembre 2019 : 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

> Conférence de rédaction à bâtons rompus

> Ateliers d'écriture

> Brainstorming

> Analyse critique de cas pratiques

> Tournage sur site

> 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 février 2020. Possibilité de les terminer au 31 décembre 2019.**