

GUIDE DE LA

mona
MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine

2021

Ce qui vous attend cette année





Réagir ensemble

L'émergence du monde d'après la pandémie n'est pas encore acquis. Mais il est d'ores et déjà certain que le tourisme va devoir modifier ses pratiques, son organisation et ses stratégies. L'essoufflement probable et heureux du tourisme de masse ouvre de vraies perspectives pour la Nouvelle-Aquitaine. Avec 140 000 emplois et 9 % du Produit intérieur brut régional, le secteur touristique en Nouvelle-Aquitaine dispose d'un capital qui peut encore fructifier. Le tourisme de proximité et toutes ses formes d'accueil a permis cet été de « limiter la casse ». Les territoires de l'intérieur ont su faire valoir leurs atouts. Nos initiatives sociales avec le chèque vacances ont eu un effet économique significatif, et ont permis à des familles aux revenus modestes de profiter de quelques jours d'évasion dans la région. Nous souhaitons poursuivre ces dispositifs, en partenariat avec les départements. Nos efforts de promotion doivent viser la clientèle française en priorité.

La crise laissera malheureusement des professionnels et des structures sur le bord du chemin dans l'hôtellerie, la restauration, les centres de vacances, malgré tous les dispositifs de soutien, massifs, nationaux et régionaux. Mais nous devons vite préparer l'après et accompagner les nécessaires transitions du secteur : professionnaliser nos offres, moderniser encore et toujours nos hébergements, former en permanence nos acteurs et nos habitants à une meilleure qualité dans l'accueil, travailler sur un tourisme plus économe des ressources de notre planète, soutenir les investissements en faveur du tourisme durable .

Nous avons devant nous de beaux chantiers. Si nous les menons activement, dans le respect de nos complémentarités, nous ferons gagner le tourisme en Nouvelle-Aquitaine. Ensemble.

Alain Rousset

Président du Conseil Régional
de Nouvelle-Aquitaine



Je suis particulièrement heureux de vous présenter le programme 2021 de notre association.

Avec une année 2020 inédite et intense en tout point de vue, la MONA a fait preuve d'une écoute de tous les instants pour adapter et mener à bien son programme d'actions.

Cette proximité au réseau aboutit à la co-construction de ce programme 2021 et alimente le renouvellement du projet associatif 2021-2024.

Dix thématiques sont abordées dans le programme de professionnalisation cette année mixant présentiel et distanciel avec des groupes de travail, des clubs, un centre de ressources, des rencontres réseau, des webséminaires et bien sûr des formations régionales et sur-mesure. L'équipe, les expairs et la quarantaine d'organismes partenaires auront à coeur de vous retrouver lors de ces actions.

Tel un nouveau cycle, 2021 marque aussi des orientations tranchées pour des programmes de transition et de transformation qui s'ancrent dans le réseau. L'Animation Durable de DESTination (ADDES), la transformation des organisations par la Qualité de Vie au Travail (ENTRACT), le renouveau des marketings de services (NOMAK), l'accompagnement des territoires à la montée en compétences et à l'innovation seront des piliers.

Excellente lecture à tous et à bientôt avec l'équipe de la MONA !

Nicolas Martin

Président de la MONA

SOMMAIRE

UNE ÉQUIPE POUR VOUS ACCOMPAGNER	4
LES GRANDS CHIFFRES DU RÉSEAU NÉO-AQUITAIN	6
ZOOM SUR QUELQUES SERVICES AU RÉSEAU	8
ZOOM SUR NOS ACTIONS DE PROFESSIONNALISATION	10
LE PROGRAMME DE FORMATION	22
Accueil	26
Promotion, communication touristique	32
Accompagnement prestataires	42
Commercialisation	50
Stratégie générales des offices de tourisme	58
Management	60
Ressources humaines	62
Gestion de la structure	66
Gestion de projet	70
Développement personnel	74
CALENDRIER	78
INDEX	84
MODALITÉS D'INSCRIPTION	86

Ce programme de professionnalisation est réalisé avec l'appui de



afDas

Une **ÉQUIPE** pour vous **ACCOMPAGNER**



Christian



Amélie



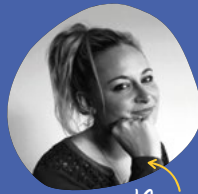
Florent



Charlotte



Fabien



Marie



Hélène



Sophie



Camille



Laure



Jean-Baptiste



11
salariés



Bordeaux
Limoges
& Télétravail



17 677 h heures
auprès du réseau



1,2 M€
de budget



171 organismes du
tourisme adhérents

mona
MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine

Carte d'identité

Un **OBJECTIF** commun ...

Stimuler les Hommes et les territoires pour les rendre compétents, novateurs, connectés et fiers de leurs actions.

... des **ENGAGEMENTS** partagés
pour le **RÉSEAU**

Renforcer vos compétences

Innover

Connecter les hommes et les organisations

Valoriser le réseau

Nos **MISSIONS**

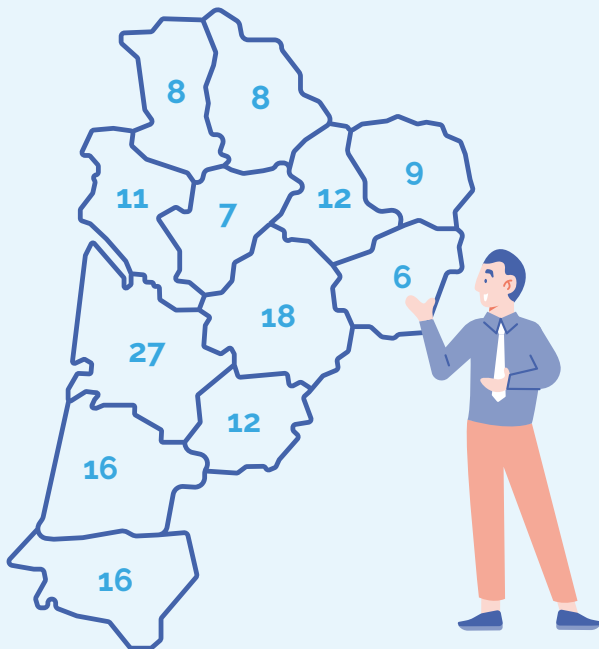
1. **Professionaliser** les acteurs du tourisme de la Nouvelle-Aquitaine
2. Accompagner l'**organisation touristique** des territoires
3. Favoriser l'**innovation touristique**
4. **Animer** le réseau des offices de tourisme en Nouvelle-Aquitaine

Les grands chiffres du RÉSEAU néo-aquitain

102 M€
de budget cumulé

150
offices de tourisme

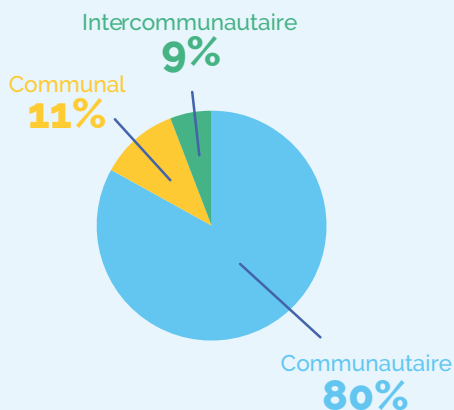
Répartition des OT



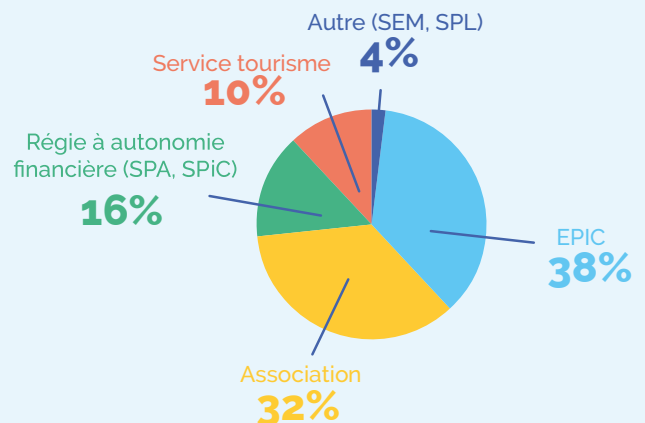
153
EPCI

1370
SALARIÉS

Gouvernance



Statuts juridiques



Missions complémentaires



68%
gèrent une billetterie



67%
ont une boutique



48%
gèrent les animations
et événementiels



49%
sont immatriculés
pour commercialiser



30%
gèrent des équipements



6%
sont offices de commerce

Zoom sur le programme régional 2020



251
journées de formation



22
villes ayant accueilli
des formations



33
organismes de formation



4,4/5
pour la qualité
de nos formations



8
webséminaires
en partenariat avec

Trajectoires
tourisme
Auvergne-Rhône-Alpes



2
clubs
qualité, services
commerciaux



92,68 %
de taux d'obtention
aux formations certifiantes



278
personnes
rencontrées au
MONATOUR



ZOOM sur quelques services au RÉSEAU

>>> Conseil à la professionnalisation +

Nous accompagnons le réseau dans ses choix de professionnalisation : VAE, CPF, AFEST ...

>>> Centre de ressources +

La MONA produit de nombreux articles ressources sur les thématiques clés du réseau. Durable, SADI, NOTT, management... et bien d'autres accessibles sur notre site



<https://www.monatourisme.fr/ressources/>

>>> Animation de clubs et groupes de travail +

Le principe d'un groupe de travail ou d'un club, animé par la MONA, se veut simple et efficace. L'objectif est de créer un espace d'échanges entre techniciens en charge du sujet. Intéressé.e pour vous joindre au collectif ? Un petit mail à adresser à l'animateur/animateur MONA :

- > Animer sa communauté de Greeters
- > Club qualité
- > Tourisme et Commerce
- > Club des services commerciaux
- > Retrouvailles entre POT (Petits Offices de Tourisme)
- > Club accompagnement des meublés



<https://www.monatourisme.fr/les-groupes-de-travail-du-reseau/>

>>> Bienvenue ici ! +

La MONA continue à être partenaire du dispositif de micro-formation Bienvenue ici ! Une solution ingénieuse pour animer et professionnaliser les salariés, saisonniers et socio-professionnels du territoire en seulement quelques minutes par jour.

Bienvenue ici !

C'est un **outil digital et ludique de professionnalisation**

C'est un service **d'animation des acteurs touristiques**

C'est un nouveau moyen de **diffuser l'offre touristique** de votre territoire

C'est un moyen d'**enrichir votre marketing de service pour vos partenaires**

Et concrètement ?

Bienvenue ici ! c'est une offre de deux semaines de micro-formation à choisir dans un catalogue de contenus (accueil, durable...), qui est enrichie avec des éléments de votre territoire. Ces programmes sont scénarisés, gamifiés et accessibles tout au long de l'année. Et pour faire de Bienvenue ici ! un véritable outil d'animation, embarquez vos utilisateurs dans une communauté en leur proposant des challenges, et une animation ludique dédiée à votre territoire !



<https://bienvenueici.fr/>

Save the date : présentation de la solution
en visio les 14 janvier, 11 février, 04 et 18 mars 2021 à 11h

Votre interlocutrice :



Sophie

>> Représentation du réseau

En tant que Fédération Régionale, nous représentons le réseau et sommes force de propositions dans plusieurs instances régionales et nationales.

>> Conseil à la structuration

La MONA vous accompagne ou vous oriente pour vos questions liées à la stratégie du territoire et l'organisation touristique.

>> Plan liasse

>> Service civique

>> PILOT



PILOT est l'outil de pilotage de votre destination, à partir d'indicateurs socio-économiques et d'indicateurs de touristicité.

Issu du club indicateurs, cet outil est en ligne et accessible à tous les offices de tourisme du réseau ADN Tourisme. Il se et vous nourrit d'indicateurs et de données que vous pouvez comparer avec d'autres territoires. Plus il y a de données, plus les comparaisons sont fiables.

On vous attend sur votre compte adn.pilot.fr !

Les objectifs :

- + piloter l'activité touristique de sa structure et de sa destination
- + faire évoluer le réseau dans une dynamique collective d'amélioration continue et de prospective
- + communiquer sur des données fiables

Le modèle :

- + un compte par structure sur adn.pilot.fr
- + des ateliers collectifs de saisie organisés par la Mona et/ou votre ADT/CDT : gratuit
- + des ateliers d'exploitation organisés par la MONA et/ou votre ADT/CDT : tarif formation (financement Afdas possible)



<https://www.monatourisme.fr/pilotez-votre-organisme-de-gestion-de-la-destination/>

>> Les RDV réseau 2021

Et bien d'autres à retrouver dans le programme et le calendrier ci-après



ZOOM sur nos actions de PROFESSIONNALISATION

LES NEWS DU GUIDE 2021

L'année 2020 a été l'occasion de repenser la construction du programme de professionnalisation.

Par un accord cadre, la MONA s'appuie sur un pool d'intervenants partenaires en capacité de répondre à toutes les formations dont le réseau a besoin. Ce programme comporte un certain nombre de nouveautés ou d'évolutions à découvrir ci-après.



80 %

de nouvelles formations

>> Les formations en **ligne**

Cette année, le programme fait la part belle aux formations **à distance**. Nous allons plus loin sur le format **mixte, alternant formation en ligne et en salle**.

30 % des formations proposées entièrement à distance

20 % d'actions en format Mixte

50 % des formations en présentiel

Du point de vue du réseau :

- >> Pas de déplacement
- >> Bonne connexion internet indispensable
- >> Ordinateur doté d'une caméra et d'un micro pour la dynamique de groupe
- >> Espace calme et isolé

Du côté de la MONA :

- >> Acquisition de nouvelles plateformes adaptées à la formation à distance
- >> Acquisition de nouveaux outils métiers pour le suivi pédagogique, administratif et financier des formateurs et des stagiaires
- >> Acquisition de compétences nouvelles internes

Paroles du réseau

"Belle expérience pour moi dans un format inédit mais très intéressant et bien structuré ! Bravoooooooo :-)"

"Un format bien adapté au contexte (5 sessions d'1h30)"

"Cela nous a permis de bénéficier d'un temps d'appropriation et de restitution. Ce qui est impossible quand on suit des formations sur 1 ou 2 jours et que l'on repart direct au boulot ensuite (...) J'ai pu avancer pas à pas dans la méthodologie proposée."

"Tout s'est très bien passé, le système de visio utilisé marche très bien. Les commentaires permettent d'échanger en même temps que la formation."

"Malgré mes craintes, il y a eu beaucoup d'échanges et de convivialité"

"La formatrice était super, les outils proposés efficaces, belle communication et partage avec les collègues des autres OT."

"50 % des formations sont toujours en présentiel pour créer un lien important entre les membres du réseau via la formation !

Il reste aussi primordial sur certaines thématiques de pouvoir se mobiliser physiquement et permettre des interactions accrues avec le formateur sur des sujets complexes ! "



>> De l'intra à la carte


Depuis maintenant 3 ans, la MONA propose au réseau néo-aquitain des formations en intra-entreprises à destination des équipes et sur un sujet précis. Ces formations apportent une plus-value quant au travail d'équipe, à la prise en main de sujets par un collectif ou la mise en place de projets transversaux. C'est en moyenne plus d'une vingtaine de formation intra par an que la MONA anime avec son pool de formateurs et les retours sont très positifs.

La plus value de la MONA

Reformulation de votre besoin
Construction du meilleur format
Compétence en ingénierie pédagogique
Pool de formateurs validé par notre accord cadre



Les grands thèmes



accueil gestion de la structure
promotion/communication
gestion de projet commercialisation
 accompagnement
management des prestataires
 développement personnel
ressources humaines
stratégie des offices des offices de tourisme

Vos interlocuteurs



Marie

L'administratif
stagiaire

L'administratif
intervenant



Camille

Les référents ingénierie
pédagogique



Charlotte



Jean-Baptiste



Fabien



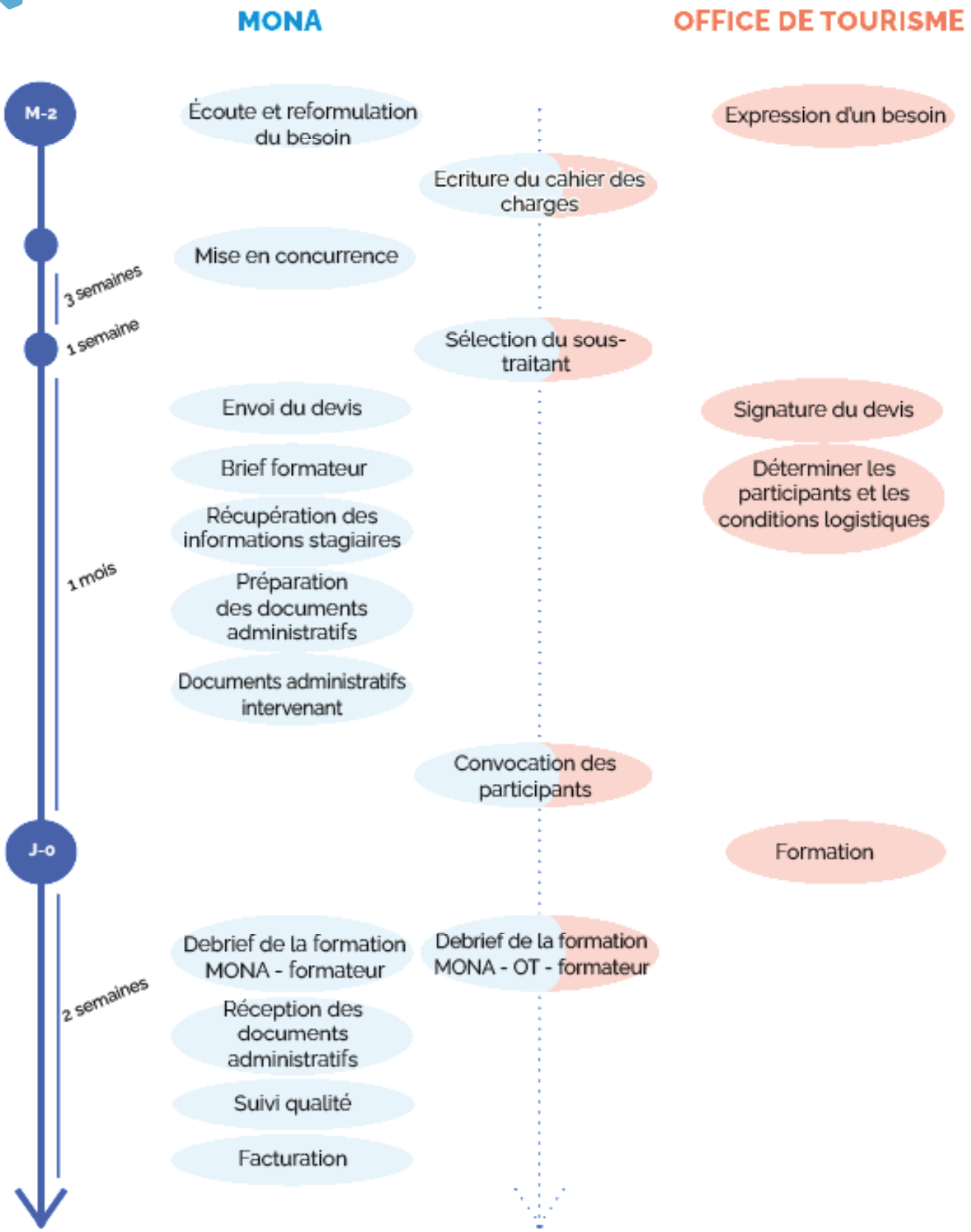
Amélie



Florent



Qui fait quoi dans l'organisation d'une action intra ?



1 mois et demi à 2 mois entre l'identification des besoins et la réalisation de l'action



>> Deux certifications à votre rythme



> Deux parcours reconnus au niveau national

Le CQP "Référént.e Accueils Touristiques" et le CQP "Chargé.e de Projets Etourisme" sont reconnus par l'ensemble des acteurs de la Branche Tourisme (Offices de tourisme, Comités départementaux et régionaux du tourisme). Il est propriété de notre fédération nationale ADN qui est de fait le certificateur national. La MONA, en tant qu'organisme de formation, a été habilitée pour le dispenser.

> Vous êtes libres, faites ce qui vous semble le plus judicieux pour votre avenir professionnel !

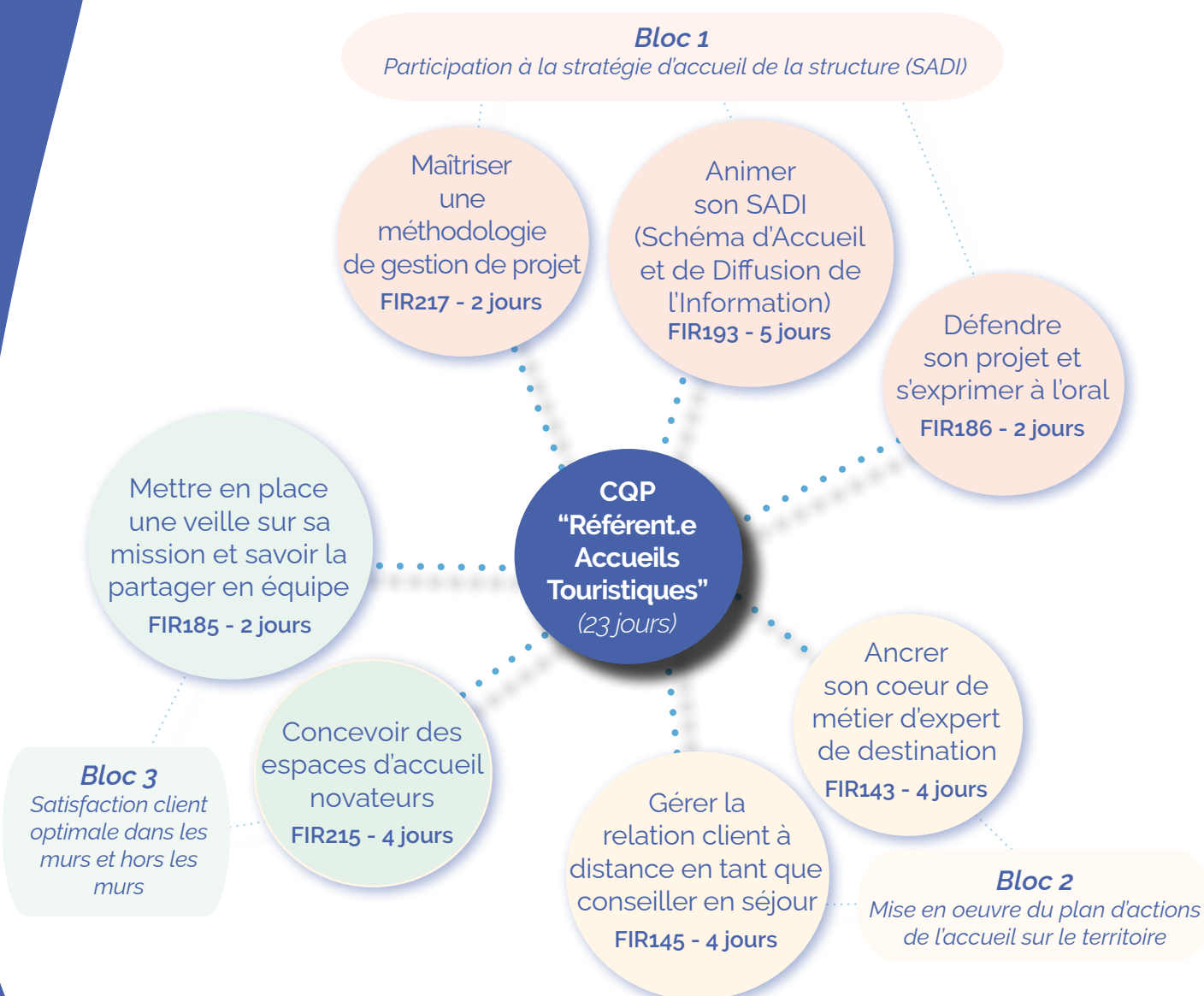
Chaque CQP est constitué de blocs de compétences.

>> Chaque bloc se compose d'une ou plusieurs formations qui doivent être suivies intégralement pour concourir à l'obtention d'un bloc (évaluation à prévoir).

>> Aucune obligation de se lancer dans l'obtention d'un bloc, la formation peut être suivie sans évaluation.

>> IMPORTANT : ces formations vous seront proposées également après 2021 pour vous permettre d'obtenir ce CQP à votre rythme.

> Les formules proposées à partir de 2021



Bloc 1
Proposition d'une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure

Bloc 5
Mettre en place une veille et la partager en interne

Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe
FIR185 - 2 jours

Déployer une stratégie numérique de territoire
FIR183 - 5 jours

Défendre son projet et s'exprimer à l'oral
FIR186 - 2 jours

Définir sa stratégie d'écriture pluri-média
FIR76 - 2 jours

Bloc 2
Participation à la stratégie de contenus. Conception et production

CQP "Chargé.e de projets Etourisme"
(23 jours)

Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire
FIR75 - 5 jours

Bloc 4
Piloter la conception et le développement de projets ou services numériques

Maîtriser une méthodologie de gestion de projet
FIR217 - 2 jours

Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client
FIR184 - 5 jours

Bloc 3
Sensibilisation et accompagnement des acteurs locaux sur le numérique


NEW Seuls les blocs de formation du CQP «Chargé.e de projets Etourisme» sont éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation)

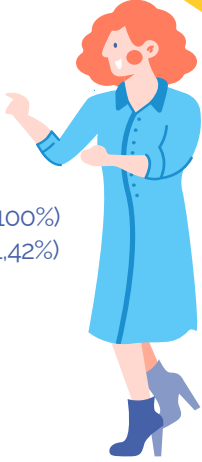
> Une qualité des parcours reconnue

 **92,68%** des candidats ont obtenu leur **diplôme**
(38 diplômés néo-aquitains sur 41 candidats)

- promo 1 CPET : 12 diplômés sur 12 candidats (100%)
- promo 1 RAT : 12 diplômés sur 12 candidats (100%)
- promo 2 CPET : 9 diplômés sur 10 candidats (90%)
- promo 2 RAT : 5 diplômés sur 7 candidats (71,42%)
- 23 salariés accompagnés pour tenter l'obtention du CPET par la voie de la VAE (2 groupes). 30% ont été au bout et ont été diplômés (7 salariés)

 **100%** de **très satisfaits à satisfaits**
Niveau de satisfaction moyen sur le contenu depuis 2016

 <https://www.monatourisme.fr/formations-certifiantes/>



DES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF

Mon Compte Personnel de Formation (CPF) est un droit individuel. En tant qu'acteur de votre avenir professionnel vous pouvez construire, renforcer, sécuriser votre parcours professionnel avec les crédits disponibles sur votre CPF.

Si vous souhaitez co-construire des projets de formations éligibles au CPF en lien avec votre employeur, vous pouvez utiliser vos crédits, par le biais de la MONA, pour :

- Le Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) Chargé.e de projet.s etourisme (CPET)
- Des formations en langues étrangères
- Des formations en PAO



<https://www.monatourisme.fr/le-compte-personnel-de-formation-cpf/>

Votre interlocutrice



Amélie

DES «EXPAIRS» TOUJOURS AU RDV

Nos métiers ne cessent d'évoluer et de nombreuses spécialisations parmi les salariés ont vu le jour. On peut parfois même parler de vocation pour certains.

La MONA valorise donc depuis 6 ans ces compétences internes au sein du réseau.

Compétences ô combien précieuses pour pouvoir proposer des **formation de pair à pair, des interventions, des accompagnements ou encore des témoignages.**

Plus de **40** membres du réseau ont ainsi été formés jusqu'à aujourd'hui sur de nombreux sujets. Une moyenne de 10 à 12 formations par an sont assurées par les «expairs» avec un retour toujours très positif du réseau.

Une promotion 2021 se prépare et interviendra sur les formations 2021 / 2022 / 2023 !



<https://www.monatourisme.fr/category/le-reseau-expair/>



LA FORMATION EN SITUATION DE TRAVAIL

En 2021, la MONA propose aux structures d'explorer un nouveau format de formation : l'AFEST au travers d'une première session sur le sujet : "Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure".

Mais au fait... l'AFEST, c'est quoi ?

AFEST est le sigle qui désigne une "Action de formation en situation de travail". En effet, la Loi Avenir du 5 septembre 2018 a donné une nouvelle définition de l'action de formation et a permis d'ouvrir le champ des possibles.

Cette action de formation, finançable par l'OPCO (OPérateur de COmpétences), est désormais définie comme "un parcours pédagogique permettant d'atteindre un objectif professionnel. Il peut être réalisé en tout ou partie à distance. Il peut également être réalisé en situation de travail". (Art. L. 6313-2).

- **Faites donc connaissance avec l'AFEST avec la FIR «se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure» (FIR 166) page 64.**

Comment cela se matérialise-t'il ?

Une AFEST alterne différentes phases : analyse de la situation de travail pour adapter le côté pédagogique, désignation d'un formateur qui pourra exercer une fonction tutorale, mise en place des phases réflexives distinctes des mises en situation de travail et enfin évaluation.

Les bénéfices de la formation en situation de travail :

C'est une démarche bénéfique pour tous !

- ▶ **Pour l'apprenant** : c'est du concret. Son quotidien devient la matière de la formation.
- ▶ **Pour le formateur** : c'est une reconnaissance personnelle et une valorisation des compétences. On capitalise sur les connaissances en interne.
- ▶ **Pour le manager** : c'est un outil qui instaure un climat de confiance.

TIERS-LIEUX ET MONA, MÊME COMBAT EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT LOCAL

Sociétaire de la Coopérative Tiers-Lieux de Nouvelle-Aquitaine, la MONA s'engage, s'implique et travaille aux côtés de la Coopérative pour développer des synergies entre nos deux réseaux respectifs. Nos équipes sont animées par des valeurs communes :

- l'humain au service du projet,
- le dialogue au cœur des dynamiques de coopération,
- le pouvoir d'agir en local pour penser la transformation de manière globale.

Menés à deux voix, formations, web-séminaires, accompagnements commencent à être proposés dès lors que cela contribue à faire avancer la cause du tourisme en local.

2020 Lieux hybrides
Coworking
Fablab

la coopérative
tiers-lieux
mona
nouvelle-aquitaine

petit précis
tiers-lieux et tourisme



Découvrez le programme de formations 2021 de la Coopérative

<https://transformations.tierslieux.net/>



Découvrez le petit précis «Tiers-lieux et tourisme» réalisé en 2020 par la MONA et la Coopérative

<https://coop.tierslieux.net/centre-de-ressources/>

NOTT, UNE COORDINATION TECHNIQUE AUX CÔTÉS DU CONSEIL RÉGIONAL



> **42** territoires

> **Accompagnements techniques** sur les stratégies d'accueil (**SADI**) et les stratégies de **professionnalisation**

> Des actions de **formation** proposées aux chargés de projet NOTT :

> **FIR 93** : Fédérer son réseau d'acteurs

> **FIR 94** : Accompagner ses prestataires et ses porteurs de projets par des méthodes de coaching

> **FIR 103** : Conduire un projet

> **FIR 136** : Apprendre à faire faire

> **FIR 195** : Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance

> **FIR 196** : Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT



Nouveauté 2021 : animation de sessions de travail sur la mutualisation des PLP

NOMAK POUR REPENSER LE MARKETING DE SERVICES

NOMAK stimule la réflexion des offices de tourisme pour **repenser les services proposés aux prestataires et partenaires**.

Il s'agit d'un nouveau cycle dans les accompagnements sur-mesure de la MONA qui permet de :

- **1.** Définir les besoins de l'office de tourisme
- **2.** Se former à l'écoute client et à l'expression des besoins
- **3.** Analyser l'existant et définir les problématiques à résoudre
- **4.** Produire des idées et les sélectionner
- **5.** Tester son offre de services et définir son modèle
- **6.** Communiquer et animer son marketing de services

nomak NOUVEAU MARKETING DE SERVICES

L'accompagnement de l'équipe et d'un référent sur NOMAK s'effectue sur trois jours pour démarrer et s'ajuste en fonction des avancées de l'office de tourisme sur ces sujets. En formation ou animation, il s'appuie sur une mixité de formats en présentiel et à distance.



<https://www.monatourisme.fr/nomak-pour-repenser-le-marketing-de-services/>

ANIMEZ DURABLEMENT VOS DESTINATIONS

ADDES pour **Animation Durable des DESTinations**, est un programme de transformation qui accompagne les offices de tourisme sur 3 ans, pour prendre en main leur stratégie de tourisme durable autour de six thématiques :

- S'engager pour sa structure .1
- Sensibiliser ses visiteurs .2
- Accompagner ses prestataires .3
- 4. Influencer sur le choix de sa collectivité
- 5. Évaluer sa performance d'après son éco-responsabilité
- 6. Communiquer sur son engagement

Ces 6 étapes constituent le fil rouge du programme ADDES qui regroupe différents formats :

Une communauté

Dédiée sur un groupe Facebook pour échanger et partager ses bons plans

Une boîte à outils

Disponible sur le site internet avec trois catégories : stratégie, méthodologie et bonnes pratiques

Des «expairs» dédiés

De nouveaux expairs rejoignent la communauté



Des grilles d'autoévaluation

Pour analyser l'engagement de sa structure via Ancodea

Des actions de formation

Pour 2021, trois formations reconduites, trois nouvelles thématiques et un webséminaire :

Une sensibilisation en micro-learning

Un module de sensibilisation réalisable en elearning, sur le même modèle que l'expérience Bienvenue ici !



- FIR 170** : Engager des actions durables dans sa structure
- FIR 171** : Accompagner les professionnels dans le développement durable
- FIR 172** : Sensibiliser les publics au développement durable
- FIR 220** : Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable
- FIR 188** : Connaître les outils libres de la toile : initiation
- FIR 219** : Repenser sa stratégie boutique autour du durable
- W70** : Panorama des démarches qualité durables



ADDES, ce sont des formats variés et complémentaires pour chaque compétence de l'équipe afin d'ancrer une transition durable de la destination. Des questions, du partage, une stratégie interne à déployer ?

Votre interlocutrice :



Sophie

Entract

{n.fm} pause inspirante et creative pour manager en transformation



>> Une expérimentation menée en 2020

9 OT

10 managers

12 mois de parcours

50 heures de formation

1 expérimentation interfiliales portée par l'Office de tourisme intercommunal de Limoges, avec 8 structures du territoire pour imaginer un parcours QVTT

>> L'Entract, vu par les managers

- ▶ Une aventure humaine enrichissante personnellement et professionnellement qui permet de prendre du recul sur notre métier et notre façon de manager
- ▶ Anticiper l'avenir
- ▶ Consolider sa force managériale
- ▶ Un cocktail unique et novateur avec du coaching individuel et des temps collectifs
- ▶ Un lieu d'échange où tout le monde se fait confiance
- ▶ Une communauté entre pairs

- ▶ Un espace qui ouvre les chakras et permet d'élargir la pensée unique du manager
- ▶ Une nouvelle façon de voir les choses sur le management et la compréhension et l'animation de la QVT
- ▶ Une démarche "officielle" du réseau qui légitime de travailler sur la QVT et l'innovation managériale
- ▶ Une boîte à outils avec des méthodes directement utilisables

>> L'équipe pédagogique

2 facilitateurs

8 membres de l'équipe pédagogique



Vos interlocuteurs :



Charlotte



Florent

>> Le parcours

Entract est un parcours de formation sur 3 ans. Il est proposé par la MONA, en partenariat avec l'ARACT Nouvelle-Aquitaine et une équipe pédagogique.

Parcours Manager

- > **8** rendez-vous collectifs
- > **3** heures de coaching individuel
- > **1** ressource par semaine
- > **1** accès permanent à la communauté



Parcours Equipe

- > **2 à 6** jours de formation en équipe
- > **3** rendez-vous de co-développement
- > **1** accès permanent à la communauté

Parcours Territoire QVTT

- > Avec des managers du territoire de différents secteurs.
- > Adapté sur-mesure à chaque territoire, en suivant les préconisations de l'expérimentation lancée en 2020 intitulée Limoges act

>> L'entract c'est pour vous si

- > vous êtes manager et disposez de marges de manoeuvres importantes pour innover et changer le fonctionnement interne
- > vous avez envie et acceptez de vous remettre en question sur vos pratiques managériales
- > vous avez un regard critique et positif sur les modes d'organisation des OGD
- > vous avez conscience que de bonnes conditions de travail permettent de faire un travail de qualité
- > vous êtes prêt.e à tester des méthodes nouvelles en interne au sein de votre équipe
- > vous êtes prêt.e à prendre du temps et vous engager à suivre le parcours avec assiduité
- > vous avez le "GO" de votre équipe et de vos élus/administrateurs



“ Une seconde promotion est ouverte à 10 managers qui démarreront le parcours en février 2021. **La sélection se fera avec tous les managers de la promotion 1.** ”

Alors, prêt pour l'entract ?

LE PROGRAMME DE FORMATION 2021

ACCUEIL

Stratégie d'accueil sur les destinations

Animer son SADI - FIR193	27
Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR214	27
Révolution de l'accueil 3 - RR21-1	28

Gestion de la relation client

Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR145	28
---	----

Développement durable

Sensibiliser les visiteurs au développement durable - FIR172	29
--	----

Aménagement de l'espace accueil

Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR215	29
Concevoir une méthode de travail, au sein de son équipe, pour repenser l'aménagement de son office de tourisme - FIR218	30

Accessibilité de l'espace d'accueil

Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR40	30
L'accessibilité des structures recevant du public : où en est-on ? - W73	31

Savoir faire

Ancrer son coeur de métier d'expert de destination - FIR143	31
---	----

PROMOTION TOURISTIQUE / COMMUNICATION

Stratégie de communication

Définir sa stratégie de communication - FIR190	33
Communiquer en période de crise - FIR191	33

Production de contenus

Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR76	34
Maîtriser le storytelling - niveau 1 - FIR152	34
Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2 - FIR189	35
Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR75	35
Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo» - FIR89	36

Stratégie numérique de territoire

Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR183	36
Podcast et tourisme : des pros racontent leur aventure sonore - W71	37

Webmarketing

Développer sa stratégie de promotion avec les influenceurs - FIR162	37
Bien gérer son référencement - FIR155	38

Développement durable

Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR 220	38
Connaître les outils libres de la toile : initiation - FIR188	39

Relations presse et média

Développer les relations presse et média - FIR187	39
---	----

Animation de communautés locales

Animer sa communauté locale - FIR192	40
--------------------------------------	----

Mise en réseau des acteurs

Connaître la réalité économique des acteurs privés de son territoire - FIR194 43
 Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR195 43
 Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT - FIR196 44
 Fédérer son réseau d'acteurs - FIR93 44

Animation numérique

Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR184 45

Coaching

Accompagner ses prestataires et ses porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR94 45

Développement durable

Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR171 46

Marketing de services

Accompagner des acteurs locaux dans le lancement d'une campagne de financement participatif efficace - FIR216 46

Meublés

Accompagner ses meublés sur leur stratégie commerciale - FIR110 47
 Se préparer à être habilité au classement des meublés - FIR111 47
 Accompagner ses meublés en home-staging - FIR61 48
 Club INSPI' MEUBLES - C10 48

Stratégie commerciale

Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR199 51
 Optimiser sa stratégie de commercialisation omni-canal - FIR90 51
 Club INSPI' SERVICES COMMERCIAUX - C2 52
 La fidélisation du client dans le tourisme et la culture - W74 52
 Les tendances touristiques de 2021 - W68 52

Activité réceptive

Être plus performant sur ses séjours sur mesure - FIR197 53
 La microaventure : derrière une tendance à la mode, un vrai engagement durable - W69 53

Force de vente

Construire son argumentaire commercial - FIR153 54

Billetterie

Optimiser sa billetterie - FIR149 54

Boutique

Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR219 55

Visites guidées - produits

Animer une visite pour des personnes en situation de handicap - FIR200 55

Visites guidées - Savoir-être

Réenchâter ses visites guidées théâtral - FIR201 56
 Les trucs et astuces des guides - RV 56

Stratégie

L'Office de tourisme, acteur local du cadre de vie et de l'économie de nos territoires - RR21-2	58
Club INSPI' QUALITÉ - C1	58
Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire en situation exceptionnelle - FIR211	59

Gouvernance

Travailler avec ses nouveaux élus et parler le même langage - FIR212	59
--	----

Animation d'équipe

L'intelligence émotionnelle au service du travail en équipe - W72	60
Manager la parité et la diversité - FIR134	60
Sensibiliser à la Qualité de vie au travail - FIR207	61
Apprendre à faire faire - FIR136	61

Social

Réorganiser son équipe en interne face à des situations exceptionnelles - FIR208	63
Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIR96	63
Dynamiser le dialogue social dans les OGD ? - W67	64

Formation / Plan de développement des compétences

Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure - FIR166	64
Monter et faire vivre son plan de formation - W65	64

Développement durable

Engager des actions durables dans sa structure - FIR170	67
Panorama des démarches qualité durables - W70	67

Juridique

RGPD : votre structure est-elle en conformité ? - W66	67
---	----

Commande publique

Maîtriser les règles de la commande publique : perfectionnement - FIR141	68
--	----

Gestion budgétaire

Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR26	68
--	----

Gestion comptable

Gérer une régie de recettes et d'avances : perfectionnement - FIR102	69
Maîtriser la comptabilité M4 - FIR108	69

Méthodologie

Conduire un projet - FIR103	71
Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR217	71
Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR185	72

Créativité

Innover dans ses projets par des méthodes créatives - FIR123	72
--	----

Webmarketing

Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR205	73
--	----

Animation

Mettre en place sa démarche qualité - FIR204	73
--	----

Organisation du travail

Optimiser son temps de travail - FIR68	75
--	----

Savoir-être



Manager et être en phase avec son équipe - FIR101	75
Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR186	76
Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR203	76
Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR66	77

ACCUEIL

Les formations qui m'intéressent

STRATÉGIE D'ACCUEIL SUR LES DESTINATIONS

27

-  Animer son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) - FIR193 27
-  Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR214 27
- Révolution de l'accueil 3 - RR21-1 28

GESTION DE LA RELATION CLIENT

28

-  Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR145 28



DÉVELOPPEMENT DURABLE

29

- Sensibiliser les visiteurs au développement durable - FIR172 29



AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE ACCUEIL

29

-  Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR215 29
-  Concevoir une méthode de travail, au sein de son équipe, pour repenser l'aménagement de son office de tourisme - FIR218 30

ACCESSIBILITÉ DE L'ESPACE D'ACCUEIL

30

-  Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR40 30
-  L'accessibilité des structures recevant du public : où en est-on ? - W73 31

SAVOIR FAIRE

31

-  Ancrer son coeur de métier d'expert de destination - FIR143 31

Animer son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) - FIR 193



Pour réussir à délivrer "la bonne information, au bon moment et à la bonne cible", il est nécessaire de travailler sa stratégie d'accueil :

- à toutes les étapes du parcours client prioritaire : dans les murs, hors les murs, en ligne et chez les prestataires
- de manière collective : avec son équipe et les acteurs économiques.

Cette formation vous donnera les clés de la gymnastique de travail qu'est le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI), autant sur les étapes de la méthodologie que sur l'animation en interne et sur le territoire.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'animer sa stratégie d'accueil dans les murs et hors les murs de l'office de tourisme avec son équipe (et/ou les acteurs économiques)

Public

Référent accueils touristiques, responsable accueil, chargée d'accueil, conseillère en séjour

Pré-requis


Être en charge d'animer la stratégie d'accueil

Méthodes mobilisées

Apports théoriques sur la méthodologie et la diffusion en interne, ateliers pratiques, atelier de projection : comment transmettre en interne, démonstration, plan d'action personnel, questionnement de groupe, quiz, brise-glace

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation

 18, 19 mars les matins/en ligne
25, 26 mars journée/en présentiel
8, 9 avril les matins/en ligne
7 octobre journée/en présentiel
35 h



En ligne -
Périgueux



MONA



Voir page 87

Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR 214



Tourisme de proximité, staycation, locatourisme, un jour visiteur, le lendemain guide et accueillant, l'habitant occupe une place de choix dans les stratégies des destinations. Si les initiatives et les bonnes pratiques sont nombreuses, il convient de poursuivre un vrai travail sur la question des habitants. Comment repenser le tourisme en local sans sonder sa propre population ? Construire de nouvelles offres, de nouveaux produits/services à leur attention, les impliquer davantage dans l'accueil et la manière de faire découvrir le territoire sont autant de leviers possibles. Et vous vous en êtes où ? Une formation résolument opérationnelle pour renforcer sa stratégie habitants.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire aura établi/consolidé une feuille de route réaliste visant à développer une stratégie en faveur des habitants. Ce plan d'action aura fait l'objet d'une lecture critique pour lever les freins à sa mise en oeuvre.

Public

Tout public

Pré-requis


Pas de pré-requis

Méthodes mobilisées

Apports sur la méthodologie et la programmation d'une stratégie habitants construite de manière inclusive. Nombreuses techniques d'animation utilisées pour déployer la créativité, pour développer son sens de l'écoute ainsi que pour acter et prioriser les choses. Ateliers pratiques, questionnements de groupe, pitch de fin individuel.

Modalités d'évaluation

Pitch de fin individuel prévu pour pouvoir identifier si les acquis sont validés, en cours d'acquisition ou non validés.

 4, 20 mai les matins
et 21 mai journée/en
ligne
14 h



En ligne



MONA



Voir page 87



Révolution de l'accueil 3 - RR21-1

ANNULÉ

Rencontre réseau

Après la première Révolution de l'Accueil en 2014, la deuxième en 2016, la 3ème Révolution de l'Accueil est en route pour 2021 ! Cette fois-ci, ce n'est pas le numérique qui bouscule notre cœur de métier, mais bel et bien la crise provoquée par le "coco". L'année 2020 a de nouveau challengé les équipes alors nous vous proposons un retour sur des initiatives déjà enclenchées ET surtout une projection sur l'accueil de demain avec en ligne de mire : les prochaines saisons touristiques ! Quels aménagements des espaces d'accueil ? Quels besoins et tendances des clientèles ? Quels outils de conseils et d'infos ? Rendez-vous le 5 mars 2021 !

Public

Tout public

5 mars
7h

Cognac



MONA



Voir page 87

Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR145



L'accueil des visiteurs requiert les mêmes compétences au comptoir que hors des murs du bureau d'informations touristiques. L'idée de cette formation est de réussir à transposer l'expertise de l'accueil physique à la relation client à distance.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier la plus-value de la mission de conseiller en séjours à distance, d'appréhender l'environnement social média, de modéliser les parcours clients, d'optimiser sa gestion de relation client

Public

Référent.e accueils touristiques, Responsable accueil, Chargé.e d'accueil, Conseiller.ère en séjour, Community manager

Pré-requis

Être en charge de l'accueil de visiteur à distance et hors les murs de l'office de tourisme

Méthodes mobilisées

Exercices en binôme, jeux de rôle, mise en situation téléphonique, jeux, quiz

Modalités d'évaluation

Questionnaire de fin de module digital
Questionnaire de fin de formation



3, 4, 5, 6, 27, 28 mai les
matins/en ligne
11 mai/Marmande
28 h



En ligne -
Samazan



OLIVIER PUVIS



Voir page 87

Sensibiliser les visiteurs au développement durable - FIR172

60% des offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine déclarent sensibiliser les visiteurs à adopter un comportement responsable sur leur destination. L'office de tourisme doit avoir un rôle de facilitateur et de fédérateur pour faire adopter de nouveaux comportements aux visiteurs. Cela passe par une appropriation concrète par les équipes qui pourront ensuite mettre en place une sensibilisation auprès des visiteurs grâce à une communication adroite. Responsabiliser sans moraliser. Vous avez déjà démarré ? Vous avez besoin d'autres idées, de construire une stratégie de sensibilisation ? Nos expairs vous livrent méthodes et outils pour construire cet engagement.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de concevoir des actions de sensibilisation à l'attention de ses visiteurs pour un tourisme plus responsable et respectueux de son territoire

Public _____

Tout public

Pré-requis _____

Etre missionné en interne sur la mise en place du durable pour la structure et le territoire

Méthodes mobilisées _____

Module elearning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mise en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe, exposé d'une feuille de route

Modalités d'évaluation _____

Evaluation au travers de mises en situation, de quiz et d'un exercice intersession

15, 16, 29, 30 novembre
les matins
14 h

En ligne

MONA

Voir page 87

Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR 215



Depuis l'arrivée d'Internet, l'office de tourisme comme lieu physique d'accueil n'a de cesse d'être questionné sur son utilité réelle. Si la fréquentation physique est en baisse, doit-on continuer à s'alarmer ou doit-on au contraire remettre au centre la question des espaces physiques d'accueil et de manière plus large de l'éco-système office de tourisme. Si certains ont emboîté le pas dans le réseau (exemple des travaux menés par la commission prospective avec 8 portraits d'offices nouvelle génération : <http://officedetourismedufutur.fr/inspiration/>), et si on ajoute la dynamique intéressante des Tiers-Lieux notamment... il semble important d'apporter de nouvelles manières de concevoir les espaces et de mieux appréhender les nouvelles tendances en matière d'équipements et matériaux dans les lieux d'accueil et pas nécessairement touristiques.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'utiliser les nouvelles tendances en matière d'équipements et matériaux dans les lieux physiques d'accueil, tout en intégrant les dimensions d'identité, d'usages, de confort aussi bien pour les usagers que pour les salariés

Public _____

Tout public

Pré-requis _____

Porter un projet futur de réaménagement au sein de sa structure

Méthodes mobilisées _____

Exercices, jeux, échanges et retours d'expériences, étude d'un cas réel, vidéo-projection

Modalités d'évaluation _____

Evaluation continue tout au long de la formation sous forme de questionnaire avec questionnaire final en fin de formation

20, 21, 28 septembre/
Bordeaux
11 octobre/en ligne
28 h

En ligne -
Bègles

STAFF ATLANTIC

Voir page 87

Concevoir une méthode de travail, au sein de son équipe, pour repenser l'aménagement de son office de tourisme - FIR218



Partant d'un constat simple, communément admis ces dernières années, qu'1 à 3 visiteurs sur 10 franchissaient les portes d'un office de tourisme. Les pratiques en matière d'accueil et de diffusion d'informations n'ont eu de cesse d'évoluer au sein du réseau. Repenser l'accueil au sein des murs, étoffer les contenus en ligne, mener des actions hors les murs, déployer de nouveaux services avec et pour les prestataires ont permis l'éclosion de très belles réussites. La réflexion menée au sein des murs de l'office et de ses BIT, les cas échéants, nécessite un réel travail de remise à plat des usages tant côté usagers que côté salariés. Avant de se lancer dans quelconques aménagements/travaux, il semble important de le penser en équipe. Le manager ou pilote en interne de cette réflexion doit être outillé pour réussir cela. Techniques d'animation de groupe, d'écoute et de prise de parole libre, de prise de décisions collectives seront les facteurs clés d'une réussite d'un projet de structure comme celui-ci.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de produire avec son équipe une réflexion sur l'aménagement de son office en intégrant une méthode de travail basée sur la co-construction et la prise de décision collective

Public

Direction, Responsable d'accueil

Pré-requis

Avoir un projet de réaménagement futur

Méthodes mobilisées

Apports théoriques sur la méthodologie et la programmation d'une stratégie d'animation pour co-construire un projet de réaménagement avec son équipe et les acteurs locaux au sens large. Nombreuses techniques d'animation utilisées pour déployer la créativité, pour développer son sens de l'écoute ainsi que pour acter et prioriser les choses. Ateliers pratiques, questionnements de groupe, pitch de fin individuel.

Modalités d'évaluation

Pitch de fin individuel prévu pour pouvoir identifier si les acquis sont validés, en cours d'acquisition ou non validés.



22, 23 mars
14 h



Agen



MONA



Voir page 87

Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR 40



Le libre accès aux vacances, aux sports et aux loisirs représente un facteur primordial d'intégration sociale et d'épanouissement personnel pour les personnes présentant une gêne ou un handicap ». C'est un droit fondamental inscrit dans la loi dite de lutte contre les exclusions du 29 juillet 1998. Créé en 2001, le label national « tourisme et handicap » vise à concrétiser ce droit en apportant aux personnes à besoins spécifiques une information sur l'offre touristique et les loisirs accessibles et adaptés à leurs besoins. Les professionnels qui s'engagent dans le label Tourisme et Handicap apportent un soin particulier à l'accessibilité de leur structure et sont tenus au respect de certains critères de labellisation. L'intégration des touristes en situation de handicap représente un enjeu économique et social important.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de structurer sa démarche en vue de l'obtention du label «Tourisme & Handicap»

Public

Personne en charge de l'accessibilité dans la structure

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Question/réponse, brainstorming, ateliers par petits groupes, jeu de cartes, livrets

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation



27, 28 septembre
14 h



La Rochelle



PELATIS (BEETIC)



Voir page 87



L'accessibilité des structures recevant du public : où en est-on ? - W73

Webséminaire

La loi n°2005-102 du 11 février 2005 fixe le principe d'une accessibilité généralisée : au 1er janvier 2015, tous les ERP existants devaient être accessibles aux personnes handicapées, quel que soit le handicap de ces dernières. Quelle est la situation en 2021 ? Les démarches nécessaires ont-elles été accomplies afin de garantir une égalité pour tous dans l'accueil. Telles sont les questions que permettra de poser ce webséminaire : petit aperçu juridique, nécessité de la démarche et retour d'expérience seront au rendez-vous !

Public

Directeur.trice



6 octobre
1h



En ligne



MONA



Voir page 87

Ancrer son cœur de métier d'expert de destination - FIR143



Les notions de relation client et de prise en charge du visiteur s'adressant à un office de tourisme a évolué ces dernières années. Plusieurs raisons, autant valables les unes que les autres, expliquent ce changement continu. Bien qu'il soit utile de comprendre toutes ces raisons, il est surtout important de comprendre que le métier de conseiller en séjour évolue sans cesse. En effet, il doit permettre de créer les conditions propices à un séjour de qualité par un conseil personnalisé à forte valeur ajoutée. Ceci passe par une écoute et une analyse du visiteur le tout réalisable grâce à une connaissance fine, quantitative et qualitative de l'offre touristique de la destination.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier la plue-value de la mission de conseiller en séjours, d'opérer sa mission de conseil éclairé, d'organiser la poursuite de son apprentissage, de transmettre son savoir-faire auprès de ses collègues

Méthodes mobilisées

Question/réponse, supports vidéo, jeux de rôles, brainstorming, groupe-débat

Public

Référent.e accueils touristiques, Responsable accueil, Chargé.e d'accueil, Conseiller.ère en séjour, Community manager

Modalités d'évaluation

Evaluation du formateur sur plan d'action

Pré-requis

Être en charge de l'accueil de visiteur



1, 2 février ; 8, 9 mars
48h



Bègles



PUZZLE



Voir page 87







PROMOTION TOURISTIQUE / COMMUNICATION

Les formations qui m'intéressent




STRATÉGIE DE COMMUNICATION 33

-  Définir sa stratégie de communication - FIR190 33
-  Communiquer en période de crise - FIR191 33

PRODUCTION DE CONTENU 34

-  Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR76 34
- Maitriser le storytelling - niveau 1 - FIR152 34
- Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2 - FIR189 35
-   Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR75 35
-  Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo» (photothèque version stratégie & qualité) - FIR89 36



STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE 36

-   Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR183 36
-  Podcast et tourisme : des pros racontent leur aventure sonore - W71 37

WEBMARKETING 37

-  Développer sa stratégie de promotion avec les influenceurs - FIR162 37
-  Bien gérer son référencement - FIR155 38

DÉVELOPPEMENT DURABLE 38

-  Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR 220 38
-  Connaître les outils libres de la toile : initiation - FIR188 39

RELATIONS PRESSE ET MÉDIA 39

- Développer les relations presse et média - FIR187 39

ANIMATION DE COMMUNAUTÉS LOCALES 40

-  Animer sa communauté locale - FIR192 40

Définir sa stratégie de communication - FIR190



La stratégie de communication est l'art de diriger et de coordonner les actions nécessaires pour atteindre ses objectifs de communication. Les organismes de gestion de destination évoluent dans un contexte très particulier (crise sanitaire, élections, saison touristique 2020...). Mettre en place une stratégie de communication devient alors indispensable afin d'adopter une vision globale et diffuser des messages adaptés en fonction de ses cibles et médias (site Internet, presse, événementiel...).

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de définir une stratégie de communication, d'en planifier ses actions et de mettre en place les outils de mesure d'impact

Public _____

Responsable de communication, Chargé.e de communication

Pré-requis _____

Etre en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques, mise en situation, études de cas, exercices en sous-groupe, restitution et présentation orale des projets groupes réalisés

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation des acquis



14, 15, 21, 22 septembre
les matins/en ligne
24 septembre/Poitiers
21h



En ligne
Poitiers



L'ATELIER
COACHING &
CRÉATIVITÉ



Voir page 87

Communiquer en période de crise - FIR191



Les organismes de gestion de destination sont de plus en plus confrontés à la gestion de crise. Qu'elle soit sanitaire, environnementale ou politique, nous ne sommes jamais assez préparés. Savoir gérer une communication de crise est primordial mais comment s'y préparer. Comment y faire face ? Avec quel(s) outil(s) de communication ? Sur quel(s) média(s) ? Et, si on va encore plus loin c'est considérer 2020 comme une année blanche touristiquement parlant et préparer 2021 avec une véritable stratégie de communication tournée sur la reprise touristique (analyse poussée des comportements des touristes, communication de rassurance, travail avec les acteurs locaux...).

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'anticiper et de structurer une communication adaptée à la crise, gérer la communication sur les différents médias et imaginer une sortie de crise structurée

Public _____

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Manager intermédiaire

Pré-requis _____

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, être en lien avec les instances de décisions

Méthodes mobilisées _____

Apport théorique, cas pratiques, démonstration, question/réponse

Modalités d'évaluation _____

Évaluation des acquis en fin de formation, via questionnaire et/ou test, avec volet théorique et volet pratique



3, 4, 24, 25 février
les après-midi
14h



En ligne



KEY
PERFORMANCE
GROUP



Voir page 87

Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR76



Il est de plus en plus important d'adapter ses messages à ses objectifs de communication et ses publics visés. Entre la communication papier, l'écriture d'articles de blog, la réalisation de vidéo, la production de photo, l'interaction sur les réseaux sociaux, le métier de la communication touristique requiert de fortes compétences en rédactionnel et en l'art de raconter des histoires qui font rêver.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'accroître ses compétences rédactionnelles, d'expliquer la stratégie d'écriture prise sur la destination, d'estimer la cohérence d'écriture sur les différents supports de communication utilisés sur la destination et de diffuser largement la stratégie auprès de l'ensemble de la destination

Public _____

Chargé.e de la communication, des relations presse, du community management, de la création de contenu, Chargé.e de projets Etourisme

Pré-requis _____

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, être en lien avec les instances de décisions

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques à partir du pitch de sa mission, de personas, du parcours prospect, client et media. Mises en situation, grilles de travail pour les différents media. Apports sous forme d'outils pour les techniques d'écriture adaptées : articles, news, vidéo, série photos légendées...

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire individuel d'évaluation



5, 12 mars
14h



En ligne



EMOTIO TOURISME



Voir page 87

Maîtriser le storytelling - niveau 1 - FIR152



Promouvoir sa destination en racontant une histoire, voici le principe de base du storytelling. Aujourd'hui, être en charge de la promotion dans un organisme de gestion de destination requiert des compétences fortes en écriture et en storytelling. Mais face à une page blanche : comment trouver son axe ? Quel angle aborder ? Quel style adopter ? L'enjeu de cette formation est de permettre aux stagiaires d'identifier l'identité de leur destination et de développer leur faculté à raconter une histoire pour séduire une clientèle et/ou animer une communauté.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer le storytelling sur sa destination

Public _____

Chargé.e de promotion, Community manager, Responsable de communication, Chargé.e de communication

Pré-requis _____

Maîtriser les fondamentaux de la communication touristique

Méthodes mobilisées _____

Présentations théoriques, étude de cas, exercices pratiques

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation des acquis



1, 2, 8, 9 mars les matins
14h



En ligne



LA MAISON DE
L'INITIATIVE



Voir page 87

Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2 - FIR189



Raconter une histoire n'est pas réservé qu'à un acte unique de communication. C'est une véritable stratégie à mettre en place sur différents supports (brochure, article, vidéo, en mobilité, sur les réseaux sociaux, en photos...) pour promouvoir sa destination. L'enjeu de cette formation est de développer sa technique rédactionnelle et ses outils de storytelling pour être en capacité de développer un plan d'action orienté.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de développer et mettre en application un plan d'action structuré et des outils concrets de storytelling pour promouvoir sa destination

Public

Chargé.e de promotion, Community manager, Responsable de communication, Chargé.e de communication

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux de la communication touristique et du storytelling

Méthodes mobilisées

Études de cas, exercices pratiques, exercices de rédaction, brainstorming, quiz

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation des acquis

SESSION 1



13, 14, 20, 21
septembre les matins
14h



En ligne



LA MAISON DE
L'INITIATIVE



Voir page 62

SESSION 2



15, 16, 22, 23
novembre les matins
14h



En ligne



LA MAISON DE
L'INITIATIVE



Voir page 87

Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR75



La Nouvelle-Aquitaine compte plusieurs promotions de "Reporter de Territoire" armés et outillés pour produire du contenu de promotion. Mais rien ne remplace une pratique régulière de la photographie et de la vidéo et une connaissance fine de son matériel pour créer du contenu différenciant et qualitatif afin de mettre en scène sa destination.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'accroître ses compétences en matière de création de contenu photo et vidéo, planifier une production de contenu photo et vidéo, concevoir de nouvelles productions qualitatives

Public

Reporter de territoire, Chargé.e de production, Créateur.trice de contenu, Responsable de communication, Chargé.e de communication, Chargé.e de projets Tourisme

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux de la production photo, vidéo, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

Méthodes mobilisées

Apports théoriques, mise en situation, études de cas, exercices en sous-groupe, présentation orale des projets groupes réalisés

Modalités d'évaluation

Évaluation des acquis et des connaissances par des questionnaires, des tests
Évaluation en situation réelle pour valider la montée en compétence réelle sur les méthodes et les outils



7, 8, 9, 10, 14, 15, 16, 17 juin
les matins / en ligne
21 juin / Périgueux
35h



En ligne
Périgueux



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE



Voir page 87

Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo» (photothèque version stratégie & qualité) - FIR8g



A travers l'image, c'est toute la dimension visuelle de la communication qui se joue. La promotion d'une destination implique la gestion d'une base de photo de qualité. Produire, faire produire et sélectionner des photos ambassadrices pour sa destination est un véritable enjeu. Du point de vue du sens, quelles sont les codes qui font une "bonne photo" ? Comment constituer sa photothèque et optimiser sa banque d'image ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de faire produire de belles photos de son territoire, sélectionner et gérer la sélection

Public _____

Chargé.e de promotion

Pré-requis _____

Avoir en charge la promotion de la destination

Méthodes mobilisées _____

Démonstrations, échanges, ateliers, exercices où l'apprenant sera immergé dans sa (future) pratique professionnelle

Modalités d'évaluation _____

Chaque stagiaire est évalué individuellement au travers d'un questionnaire en ligne fourni par le formateur. Une production écrite ou une description d'une technique sera demandée en fonction des contenus vus durant la formation



9, 13 décembre les matins
7h



En ligne



POP SCHOOL



Voir page 87

Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR183



La notion de stratégie numérique en 2021, ça veut dire quoi pour un OT/CDT ? Quels sont les enjeux et les perspectives à l'échelle d'une destination ? Quels sont les moyens et la place à y consacrer pour proposer une stratégie solide et viable à long terme ? Vous serez ici questionné sur votre façon de concevoir votre méthode de travail pour pouvoir déployer cette stratégie sur la durée en y intégrant plusieurs dimensions comme la concertation, la co-construction, la hiérarchisation et la planification des actions ainsi que leur évaluation en fonction des moyens à disposition.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de définir une stratégie numérique, d'en planifier ses actions, de mettre en place les outils de mesure d'impact et de l'argumenter au sein de sa destination

Public _____

Chargé.e de projet, Chargé.e de projets etourisme, Référent.e numérique, Chargé.e de communication, Community manager

Pré-requis _____

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques, mise en situation, études de cas, exercices en sous-groupe, restitution et présentation orale des projets groupes réalisés

Modalités d'évaluation _____

Évaluation pour mesurer les acquis, Présentation d'un cas, pour permettre à chacun.e de mettre en pratique les apprentissages



3, 4, 5, 22, 23, 24 26 février les
matins, 25 après-midi/en ligne
1er mars/Limoges
35h



En ligne
Limoges



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE



Voir page 87



Podcast et tourisme : des pros racontent leur aventure sonore - W71

Webséminaire

Le podcast a le vent en poupe depuis quelques années. Véritable immersion sonore, le podcast permet de faire voir autrement les trésors des destinations touristiques, de capter et de créer un lien intimiste avec son public et d'offrir une expérience unique. Les professionnels du tourisme l'ont bien compris et ils sont de plus en plus nombreux à lancer leur podcast. Nous leur donnerons la parole pour qu'ils partagent leur expérience à l'occasion de ce webséminaire.

Public

Chargé.e de communication



7 juillet
1h



En ligne



TRAJECTOIRES
TOURISME
AUVERGNE RHÔNE
ALPES



Voir page 87



Développer sa stratégie de promotion avec les influenceurs - FIR162

Selon une étude d'Harris Interactive, 41% des Français estiment que la communication d'influence est plus efficace que la publicité traditionnelle. L'impact des influenceurs sur les jeunes internautes est important et s'accroît de plus en plus. Le marketing d'influence devient une stratégie marketing nécessaire à une destination/entreprise pour faire la promotion de son service/territoire en s'appuyant sur la notoriété d'experts et de personnalités reconnues dans leur domaine, des influenceurs ou leaders d'opinion, afin qu'ils diffusent le contenu de la marque/destination à leur communauté.

Objectif

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de définir un plan d'action chiffré en matière de marketing d'influence, de construire des bons partenariats avec des influenceurs pertinents dans la promotion de la destination, de choisir de nouveaux canaux de communication grâce à du contenu spécifique

Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Community manager

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

Méthodes mobilisées

Questions/réponses avec 2 influenceurs, activités individuelles et en groupes, cas pratique/analyse et debrief d'une action menée, définition d'une grille d'analyse, brainstorming, quiz

Modalités d'évaluation

Un tableau d'évaluation des acquis pédagogiques rempli par le formateur en fin de session



30 septembre la journée
4, 7, 11, 14 octobre les matins
21h



En ligne



COMANAGING



Voir page 87





Bien gérer son référencement - FIR155

Distinguer SEO, SEA, SEM, bien choisir son référencement naturel, utiliser de manière subtile le référencement payant, être bien positionné sur Google et les autres moteurs de recherche... Voilà tout un tas de bonnes questions pour une entreprise/ destination touristique ! Cela prend encore de sens à l'heure où la dé-googlelisation de la planète et la "stratégie de référencement local" se posent de plus en plus.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier la bonne stratégie de référencement sur ces dispositifs en ligne, d'appliquer un plan d'actions cohérent de sa présence en ligne, d'évaluer ses performances

Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Community manager

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

Méthodes mobilisées

Apprentissage théorique, étude de cas pratiques, manipulation d'outils en ligne gratuits, exercices de mise en pratique seul ou en groupe

Modalités d'évaluation

Évaluation des acquis par un questionnaire à remplir en ligne

SESSION 1



3, 4, 10, 11 mars les après-midi
14 h



En ligne



TRIPLE LOOTZ



Voir page 87

SESSION 2



3, 4, 17, 18 novembre les après-midi
14h



En ligne



TRIPLE LOOTZ



Voir page 87

Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR220



Recycler ces brochures non distribuées, limiter l'affichage des prospectus des partenaires, abandonner le papier, éco-construire son site web, réaliser une production audiovisuelle éco-responsable ... Toutes ses actions vous parlent ? Elles relèvent d'une gestion responsable de ses outils de communication. Et vous, où en est-êtes vous ? Connaissez-vous réellement l'impact environnemental de vos outils ? Venez découvrir les grands principes de la communication responsable, apprenez à analyser et adapter vos outils et inspirez-vous de bonnes pratiques pour transformer votre communication de façon plus durable.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'analyser l'impact environnemental de ses outils de communication et de mettre en oeuvre des actions pour adopter une communication responsable

Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les outils de communication utilisés dans sa structure

Méthodes mobilisées

Module elearning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mise en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe

Modalités d'évaluation

Evaluation au travers de mise en situations, de quiz



5, 6, 7, 8 avril les matins
14 h



En ligne



MONA



Voir page 87



Connaitre les outils libres de la toile : initiation - FIR188

Internet est une véritable prouesse technologique dans notre quotidien. Cependant, depuis quelques années sont mis en évidence des dysfonctionnements : impact écologique, récoltes des données personnelles, affichage de l'information sélective, prédominance des géants du web ... Autant d'informations qui nous poussent à devenir vigilant sur notre utilisation du web et à trouver de nouveaux modèles qui nous permettent de reprendre le pouvoir. Les outils libres sont une alternative nous permettant de reprendre le contrôle de notre action numérique et de continuer à communiquer et collaborer, gratuitement, tout en respectant notre vie privée.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'analyser ses outils actuels et de trouver des alternatives libres pour adopter une approche éco responsable et maîtrisée du digital

Public _____

Tout public

Pré-requis _____

Connaitre les outils utilisés par sa structure

Méthodes mobilisées _____

Démonstrations, échanges, ateliers ou exercices collaboratifs, mise en situation, vidéo

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire numérique d'évaluation
Une production écrite ou une description d'une technique sera demandée en fonction des contenus vus durant la formation



2, 3, 9, 10 novembre les matins
14h



En ligne



POP SCHOOL



Voir page 87

Développer les relations presse et média - FIR187



L'information continue, les leaders d'opinion, les influenceurs, les multiples canaux de communication, les usagers qui prennent de plus en plus la parole, les journaux gratuits, provoquent des bouleversements importants dans l'environnement médiatique. Aujourd'hui, le métier d'attaché de presse est impacté au premier chef et doit intégrer pleinement les nouveaux codes médiatiques. Comment parvenir à trouver efficacement une place dans un monde de la presse actuellement en profonde mutation ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de comprendre les principales mutations de la communication touristique, d'intégrer le concept d'influence et son implication dans l'évolution des métiers des relations, d'ajuster ses indicateurs et ses outils pour avoir des relations presse durable, de rattacher cette stratégie de relation presse en période de crise le cas échéant

Public _____

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Chargé.e des relations presses, Community manager, Managers intermédiaire

Pré-requis _____

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, être en lien avec les instances de décisions

Méthodes mobilisées _____

Échanges entre les participants, trame, ateliers collectifs, atelier en mini-groupes, atelier individuel, questions/ réponses, travaux personnels intégrés à la formation évalués à 2h30 avec retour de la formatrice

Modalités d'évaluation _____

Un tableau d'évaluation des acquis rempli par le formateur en fin de session, au vu des travaux réalisés



1, 4 les matins, 8 après-midi
juin/en ligne
17, 18 (matin) juin/Orthez
21h



En ligne
Orthez



COMANAGING



Voir page 87

Animer sa communauté locale - FIR192

La légitimité des organismes de gestion de destination (OGD) à communiquer auprès de leurs clientèles pour les conquérir ou les fidéliser n'est plus à démontrer. En revanche, la communication locale sur leurs orientations et actions, bien qu'essentielle, n'est pas forcément assurée. Il est alors important que les OGD animent leurs communautés locales avec une communication adaptée pour bien savoir parler d'eux.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de traduire sa stratégie touristique auprès des acteurs locaux, de mettre en pratique une animation locale, de créer des communautés locales fortes et acquises à la stratégie touristique de la destination, de justifier les choix pris en matière d'animation locale

Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Manager intermédiaire

Pré-requis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, avoir fédéré un réseau d'acteurs locaux - être en lien avec les instances de décisions

Méthodes mobilisées

Présentations théoriques, cas pratiques, questions/réponses, vidéos

Modalités d'évaluation

Évaluation des acquis en fin de formation, via questionnaire et/ou test, avec volet théorique et volet pratique



27, 28 mai
14 h



Voutezac



KEY
PERFORMANCE
GROUP



Voir page 87






NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

ACCOMPAGNEMENT PRESTATAIRES

Les formations qui m'intéressent

MISE EN RÉSEAU DES ACTEURS 43

-  Connaître la réalité économique des acteurs privés de son territoire - FIR194 43
-  Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR195 43
-  Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT - FIR196 44
- Fédérer son réseau d'acteurs - FIR93 44

ANIMATION NUMERIQUE 45

-   Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR184 45

COACHING 45

- Accompagner ses prestataires et ses porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR94 45


DÉVELOPPEMENT DURABLE 46

- Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR171 46

MARKETING DE SERVICES 46

-  Accompagner des acteurs locaux dans le lancement d'une campagne de financement participatif efficace (crowdfunding) - FIR216 46

MEUBLÉS 47

-  Accompagner ses meublés sur leur stratégie commerciale - FIR110 47
- Se préparer à être habilité au classement des meublés - FIR111 47
- Accompagner ses meublés en home-staging - FIR61 48
- Club INSPI' MEUBLÉS - C10 48



Connaître la réalité économique des acteurs privés de son territoire - FIR194

Les prestataires sont un pilier incontournable de l'office de tourisme et encore plus aujourd'hui dans le contexte particulier que nous traversons. Travailler avec eux oui ! mais les connaître parfaitement, c'est une autre histoire. Le manque de temps fait que l'on privilégie parfois certaines cibles ou que l'on survole le panel en tentant de l'animer sans jamais vraiment y arriver... Ce qu'il manque peut être est une grille de lecture pour les connaître en profondeur et parler le même langage qu'eux.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de concevoir une stratégie de connaissance des professionnels de son territoire selon leur profil et leurs métiers

Public

Chargé.e de l'accompagnement des prestataires

Pré-requis

Travailler au quotidien avec les prestataires

Méthodes mobilisées

Eléments théoriques et apports de connaissances, exercices de mise en pratique des outils présentés en sous-groupe ou individuellement, exercice d'appropriation entre deux sessions

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation



15, 16 mars
14 h



Gueret



OPEN TOURISME
LAB



Voir page 87



Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR195

La période du COVID19 a nécessité l'adoption de nouveaux outils et une nouvelle approche pour répondre aux interrogations des prestataires touristiques dans le respect des mesures sanitaires. Les offices de tourisme, au delà de cet événement, ont un intérêt à développer l'accompagnement à distance. Quelles sont les ressources à avoir pour développer un accompagnement à distance ? Comment développer la même qualité de service (FIR93) dans cet accompagnement à distance (écoute, posture de facilitateur, co-construction, implication, adhésion au projet) ? L'accompagnement à distance est une des manières de fédérer son réseau et permet d'aller plus loin encore sur ce thème.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de proposer un accompagnement à distance ajusté au regard des besoins des prestataires

Public

Coordinateur.trice, Chargé.e de relation prestataires, Chef.fe de projet NOTT

Pré-requis

Etre en charge de l'accompagnement des prestataires touristiques ou d'un projet territorial

Méthodes mobilisées

Supports écrits, échanges et réflexions à partir d'expériences passées, construction d'une animation de réunion à distance en groupe, expérimentation de la posture de facilitateur, temps individuel organisé pour prendre un peu de recul sur les apprentissages à chaque fin de session

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation



1, 2, 8, 9 mars les matins
14 h



En ligne



SOPHIE MOREAU -
WE BLOOM



Voir page 87



Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT - FIR196

Face à la situation sans précédents que nous rencontrons, les référents NOTT occupent une place stratégique pour accompagner avec les offices de tourisme les professionnels du secteur. Le point de départ est simple : requestionner sa façon d'animer ses réseaux et filières. Imaginer de nouvelles offres, de nouveaux produits/services vont être des leviers majeurs pour repenser le tourisme et réinventer les façons de travailler ensemble. Co-construire différemment, prioriser les actions en matière d'offres et de clientèles prioritaires par le biais notamment de la professionnalisation vont être nécessaires pour envisager une reprise durable et consolider les dynamiques locales.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de proposer une méthode d'accompagnement et un plan d'actions adapté aux besoins des acteurs touristiques et aux enjeux de développement du territoire.

Public _____

Chargés de projet NOTT

Pré-requis _____

Etre en charge de l'accompagnement des prestataires et filières touristiques sur un territoire NOTT

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques sur la méthodologie et la programmation d'un plan d'actions à destination de ses prestataires et filières alimenté tout au long de la formation, ateliers pratiques, questionnements de groupe, pitch de fin individuel

Modalités d'évaluation _____

Pitch de fin individuel prévu pour pouvoir identifier si les acquis sont validés, en cours d'acquisition ou non validés.

8 (après-midi), 9 mars/Bègles
18 mars (matin ou après-midi selon le groupe)/en ligne
29 (après midi), 30 mars/Bègles
21h

En ligne - Bègles

MONA

Voir page 87

Fédérer son réseau d'acteurs - FIR93



Elément central sur son territoire, l'office de tourisme établit des relations et anime un réseau d'acteurs locaux. Dans cet écosystème, la place de l'office de tourisme et son rôle en faveur de l'attractivité de la destination est de plus en plus stratégique. Écouter, être en posture de facilitateur, co-construire un projet, faire adhérer et vendre son projet sont des thèmes majeurs pour impliquer son réseau.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de développer une stratégie de collaboration et de co-construction avec les partenaires de son territoire

Public _____

Coordinateur.trice, Chargé.e de relation prestataires, Chef.fe de projet NOTT, Directeur.trice

Pré-requis _____

Avoir identifié un ou plusieurs projets propres à sa structure (projet(s) qui vise(nt) à fédérer et impliquer les acteurs locaux/projet(s) à co-construire, action(s) partenariale(s))
Disposer du temps de travail nécessaire pour engager la mise en œuvre du projet pendant l'intersession

Méthodes mobilisées _____

Travail préalable réalisé par les stagiaires à partir d'une trame de questions transmises par la formatrice, travaux personnels, apports collectifs, ateliers collectifs et en mini groupe, benchmark, illustration bonnes pratiques

Modalités d'évaluation _____

Tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur

3 après-midi, 5, 11, 18, mai les matins ; 10 juin matin
14h

En ligne

COMANAGING

Voir page 87

Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR184



Être en capacité de proposer une approche très technique sur le numérique et la gestion de la relation client à ses prestataires... le top ! En faire une stratégie en interne, le rêve ! qui peut se réaliser en laissant toute sa place à cette mission au sein des structures. Le point de départ, un questionnement de fond : quelles sont les problématiques majeures rencontrées par les prestataires et comment je peux en tant qu'OT/CDT leur apporter de nouveaux services et les appuyer techniquement sur leur stratégie numérique et de gestion de leur relation client.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de développer un programme d'accompagnement à ses prestataires sur la gestion de la relation client

Public

Chargé.e de projet, Chargé.e de projets et tourisme, Référent.e numérique, Chargé.e de communication, Community manager, Chargé.e des prestataires, Animateur.trice de réseaux

Pré-requis

Avoir un projet d'accompagnement des prestataires et leur proposer des services notamment en lien avec la gestion de la relation client

Méthodes mobilisées

Apprentissage théorique, étude de cas pratiques, manipulation d'outils en ligne gratuits, exercices de mise en pratique seul ou en groupe

Modalités d'évaluation

Questionnaire de fin de de formation



8 avril / Voutezac
27, 29 avril ; 4, 6, 18, 20 mai
les après-midis/en ligne
27 mai/Voutezac
35 h



En ligne
Voutezac



TRIPLE LOOTZ



Voir page 87

Accompagner ses prestataires et ses porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR94



Les salariés en charge de l'accompagnement des prestataires ou des porteurs de projets et d'activités se retrouvent confrontés à des entrepreneurs de profils variés, avec des compétences diverses, des niveaux d'autonomie hétérogènes. Outre le socle de compétences techniques nécessaires, ce rôle de conseil et d'accompagnement, voire de coaching, nécessite de développer ses capacités d'écoute active, d'empathie, de reformulation, de détection des besoins.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer des techniques de coaching pour améliorer sa relation aux partenaires et dynamiser le territoire

Public

Chef.fe de projet NOTT, Salarié.e en charge de l'accompagnement des partenaires et porteurs de projets

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Exposés, serious game, tutoriels, vidéos, mise en situation, jeu de rôle, études de cas, cartes action, exercices en sous-groupe

Modalités d'évaluation

Évaluation des acquis et des connaissances par des quiz
Évaluation en situation réelle pour valider la montée en compétence réelle sur les méthodes et les outils



20, 23 septembre les
matins / en ligne
30 septembre / Limoges
14h



En ligne
Limoges



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE



Voir page 87

Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR171



60% des offices de tourisme du réseau déclarent accompagner et sensibiliser les professionnels du tourisme qui souhaitent s'engager dans le tourisme durable. Cela passe par une animation territoriale, des réunions et formations, un accompagnement à la labellisation, des partenariats avec des professionnels engagés. Cependant, sensibiliser ne suffit plus : il faut faire, agir, mettre en action le projet ! La légitimité de l'office de tourisme doit être naturelle sur cet accompagnement ! On démarre ensemble la réflexion ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de formuler de nouvelles idées d'accompagnement de ses prestataires autour du durable

Public _____

Tout public

Pré-requis _____

Avoir le projet d'accompagner les prestataires du territoire sur le durable

Méthodes mobilisées _____

Module elearning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mise en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe, exposé d'une feuille de route

Modalités d'évaluation _____

Evaluation au travers de mises en situation et de la présentation finale de la feuille de route d'accompagnement de prestataires sur le durable



30 septembre ; 1, 7, 8
octobre les matins
14 h



En ligne



MONA



Voir page 87

Accompagner des acteurs locaux dans le lancement d'une campagne de financement participatif efficace (crowdfunding) - FIR216



La période COVID que nous traversons a un impact considérable sur la santé financière de bon nombre d'acteurs. L'office de tourisme dans sa mission de coordination, localement, se doit d'apporter un appui et un soutien aux acteurs touristiques, culturels... Des services nouveaux peuvent être apportés par l'office et peuvent permettre d'enclencher des accompagnements de type nouveau. Ainsi, maîtriser les étapes clés pour réussir une campagne de financement participatif (crowdfunding) peut être une nouvelle compétence de l'office. Aider des acteurs (ex : associations locales et collectifs en tout genre, sites de visites, festivals,...) à structurer ce type de campagne pour trouver des fonds est une piste intéressante dans une logique d'économie locale et circulaire. Outre l'aide financière apportée, c'est aussi un moyen de renforcer le lien avec sa communauté, ses soutiens et aussi sa communication autour de ce qui fait sens pour la structure. L'office peut, par ce biais, renforcer son rôle au service des acteurs qui font le territoire.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'accompagner une structure de son territoire dans les étapes de conception d'une campagne de crowdfunding

Public _____

Chargé.e de prestataires, animateur.trice de réseaux

Pré-requis _____

Être en charge de l'accompagnement des prestataires touristiques

Méthodes mobilisées _____

Atelier pratique en binôme et en groupe, restitution orale avec questions-réponses, sélection de courtes vidéos

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation pédagogique



5, 6 octobre
14 h



Bègles



MONSIEUR
BENJAMIN
GARNAUD



Voir page 87



Accompagner ses meublés sur leur stratégie commerciale (tarification et fidélisation) - FIR110

Pouvoir aider à la décision stratégique de fixation des prix à l'aide de méthodes éprouvées est un des objectifs de l'office de tourisme dans l'accompagnement des hébergements meublés du territoire. Il s'agit d'assimiler les bases stratégiques et techniques du yield management et des techniques de fidélisation afin de pouvoir les appliquer aux meublés de tourisme.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'accompagner les meublés de sa destination sur des tactiques de gestion des prix et de fidélisation

Public _____

Chargé.e de l'accompagnement des prestataires,
Chargé.e de commercialisation

Pré-requis _____

Être en charge de l'accompagnement des hébergeurs meublés de tourisme

Méthodes mobilisées _____

Questions/réponses, séance pratique de manière individuelle ou en mini-groupe, étude de scénarii, échanges

Modalités d'évaluation _____

Évaluation à chaud des acquis en fin de formation par un questionnaire et/ou une mini étude de cas dans le cadre de l'accompagnement d'un exploitant touristique



1, 2 avril
14 h



Angoulême



GUEST ET STRATEGY



Voir page 87

Se préparer à être habilité au classement des meublés - FIR111



Pour tout savoir de l'habilitation au classement des meublés, deux journées de formation à la fois théoriques et pratiques. Elles vous permettront d'avancer dans votre dossier et de vous préparer pour cette mission, qui se répand fortement dans les offices de tourisme et ADT/CDT. Un nouveau service plus à offrir à vos partenaires !

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer la mission de classement : de la création du dossier aux services proposés à ses prestataires

Public _____

Salarié.e amené.e à classer des meublés de tourisme et son.sa suppléant.e

Pré-requis _____

Être en charge du classement des meublés

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques, échanges, interactions, mise en pratique et en situation sur le terrain

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation et cas pratique



20, 21 mai
14 h



Eugénie les Bains



MONA



Voir page 87

Accompagner ses meublés en home-staging - FIR61



Un petit nouveau est apparu il y a quelques années dans les services proposés par les offices de tourisme à leurs prestataires : le classement des meublés de tourisme. Plusieurs offices sont devenus organisme agréé au classement, et une formation MONA a déjà eu lieu à ce sujet. Afin d'améliorer les préconisations de fin de visite et dans l'esprit d'apporter toujours un service plus, un module « home staging » est reproposé cette année. L'objectif de cette formation est de fournir des premières notions en home staging aux salariés des offices de tourisme en charge de l'accompagnement et du conseil aux hébergeurs. Elle pourra s'appuyer sur des cas pratiques.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'apporter un premier niveau de conseil à ses partenaires hébergeurs en home staging

Public

Personnes en charge de l'accompagnement au classement des meublés de tourisme et/ou de l'accompagnement des prestataires hébergeurs

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Apports théoriques du formateur, échanges et interactions, mise en pratique par le stagiaire (faire soi-même en étant accompagné), appareils photos propres à chaque stagiaire et ordinateurs pour le retraitement d'image

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation



23, 24 février
14 h



Eugénie les Bains



UC CONSEIL



Voir page 87

Club INSPI' MEUBLÉS - C10

Club

Ce Club Inspi' Meublés s'inscrit dans la continuité des actions de formation proposées au réseau depuis ces dernières années sur le vaste sujet de l'accompagnement meublés (habilitation au classement, home staging...). L'idée étant de pouvoir confronter pratiques terrain, apports théoriques et besoins spécifiques de nouvelles compétences.

Public

Personnel en charge de l'accompagnement des meublés



8 avril
7h



Cambo-les-Bains



MONA



Voir page 87



NOTES





A series of horizontal dotted lines for writing notes.

COMMERCIALISATION

Les formations qui m'intéressent



STRATÉGIE COMMERCIALE

51

-  Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR199 51
-  Optimiser sa stratégie de commercialisation omni-canal - FIR90 51
- Club INSPI' SERVICES COMMERCIAUX - C2 52
-  La fidélisation du client dans le tourisme et la culture - W74 52
-  Les tendances touristiques de 2021 - W68 52

ACTIVITÉ RÉCEPTIVE

53

-  Être plus performant sur ses séjours sur mesure (hyper personnaliser son offre) - FIR197 53
-  La microaventure : derrière une tendance à la mode, un vrai engagement durable - W69 53

FORCE DE VENTE

54

-  Construire son argumentaire commercial - FIR153 54

BILLETTERIE

54

-  Optimiser sa billetterie - FIR149 54

BOUTIQUE

55

-  Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR219 55


VISITES GUIDÉES - PRODUITS

55

-  Animer une visite pour des personnes en situation de handicap - FIR200 55

VISITES GUIDÉES - SAVOIR-ÊTRE

56

- Réenchanter ses visites guidées (théâtral) - FIR201 56
-  Les trucs et astuces des guides - RV 56

Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR199



La crise sanitaire a bouleversé le tourisme de l'année 2020. Beaucoup de français ont décidé de partir en France et beaucoup de destinations ont pris la balle au bond en créant des campagnes de communication toutes plus alléchantes les unes que les autres. Qu'en est-il de demain ? Pourra-t'on voyager de la même manière ? Et si la clientèle de proximité était l'avenir ? Quelles offres touristiques mettre en avant pour pouvoir développer une réelle stratégie de tourisme de proximité ? Comment sortir son épingle du jeu pour donner envie aux locaux et voisins proches de venir (re)découvrir leur chez eux ? Comment innover et être en phase avec leurs attentes ? Comment bâtir cette offre et la faire connaître ?

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de développer une stratégie commerciale permettant de faire découvrir ou redécouvrir ce que le client de proximité n'a jamais soupçonné sur son territoire

Public

Chargé.e de commercialisation

Pré-requis

Connaître sa clientèle de proximité
Connaître ses offres sur le territoire

Méthodes mobilisées

Apports théoriques, illustrés d'exemples, temps d'échanges et partages d'expériences, ateliers de réflexion et de co-création en petit groupes, atelier de création de personas pour identification des clientèles, jeux de rôle, pour travailler sur la posture à adopter avec les locatouristes

Modalités d'évaluation

Questionnaire interactif pour validation des acquis



25, 26 février
14 h



Saintes



DIVINEMENT BON
(BEETIC)



Voir page 87

Optimiser sa stratégie de commercialisation omni-canale - FIR90



La stratégie commerciale paraît essentielle pour développer de l'autofinancement, mais les acteurs sont nombreux et le secteur concurrentiel. En se basant à la fois sur les règles du marché et sur les fondements juridiques de la commercialisation, cette formation s'attachera à donner aux responsables commerciaux les clés pour trouver le bon angle en fonction de la stratégie de son territoire, connaître les différentes possibilités en termes de partenariat ou d'apport d'affaires, développer sa stratégie d'offre de service. Quels leviers pour optimiser sa stratégie, quel temps y consacrer pour quel impact, avec qui, sont des questionnements essentiels à se poser.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mettre en place des actions optimisant son service commercial

Public

Chargé.e de commercialisation

Pré-requis

S'engager à mobiliser du temps pour la mise en place de la stratégie

Méthodes mobilisées

Vidéo, étude de cas, recherche internet, apports théoriques de la formatrice, travaux en groupe, jeux, expérimentation

Modalités d'évaluation

Les apprenants seront évalués à chaque étape de la formation en fonction des travaux fournis et des acquis restitués lors des applications. Un questionnaire sera transmis en fin de formation évaluant les acquis théoriques à chaud



7 septembre/Poitiers
16 (après-midi), 22 (matin)
septembre/en ligne
14 h



En ligne
Poitiers



RUBBEES



Voir page 87

Club INSPI SERVICES COMMERCIAUX - C2

Club

Après le succès du club «Services commerciaux» des dernières années, deux jours seront à nouveau proposés aux responsables et membres de ces services commerciaux des offices de tourisme et ADT/CDT/CRT, qui s'étoffent au fil des années. Le programme est construit sur mesure d'après vos retours et besoins.

Public

Personnel en charge des services commerciaux



1, 2 décembre
14h



Périgueux



MONA



Voir page 87

La fidélisation du client dans le tourisme et la culture - W74



Webséminaire

Face à une incroyable variété d'offres et à un comportement de plus en plus sélectif de la part du consommateur, comment les structures touristiques et culturelles peuvent-elles tirer leur épingle du jeu ? Comment fidéliser des visiteurs pour les faire revenir ? Carte de fidélité, mailing, site web... les outils pour fidéliser, améliorer le parcours client sont nombreux !

Public

Tout public



17 novembre
1h



En ligne



TRAJECTOIRES
TOURISME
AUVERGNE
RHÔNE ALPES



Voir page 87

Les tendances touristiques de 2021 - W68



Webséminaire

Quelles seront les tendances du voyage post-covid ? Le monde du tourisme sera-t-il comme avant ? Les nouveaux modes de consommation et de voyage qui ont émergé et se sont accélérés pendant cette période insolite trouveront-ils une place durable dans le paysage touristique ? Le Pôle Etudes Marketing d'Auvergne-Rhône-Alpes dévoilera son étude pour l'année 2021.

Public

Tout public



7 avril
1h



En ligne



TRAJECTOIRES
TOURISME
AUVERGNE
RHÔNE ALPES



Voir page 87



Être plus performant sur ses séjours sur mesure (hyper personnaliser son offre) - FIR197

Les services commerciaux des offices de tourisme se développent de plus en plus. Mais difficile de se faire une place dans ce milieu ultra compétitif où le visiteur demande toujours plus d'expérience, de personnalisation et des prix abordables. Comment les séduire par des produits sur mesure, hyper personnalisés ? Quels leviers activer sur les territoires pour être en adéquation avec la demande client ?

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de proposer un séjour unique à son client

Public

Chargé.e de commercialisation

Pré-requis

Avoir déjà travaillé sur du séjour en office de tourisme ou en agence réceptive

Méthodes mobilisées

Apports méthodologiques suivis de questions/réponses, exercices sur des cas réels, travaux en sous-groupes, échanges d'expériences, atelier créatif, réflexion collective et collaborative

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'observation et de feed-back lors des exercices pratiques
Questionnaire de connaissances comparatif début/fin de formation



31 mai ; 1er juin
14 h



Limoges



APPROCHES
BUSINESS
CONSULTING



Voir page 87

La microaventure : derrière une tendance à la mode, un vrai engagement durable - W69



Webséminaire

La micro-aventure, ce concept d'évasion à deux pas de chez nous et sur moins de deux jours, est dans toutes les bouches depuis le post-confinement. De plus en plus de professionnels du tourisme s'emparent d'ailleurs de ce nouveau crédo. Alors, simple coup marketing ou véritable démarche durable ? Pendant 1h, nos invités et participants échangeront autour de cette nouvelle manière de voyager, véritable art de vivre.

Public

Tout public



12 mai
1h



En ligne



TRAJECTOIRES
TOURISME
AUVERGNE
RHÔNE ALPES



Voir page 87

Retrouvez tous les
webséminaires en replay sur la
[chaîne Youtube de la MONA](#)





Construire son argumentaire commercial - FIR153

Monter des produits et des séjours c'est bien, mais encore faut-il savoir les vendre correctement. En effet, bien souvent les services commerciaux répondent à des demandes mais ne les concrétisent pas en acte d'achat. Quelles sont les techniques, les leviers, le vocabulaire, les arguments pour montrer que c'est à l'office de tourisme qu'il faut confier la conception de son séjour ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de transformer une majorité de ses contacts en client du service commercial

Public _____

Chargé.e de commercialisation

Pré-requis _____

Être en contact direct avec le client et chargé du montage de produit

Méthodes mobilisées _____

Apport théorique de la formatrice, brainstorming, exercice de mise en pratique, étude de cas, étude de vidéo, étude de texte, construction commune d'un argumentaire, jeu de rôle, entraînement et analyse

Modalités d'évaluation _____

Evaluation au travers de mise en situation



3, 4, 22, 24 février les après-midi
14 h



En ligne



RUBBEES



Voir page 87

Optimiser sa billetterie - FIR149



71% des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine gèrent une billetterie, principalement en vente au comptoir. C'est une manne financière importante. Pourrait-elle l'être plus alors que la mission est hétérogène dans ses objectifs ? Y a t'il des leviers pour améliorer sa billetterie, son organisation, des négociations avec les partenaires à mener, des marges à améliorer, des méthodes d'optimisation à ne pas manquer. C'est ce que nous explorerons au travers de cette formation.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'optimiser le fonctionnement de la billetterie de son office de tourisme, administrativement, comptablement et commercialement

Public _____

Responsable commercialisation, Responsable d'accueil

Pré-requis _____

Connaître le fonctionnement d'une billetterie et en avoir une dans sa structure

Méthodes mobilisées _____

Fiches d'experts, témoignages, exemples en images et outils décrits, apports techniques et illustrations, échanges autour des process d'amélioration et outils innovants du marché

Modalités d'évaluation _____

Utilisation d'un quiz numérique sur les compétences acquises en fin de formation



4, 5 novembre
14 h



Samazan



AKINA



Voir page 87

Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR219



Réussir la création d'une boutique demande de suivre plusieurs étapes préalables indispensables à la pérennisation du projet. L'une de ces étapes est le positionnement que l'on choisit pour la boutique avec la marque et les produits qui en découlent. Aujourd'hui, de plus en plus d'offices de tourisme souhaitent se tourner vers un positionnement plus vertueux, plus local, plus durable. Comment monter une telle boutique en gardant à l'esprit la notion de rentabilité que demande la collectivité. Tout se jouera sur l'esprit donné au lieu, sur les produits que l'on y vend, sur les partenariats que l'on tisse pour en faire un lieu incontournable, un lieu où il faut passer durant ses vacances !

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'établir une stratégie boutique durable et rentable

Public _____

Responsable boutique et salarié.e en charge de la boutique, direction

Pré-requis _____

Avoir une boutique au sein de sa structure et avoir pour projet de faire le virage du durable

Méthodes mobilisées _____

Apports théoriques, illustrés d'exemples, temps d'échanges et partages d'expériences, ateliers de réflexion et de co-création en petits groupes, jeux de rôle, pour travailler sur la posture d'acheteur / négociateur / partenaire

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire interactif pour validation des acquis



4, 5, 6 octobre
21 h



Cap Ferret



DIVINEMENT BON
(BEETIC)



Voir page 87

Animer une visite pour des personnes en situation de handicap - FIR200



Le libre accès aux vacances, aux sports et aux loisirs représente un facteur primordial d'intégration sociale et d'épanouissement personnel pour les personnes présentant une gêne ou un handicap. C'est un droit fondamental inscrit dans la loi dite de lutte contre les exclusions du 29 juillet 1998. Assister à des visites guidées ne s'avère pas toujours simple pour ce public. Entendre quand on est malentendant et que le guide ne parle pas fort, passer par des endroits inaccessibles lorsqu'on est en fauteuil. Autant de petites choses qui rendent le moment pénible pour ce public et qui pourraient être améliorées rapidement. Pour cela, rien de plus important que de comprendre les aléas que rencontrent les personnes en situation de handicap ! Une mise en situation pourra épauler cette formation.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mettre en place des astuces et des techniques pour inclure le mieux possible le public en situation de handicap

Public _____

Guides touristiques

Pré-requis _____

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées _____

Alternance de théorie et d'exercices pratiques, appropriation des méthodes d'animation d'une visite par des mises en situation réelles, mises en situations contextualisées, partages d'expérience avec les stagiaires

Modalités d'évaluation _____

Evaluation des acquis par des jeux de rôle et mise en situation (pour déterminer ce qui a été parcouru et ce qui reste à parcourir)



29, 30 avril
14 h



Périgueux



UFOP



Voir page 87

Réenchanter ses visites guidées (théâtral) - FIR201



Les visites guidées ont encore parfois une image désuète alors qu'elles sont souvent bien réalisées. Ce qui cloche ? Les publics ont changé et recherchent modernité, anecdotes, authenticité ou encore mise en scène. Ces visites animées, théâtralisées remportent ainsi un vrai succès et permettent aux visiteurs de vivre une aventure sur le territoire qu'ils visitent...

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de captiver son auditoire par une mise en scène originale et authentique

Public _____

Guides touristiques

Pré-requis _____

Etre en charge de visites guidées

Méthodes mobilisées _____

Jeux en salle, mise en situation en extérieur, ateliers, plan d'action personnel

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire de validation des acquis sur les exercices pratiques



18, 19 novembre
14 h



Saintes



TAM'S



Voir page 87

Les trucs et astuces des guides - RV



Les Rendez-vous visio _____

Vous êtes guide, vous démarrez ou vous en êtes à votre 30ème année de guidage et vous avez besoin de discuter de pair à pair de vos techniques, des nouveautés, des publics... ces rendez-vous sont faits pour vous : retours d'expériences, échanges de bonnes pratiques seront de la partie lors de 3 visios d'une heure animées par Marie Noëlle, guide à Limoges et passionnée par son métier.

Rendez-vous 1 : le B.A.BA de la visite guidée

Rendez-vous 2 : A l'écoute des publics

Rendez-vous 3 : Construire sa visite guidée : classique ou originale ?

Chaque visio étant indépendante, vous pouvez n'en faire qu'une, deux ou faire les trois !

Public _____

Guides touristiques



Judi 25 février 10h00
Judi 18 mars 10h00
Judi 8 avril 10h00
1h



En ligne



MONA



Voir page 87



NOTES




A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.

STRATÉGIE GÉNÉRALE DES OFFICES DE TOURISME

Les formations qui m'intéressent

STRATÉGIE

58

-  L'Office de tourisme, acteur local du cadre de vie et de l'économie de nos territoires - RR21-2 58
-  Club INSPI' QUALITÉ - C1 58
-  Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire en situation exceptionnelle - FIR211 59

GOVERNANCE (SALARIÉS, ÉLUS...)

59

-  Travailler avec ses nouveaux élus et parler le même langage - FIR212 59

L'Office de tourisme, acteur local du cadre de vie et de l'économie de nos territoires- RR21-2



Rencontre Réseau

Cette rencontre sera l'un des rendez-vous incontournable proposé aux élus et aux techniciens pour parler tourisme local en 2021 ! Cela sera en quelque sorte la rencontre «anniversaire de mandat» où élus et techniciens auront ainsi à coeur de se retrouver pour venir s'inspirer et partager la manière dont le tourisme sur les territoires s'adapte, se réinvente. Soutien à l'économie locale et aux commerces de proximité, financements alternatifs de projets, coordination locale entre acteurs publics et acteurs privés, lien avec les habitants... autant de sujets qui prendront vie grâce à des témoignages de terrain.

Public

Elus et techniciens



Club INSPI' QUALITÉ - C1

Club

Le Club Qualité, c'est tous les ans l'occasion d'échanger avec les autres offices de tourisme marqués et en cours de démarche mais également avec les Relais Territoriaux départementaux qui accompagnent au quotidien leurs offices. Si vous souhaitez redonner du souffle à l'animation de la marque, venir vous inspirer des bonnes pratiques du réseau, phosporer et confronter vos pratiques en matière d'animation de la marque Qualité Tourisme, notez-vous le rendez-vous !

Public

Directeur.rice et responsable qualité



Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire en situation exceptionnelle - FIR211

NEW

Les offices de tourisme et plus généralement les organismes de gestion de destinations sont des outils au service des territoires et de leur développement aussi bien économique que local. En ce sens, ils subissent les aléas de tout bouleversement conjoncturel voire structurel. Avoir conscience de cela est la première pierre à l'édifice d'un nouveau système et d'une refonte progressive mais durable des métiers dans les OGD. La crise de la Covid-19 a mis en exergue la fragilité des OGD. L'idée de cette formation est de comprendre ce qui s'est joué lors d'une situation exceptionnelle dans l'optique de solidifier voire de pérenniser les structures touristiques institutionnelles.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier clairement le rôle de son OGD sur sa destination, d'examiner de nouvelles missions et de nouvelles formes d'organisation, d'argumenter sur les orientations choisies pour les années à venir

Public

Directeur.trice, Manager, Manager intermédiaire

Pré-requis

Etre en charge de la structure, être en lien avec les instances de décisions, être en relation directe avec les élus décisionnaires

Méthodes mobilisées

Icebreaker, apports, ateliers, brainstorming, partage, réflexion et travail collectif

Modalités d'évaluation

Tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur en fin de session



4, 5 février
14 h



Samazan



COMANAGING



Voir page 87

Travailler avec ses nouveaux élus et parler le même langage - FIR212

NEW

Les offices de tourisme et plus généralement les organismes de gestion de destinations sont des outils au service des territoires et de leur développement aussi bien économique que local. L'arrivée de nouvelles équipes d'élus dans les instances décisionnaires est l'occasion pour créer un dialogue constructif, équilibré et utile à la fois à l'ensemble de la destination mais aussi aux hommes et aux femmes qui oeuvrent au quotidien au développement touristiques. La crise de la Covid-19 a mis en exergue la fragilité des OGD. L'idée de cette formation est de "profiter" des enseignements de cette crise dans l'optique de solidifier voire de pérenniser les instances touristiques institutionnelles.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de relier clairement le rôle de son OGD sur sa destination avec les instances décisionnaires, de planifier de manière concertée avec les instances décisionnaires un plan d'actions touristiques favorable à la destination et dans lequel tout le monde s'y retrouve, de composer avec les orientations choisies pour les années à venir.

Public

Directeur.trice, Manager, Manager intermédiaire

Pré-requis

Etre en charge de la structure, être en lien avec les instances de décisions, être en relation directe avec les élus décisionnaires

Méthodes mobilisées

Délivrance des notions fondamentales, examen de cas historiques et de cas propres aux participants, simulations et exercices pratiques

Modalités d'évaluation

Évaluation en situation réelle pour valider la montée en compétence réelle sur les méthodes et les outils

Test de connaissances pour valider les acquis



25, 26 février
14 h



Angoulême



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE



Voir page 87

MANAGEMENT

Les formations qui m'intéressent

ANIMATION D'ÉQUIPE (COHÉSION, CONDITION DE TRAVAIL, QVT, COM INTERNE)

60

-  L'intelligence émotionnelle au service du travail en équipe - W72 60
-  Manager la parité et la diversité - FIR134 60
-  Sensibiliser à la Qualité de vie au travail - FIR207 61
- Apprendre à faire faire - FIR136 61

L'intelligence émotionnelle au service du travail en équipe - W72



Webséminaire

Public

Directeur.trice, Responsable RH, Manager intermédiaire

Nous avons tous des talents dans nos équipes. Mais les compétences techniques ne suffisent pas toujours pour créer une bonne dynamique d'équipe dans le temps et ainsi optimiser le travail en équipe. Et si la clé dans la gestion des ressources humaines reposait sur la capacité à construire des interactions relationnelles positives à l'intérieur des équipes ?



15 septembre
1h



En ligne



MONA



Voir page 87

Manager la parité et la diversité - FIR134



La branche des organismes de tourisme est majoritairement féminine. Mais plus la structure est de taille importante, plus la direction est masculine. Les différences de salaire selon le sexe existent encore. Parallèlement, les élus auxquels le directeur/rice doit rendre compte sont majoritairement des hommes. Il est donc important que tous les directeurs (femmes et hommes) soient formés aux enjeux de parité, de diversité, et de relation humaine liée à cet enjeu.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de faire un audit "parité/diversité" au sein de sa structure, de gérer une relation professionnelle qualitative avec des collaborateurs de sexe différent, gérer une relation professionnelle qualitative avec des élus/DGS de sexe différent

Méthodes mobilisées

Co-construction avec le groupe, travail individuel, créativité

Public

Manager, Responsable d'office de tourisme, Responsable RH

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation des acquis

Pré-requis

Pas de prérequis



8, 9 novembre
14 h



Bègles



STRAT
CONSULTANT



Voir page 87

Sensibiliser à la Qualité de vie au travail - FIR207



Au-delà de l'obligation d'ouvrir des négociations sur l'égalité professionnelle entre homme et femme et sur la Qualité de Vie au Travail (QVT), l'idée de cette formation est de s'approprier ce sujet et d'engager sa structure et toute son organisation dans une démarche plus concertée et plus participative. L'action de sensibilisation est nécessaire afin d'initier un dispositif vertueux d'amélioration continue des conditions de travail des hommes et des femmes qui travaillent dans les organismes de gestion des destinations.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer les principes en faveur de la QVT dans les actions au sein de l'organisation, et de créer une feuille de route en faveur de la QVT

Public _____

Directeur.trice, Manager, Responsable RH, Manager intermédiaire

Pré-requis _____

Être en charge de la structure, être en charge de l'animation d'une équipe, être en lien avec les instances de décisions

Méthodes mobilisées _____

Carte mentale, grille d'autopositionnement, travail en sous-groupes par thématiques, appui ultérieur d'éléments techniques, discussion collective, brainstorming, grille autoévaluation, quiz, vidéo

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation des acquis

SESSION 1



26, 27 avril
14 h



Melle



CARRIERES ET
ENTREPRISES



Voir page 62

SESSION 2



29, 30 novembre
14 h



Mont de Marsan



CARRIERES ET
ENTREPRISES



Voir page 87

Apprendre à faire faire - FIR136



Composante essentielle de la gestion de projet, le distinguo entre le "faire" et le "faire faire" est souvent difficile à délimiter pour quelqu'un qui a en charge de piloter un projet avec un réseau d'acteurs sans lien hiérarchique. Bien trop souvent, le pilote du projet fait tout. Quelles recommandations pour éviter cet écueil ? Qu'entendre par équipe projet ? Quels paramètres considérer pour impliquer davantage les membres de l'équipe projet (compétences, appétences, temps disponibles,...) ? Comment fixer un cadre communément admis ? Quels arguments pour convaincre les autres parties prenantes de s'impliquer également ? Quels jalons mettre en place pour être certain d'atteindre les objectifs fixés ? Quelles réactions adopter si les règles fixées ne sont pas respectées ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de fixer son cadre d'intervention avec des techniques d'animation et un argumentaire ficelé pour impliquer pleinement les parties prenantes au projet et fixer leurs rôles.

Public _____

Manager, Chargé.e d'animer des projets avec un réseau d'acteurs sans lien hiérarchique, Chef.fe. de projets NOTT

Pré-requis _____

Avoir en charge des projets au sein de sa structure

Méthodes mobilisées _____

Exposés, tutoriels, vidéos, mise en situation, jeu de rôle, études de cas, cartes action, exercices en sous-groupe, discussions, quiz

Modalités d'évaluation _____

Évaluation des acquis et des connaissances par un questionnaire

Évaluation en situation réelle pour valider la montée en compétence réelle sur les méthodes et les outils



3, 4, 17, 21 mai
les matins
14 h



En ligne



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE






Voir page 87

RESSOURCES HUMAINES

Les formations qui m'intéressent

SOCIAL

63

-  Réorganiser son équipe en interne face à des situations exceptionnelles - FIR208 63
-  Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIR96 63
-  Dynamiser le dialogue social dans les OGD ? - W67 64

FORMATION / PLAN DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

64

-  Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure - FIR166 64
-  Monter et faire vivre son plan de formation - W65 64



Retrouvez toutes les ressources liées au sujet sur le site internet de la MONA rubrique [«Management - RH - GPEC»](#)



Réorganiser son équipe en interne face à des situations exceptionnelles - FIR208



En mars 2020, le COVID a impliqué une période forte en adaptation pour les entreprises et les individus. Certaines structures ont été plus efficaces pour s'organiser que d'autres. Mise en place du travail en équipe à distance, instauration de règles appliquées au télétravail, etc. Comment prévenir une situation exceptionnelle ? Quels outils pour prendre des décisions impactant l'activité ? Comment gérer son organisation face à un événement menaçant l'activité ?

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier les risques et en situation exceptionnelle, de coordonner des actions, procédures, à mettre en place

Public

Directeur.trice, Responsable RH

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Exposés, analyse commune de pratiques existantes, échanges, travaux de mise en application, "Sprint Design", intelligence collective et co-construction de solutions, mise en situation, études de cas

Modalités d'évaluation

Évaluation au fur et à mesure de la formation sur les mises en situation
Évaluation finale du plan d'actions



11, 12 mars
14 h



Cognac



RUBBEES



Voir page 87

Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIR96



Chaque année, la question du recrutement et de l'arrivée des saisonniers dans une structure est essentielle pour réussir une bonne saison touristique. Cette formation est là pour vous donner toutes les clés pour choisir les bons saisonniers, appréhender et anticiper au mieux leur arrivée afin de les inclure au mieux dans le projet de structure.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de choisir les bons candidats adaptés à la structure, de former et d'encadrer l'équipe constituée et d'optimiser le fonctionnement de toute l'équipe avec l'arrivée de RH supplémentaires

Public

Directeur.trice, Manager d'équipe d'accueil et en charge des saisonniers

Pré-requis

Intégrer une arrivée importante de saisonniers

Méthodes mobilisées

Interaction, utilisation d'outils pratiques, échanges de savoirs et d'expériences, étude de cas concrets, mise en situation avec exercices pratiques

Modalités d'évaluation

Évaluation des acquis à chaud en ligne à la fin de la formation



1, 2 avril
14 h



La Rochelle



NONNENMACHER
SOPHIE



Voir page 87

Dynamiser le dialogue social dans les OGD ? - W67

NEW

Webséminaire

Le dialogue social par le prisme de la qualité de vie au travail ! Les discussions entre salariés et employeurs sont encadrées juridiquement, par le droit du travail, la convention collective, les accords d'entreprises, à travers le CSE notamment. Comment faire de ces règles des outils pour permettre aux salariés et aux managers d'être entendus et impliqués dans leurs propres conditions de travail ? Comment faire pour favoriser les échanges quand on est manager et DRH dans le fonctionnement de la structure quelque soit la taille de l'équipe ?

Public

Directeur.trice, Responsable RH



17 mars
1h



En ligne



MONA



Voir page 87

Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure - FIR166

NEW

L'Action de Formation en Situation de Travail (AFEST) constitue une belle opportunité pour les offices de tourisme car elle permet d'avoir des salariés formés « sur le terrain » et assure une transposition quasi immédiate et opérationnelle des acquis de la formation. Sur tous les métiers de l'accueil et de l'accompagnement des prestataires, ce format au plus près des situations quotidiennes pourrait s'avérer pertinent. Qu'est ce que l'AFEST, est ce que ma structure peut prétendre mettre en place ce type de formation ? Quels sont les besoins nécessaires à ce format, quels en sont les avantages et les bénéfices ? Autant de questions qui trouveront une réponse au cours de cette formation.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de conduire sa structure et l'ensemble de son équipe vers un projet AFEST si cela s'avère pertinent

Public

Tout public

Pré-requis

Avoir pour projet de diriger des actions de formation en situations de travail

Méthodes mobilisées

Travaux en sous-groupes, apports conceptuels, apports méthodologiques, co-construction d'outils, pédagogie inversée, réflexion, échanges

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation des acquis



2, 3 décembre
14 h



Bègles



PLURIEL CONSEIL



Voir page 87

Monter et faire vivre son plan de formation - W65

NEW

Webséminaire

Au-delà du financement, comment construit-on son PDC (Plan de Développement des Compétences) ? Depuis la loi sur la " liberté de choisir son avenir professionnel" du 5 septembre 2018 qui a constitué un véritable big bang dans le champ de la formation, plus les innovations technologiques et sociétales qui sont également de puissants facteurs de transformations, réfléchir aux étapes clés de la construction et de l'animation de son PDC au sein de sa structure est une mission prioritaire face aux nombreux défis à relever en matière d'emploi, de formation et de compétences. Ce webséminaire mettra en lumière de nombreuses recommandations issues du terrain.

Public

RH



20 janvier
1h



En ligne



MONA



Voir page 87

NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.



GESTION DE LA STRUCTURE

Les formations qui m'intéressent

DÉVELOPPEMENT DURABLE

67

Engager des actions durables dans sa structure - FIR170 67



Panorama des démarches qualité durables - W70 67

JURIDIQUE

67



RGPD : votre structure est-elle en conformité ? - W66 67

COMMANDE PUBLIQUE

68



Maîtriser les règles de la commande publique : perfectionnement - FIR141 68

GESTION BUDGÉTAIRE

68

Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR26 68

GESTION COMPTABLE

69



Gérer une régie de recettes et d'avances : perfectionnement - FIR102 69

Maîtriser la comptabilité M4 - FIR108 69



Engager des actions durables dans sa structure - FIR170



90% des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine déclarent inciter les équipes à adopter un comportement responsable au sein des structures. Où en êtes-vous dans votre structure ? L'objectif exemplarité pour un office de tourisme écoresponsable concerne aussi bien l'équipe, du point de vue des gestes éco-responsables, que la qualité de vie au travail, le bâtiment d'accueil, les achats responsables. Passez deux jours avec nos expairs pour savoir comment engager le virage en interne.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de comprendre les enjeux de l'écoresponsabilité au sein de la structure, découvrir une méthode pour s'engager, trouver des idées pour impliquer son équipe

Public

Tout public

Pré-requis

Être missionné en interne sur la mission durable de la structure

Méthodes mobilisées

Apports théoriques et exercices pratiques
Exemples : démonstration, plan d'action personnel, questionnement de groupe, quiz

Modalités d'évaluation

Questionnaire en fin de jour 1 et en fin de jour 2



5, 6 octobre
14 h



PNR Landes



MONA



Voir page 87

Panorama des démarches qualité durables - W70



Webséminaire

Le secteur du tourisme durable est en pleine croissance et entraîne un développement des démarches de qualité liées au durable. Entre labels, certification, charte, norme... comment s'y retrouver ? Quelle démarche choisir ? Comment orienter ses socio-professionnels vers la démarche la plus adaptée ? Venez découvrir un panorama des différents dispositifs existants et leur implication dans les différents piliers du développement durable. 1h pour s'engager durablement et s'orienter vers la démarche la plus adaptée.

Public

Tout public



16 juin
1h



En ligne



MONA



Voir page 87

RGPD : votre structure est-elle en conformité ? - W66



Webséminaire

Depuis mai 2018, le Règlement Général sur la Protection des Données est entré en vigueur sur tout le territoire européen, avec un délai de mise en conformité de 3 ans, auprès de la CNIL. C'est-à-dire jusqu'au 24 mai 2021. Campagnes marketing, événements, comment se mettre en conformité ? Notre expert vous livrera ses conseils pratiques.

Public

Délégu.e à la protection des données, Charg.e de communication



24 février
1h



En ligne



TRAJECTOIRES
TOURISME
AUVERGNE
RHÔNE ALPES



Voir page 87

Maîtriser les règles de la commande publique : perfectionnement - FIR141



Quelles sont les nouvelles obligations des réformes successives dans le Code de la commande publique ? Quels sont les constats récents en matière de jurisprudence ? Comment améliorer mes procédures ? Quels sont les outils existants pour optimiser mes démarches ? Il s'agit de prendre le recul nécessaire sur sa pratique et de mettre à jour son expertise de la commande publique. Un niveau expert pour une connaissance sur le bout des doigts de cette mission.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de conforter les outils et les processus de commandes publiques déjà mises en place dans sa structure

Public

Directeur.trice, Responsable, Chargé.e de développement en office ou collectivité

Pré-requis

Avoir fait la formation de niveau 1
Pratiquer dans ses missions la commande publique

Méthodes mobilisées

Temps théoriques et des temps dynamiques, quizz, sondages en ligne, mises en situation sous la forme d'ateliers pratiques, illustration par de la jurisprudence précise et/ou par des exemples accessibles

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation des acquis



5 (journée), 7, 8 octobre
les matins
14 h



En ligne



FRANCOIS BENECH
AVOCAT



Voir page 87

Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR26



Collecter la taxe de séjour sur son territoire, c'est bien. La considérer comme une ressource dynamique au service du projet de développement touristique du territoire, c'est mieux ! Cette formation vous propose un cadrage réglementaire indispensable et de nombreuses clés pour animer le dispositif de la taxe de séjour. Elle est animée par nos expairs Didier Chappaz et Raphaëlle Miremont, de l'Office de tourisme Côte Landes Nature et Arcachon Expansion. Théorie et pratique seront donc mêlées pour répondre à vos interrogations et imaginer la méthode de perception la plus efficace pour votre territoire. Formation conseillée en binôme : OT/collectivité ou coordonateur/régisseur.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de maîtriser les fondamentaux réglementaires de la taxe de séjour, définir une organisation efficace pour la perception de la taxe de séjour et animer le dispositif avec les différents partenaires, mettre en place des actions d'optimisation de la collecte

Public

Salarié.e en charge de la taxe de séjour et régisseur.euse

Pré-requis

Gérer ou avoir pour projet de mettre en place la taxe de séjour

Méthodes mobilisées

Apports théoriques et exercices pratiques
Exemples : démonstration, observation, exercices et études de cas

Modalités d'évaluation

Questionnaire individuel d'évaluation



15, 16 novembre
14h



Bègles



MONA



Voir page 87

Gérer une régie de recettes et d'avances : perfectionnement - FIR102



La fonction de régisseur, dans les offices de tourisme ayant une comptabilité publique, est complexe. Elle est essentielle au bon fonctionnement de la structure, en particulier sur les activités commerciales. Cette formation ira plus loin dans l'appréhension du rôle de régisseur et permettra de conforter et améliorer les actions déjà mises en place sur cette mission.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'optimiser le fonctionnement de sa régie de recettes et d'avances

Public

Régisseur.euse, Comptable, Gestionnaire administratif et financier des Offices

Pré-requis

Avoir suivi la formation de niveau 1 sur les années précédentes ou déjà connaître le fonctionnement des régies

Méthodes mobilisées

Etudes de cas, cas pratiques, mises en situation, échange d'expériences, brainstorming, supports visuels

Modalités d'évaluation

Evaluation avec QCM et questions ouvertes



14, 15 juin
14 h



Cognac



RUBBEES



Voir page 87

Maîtriser la comptabilité M4 - FIR108



De plus en plus d'offices de tourisme sont aujourd'hui en EPIC, ce qui ne va pas sans poser de nombreuses questions autour de la gestion des structures. Gestion comptable en partie simple ou en partie double, budget primitif, virement, autofinancement, exécution budgétaire (engagements, mandats, titres...), compte financier seront autant de sujets qui seront appréhendés lors de cette formation riche en expériences et en échanges.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de connaître les principes de la comptabilité publique en EPIC, appliquer les bases de la comptabilité M4

Public

Chargé de la comptabilité publique, Directeur de structure en EPIC

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Apports théoriques et exercices pratiques
Exemples : démonstration, observation, exercices et études de cas

Modalités d'évaluation

Questionnaire individuel d'évaluation et évaluation individuelle d'une étude de cas



1, 2 mars
14 h



Orthez



MONA



Voir page 87

GESTION DE PROJET

Les formations qui m'intéressent

MÉTHODOLOGIE

71

- Conduire un projet (niveau avancé) - FIR103 71
- Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR217 71
- Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR185 72



CRÉATIVITÉ

72

- Innover dans ses projets par des méthodes créatives (cursus ouvert à tous) - FIR123 72



WEBMARKETING

73

- Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR205 73



ANIMATION

73

- Mettre en place sa démarche qualité - FIR204 73



Conduire un projet (niveau avancé) - FIR103



Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets internes. Quel que soit le projet en question, les équipes dans leur globalité sont impactées et il est primordial de consolider la méthode et ses bonnes pratiques pour mener les projets. Vous apprendrez dans cette formation à confirmer votre posture de facilitateur interne.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'être un facilitateur interne pour la conduite de projet en toute sérénité et créer de la cohésion d'équipe

Public

Chef.fe de projet, Responsable d'équipe, Manager intermédiaire, Chef.fe de projet NOTT

Pré-requis

Gérer des projets au sein de sa structure et avoir un cas d'étude en tête pour la formation

Méthodes mobilisées

Exposés animés, activités réflexives individuelles et collectives en petits groupes, mises en situation, avec exercices et études de cas, discussions et retours d'expériences, quizz et la présentation des travaux d'équipe en plénière, capsules vidéos introductives ou récapitulatives

Modalités d'évaluation

Évaluation par un questionnaire à choix multiple et/ou à réponse courte et la présentation d'une étude de cas



8, 15 juin les matins, 24 (après-midi) juin / en ligne 22 juin / Voutezac 14 h



En ligne Voutezac



RUBBEES



Voir page 87

Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR217



Les structures touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets internes. Quel que soit le projet en question, les salariés et les équipes dans leur globalité sont impactées et il est primordial d'acquérir de la méthode et des bonnes pratiques pour mener des projets. Vous apprendrez dans cette formation à bâtir les bases d'un projet en insistant sur les compétences (techniques et relationnelles), combiner méthodologie rigoureuse et coopération collective performante, définir des outils de suivi et des indicateurs partagés de performance afin de pouvoir s'adapter à toute éventualité.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer la méthodologie de gestion de projet

Public

Salarié.e s en charge de projets

Pré-requis

Porter un projet

Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exemples de mise en pratique, travaux de réflexions en sous-groupes, ateliers expérientiels

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation

SESSION 1



28, 29 janvier 14 h



Saintes



JEAN PIERRE CONDUCHÉ



Voir page 62

SESSION 2



6, 7 mai 14 h



Pau



JEAN PIERRE CONDUCHÉ



Voir page 87

Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR185



La veille est une compétence clé pour chacun d'entre nous car tout poste de travail nécessite de connaître les évolutions (qu'elles soient de nature sociétale, environnementale, sociale, économique, numérique, juridique) et d'en tirer une analyse et formuler des conclusions pour soi, pour son service, pour sa structure, pour son territoire. Le spectre est large et pourtant la veille est souvent le parent pauvre de notre quotidien professionnel. On invoque, bien souvent, le manque de temps, le manque de méthode, le manque d'analyse, le manque d'échange entre collègues sur le fruit de ces recherches... Cette formation cherchera à vous aider à structurer une démarche de veille pour leur mission et in fine pour leur structure.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mettre en place sa propre veille sur un sujet précis et développer sa capacité de tri, d'analyse et de partage en interne

Public _____

Tout public souhaitant mettre en place une veille pour sa mission et sa structure

Pré-requis _____

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées _____

Apports méthodologiques et technologiques, benchmarks et retours d'expériences, études de cas et exercices pratiques, partage d'expérience

Modalités d'évaluation _____

Évaluation au travers d'un questionnaire numérique

SESSION 1



14, 21 septembre
14 h



En ligne



AKINA



Voir page 87

SESSION 2



7, 14 décembre
14 h



En ligne



AKINA



Voir page 87

Innover dans ses projets par des méthodes créatives - FIR123



Comment être novateur ? La créativité produit des idées nouvelles. Seule, elle permet de lâcher-prise pour créer puis structurer sa démarche. En groupe, à travers une répartition de rôles affectés aux différents membres, la créativité stimule l'intelligence collective pour produire des idées loin des sentiers battus. Entre ouverture et structuration, la créativité permet d'aborder des projets complexes et de susciter le changement. Quels projets pour demain ? Quelles solutions pour débloquer un projet qui rencontre une problématique ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de produire les conditions favorables à la créativité avec son équipe et/ou ses partenaires

Public _____

Tout public (à l'exception des Directeurs.trices / Managers d'équipe qui ont un cursus spécifique)

Pré-requis _____

Déterminer un terrain d'investigation pour les cas pratiques

Méthodes mobilisées _____

Mode collaboratif, expérimentations de différents formats propices à la créativité, l'intelligence collective, ou l'innovation sur des plateformes dédiées, synthèse des points théoriques, ressources techniques pour aller plus loin

Modalités d'évaluation _____

Évaluation par un questionnaire et exercices tout le long de la formation



4, 7, 11 mai les matins
7 h



En ligne



KANOPE



Voir page 87

Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR205



Les bonnes pratiques dans la gestion de projets web est un socle de connaissance permettant de travailler sur des projets aboutis en maîtrisant les risques utilisateurs. La qualité web, le SEO, l'UX, l'accessibilité, la performance, l'écoconception sont des notions de plus en plus ancrées dans le jargon d'un projet web. Cependant, derrière ces notions se cachent concrètement des pratiques, des réflexions et des conceptions qu'il faut comprendre en tant qu'acteur de projet web ou de commanditaire d'un projet. Vos futurs utilisateurs vous remercieront. Formation donnant lieu à la certification OPQUAST.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de maîtriser un projet web tant dans la réflexion que dans la conception

Public

Chargé.e de projet, Chargé.e de projets et tourisme, Référent.e numérique, Chargé.e de communication, Community manager

Pré-requis

Savoir naviguer sur le web. Pratique élémentaire sur l'un des items d'un projet web (création de contenu ou utilisation CMS ou maintenance de site ou rédaction cahier des charges...)

Méthodes mobilisées

Activités de lectures recommandées, consultation de vidéos, QCM autocorrectifs, activités pratiques, examens blancs avec indices et corrigés, référentiel de compétences et du guide de certification au format numérique

Modalités d'évaluation

Examen blanc
Examen final en ligne reposant sur la vérification de la maîtrise des compétences clés de la certification



Inscription impérative avant le 26 février 14h.
Accès aux contenus sur 3 mois à partir de mi-mars 14h



En ligne



OPQUAST



Voir page 87

Mettre en place sa démarche qualité - FIR204



La marque Qualité Tourisme est un véritable outil de management et d'organisation interne mais également de performance économique et d'amélioration de la satisfaction de toutes les parties prenantes (clients, prestataires, habitants, financeurs ...). S'engager dans cette démarche de progrès est stratégique pour un office de tourisme.

Objectif

A l'issue de cette formation, le stagiaire maîtrisera le référentiel Qualité Tourisme. Il sera en capacité de définir sa propre démarche qualité et ses outils et de l'animer au sein de son équipe

Public

Directeur.rice et futur responsable qualité

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Apports théoriques sur le référentiel Qualité Tourisme et sur la méthodologie. Ateliers de mise en pratique.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de fin de formation



2, 3 décembre
14 h



Angoulême



MONA



Voir page 87

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Les formations qui m'intéressent

ORGANISATION DU TRAVAIL

75

- Optimiser son temps de travail - FIR68 75

SAVOIR ÊTRE

75

- Manager et être en phase avec son équipe - FIR101 75

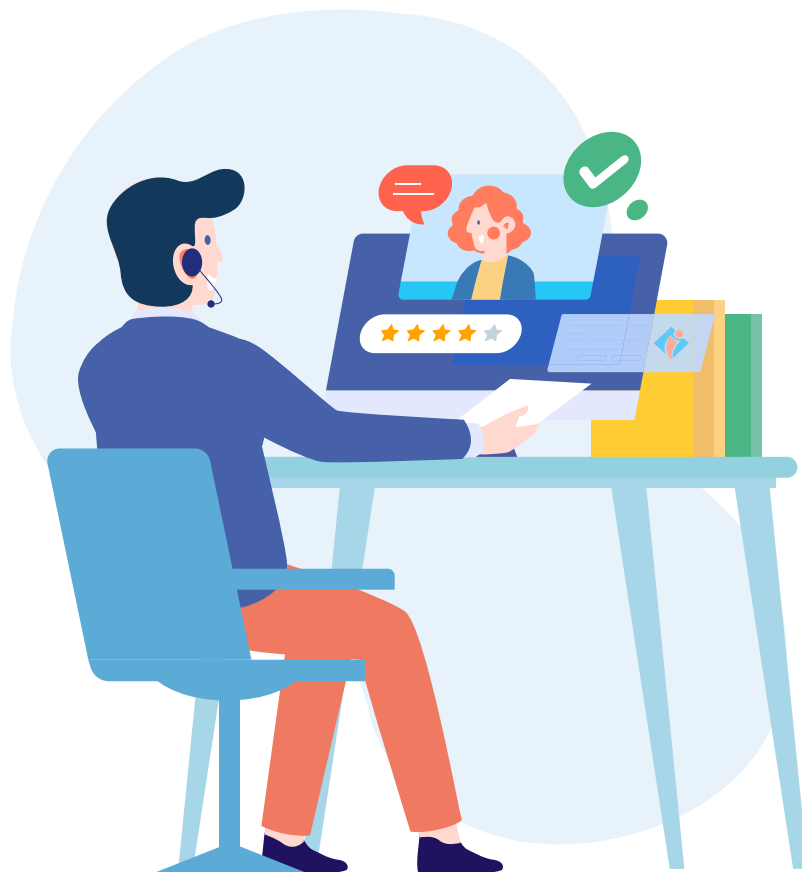


- Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR186 76



- Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR203 76

- Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR66 77



Optimiser son temps de travail - FIR68

★★★★★
4,9 / 5

Efficacité, efficacité, rentabilité sont des leitmotivs dans la plupart des structures aujourd'hui... Termes qui souvent produisent un effet inverse à celui désiré, en introduisant un sentiment d'urgence et de stress qui nuit à une bonne gestion de son temps, et à un travail réalisé dans de bonnes conditions. Cette formation a donc pour objectif de donner des clés pour mieux gérer ses priorités, comprendre son mode de fonctionnement personnel et son style de travail pour s'organiser en fonction, utiliser des outils qui permettent de réaliser son travail plus sereinement. Elle s'adresse à toutes les personnes qui sont rapidement submergées par le travail, ou tout simplement celles qui aimeraient se doter d'outils pour mieux gérer leur temps et leurs priorités. Cette formation est donc fortement centrée sur l'individu et sa propre gestion du temps, mais l'on veillera à ne pas oublier la dimension collective.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de comprendre son propre fonctionnement et trouver ses propres leviers de développement

Public _____

Tout public - 1 personne par structure

Pré-requis _____

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées _____

Apport théorique, exercice de gestion du stress en collectif, coaching de groupe, mise en situation sur les projections futures, auto-diagnostic, l'exercice en binôme

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation



18, 19 mars
14 h



Marmande



BE.E SAS



Voir page 87

Manager et être en phase avec son équipe - FIR101

★★★★★
3,7 / 5

La problématique d'engagement de ses collaborateurs dans l'entreprise, c'est le rôle du management. Les fonctions de managers ne sont pas basées uniquement sur le contrôle ou l'autorité. Celles des collaborateurs sont soumises quant à elles à des missions qui évoluent sans cesse et, pour qu'elles s'effectuent dans les meilleures conditions, cette formation est conçue pour réussir à impliquer, motiver et fédérer son équipe à l'image de la stratégie de la structure. Il s'agit de situer chacun dans son potentiel de manager et d'acquérir différentes techniques d'équilibre relationnel. Il vous apportera des outils pour construire des échanges plus constructifs et durables.

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mobiliser différentes techniques de pratique managériale pour impliquer et fédérer son équipe

Public _____

Manager, Directeur.trice

Pré-requis _____

Avoir en charge une équipe

Méthodes mobilisées _____

Mapping ludique, debrief en groupe, exercice de co-développement ou les participants proposent des solutions à des difficultés pratiques rencontrées par ses co-apprenants, étude de cas pratique, réflexion en plénière, jeu de rôle

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation



27, 28 mai
14 h



Poitiers 



BE.E SAS



Voir page 87

Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR186



Les salariés du réseau institutionnel touristique se retrouvent à maintes reprises dans des situations de présentation orale face à des publics souvent bien différents (ex : collègues, administrateurs, élus, prestataires, habitants...). Un public qui n'a pas forcément toujours le temps, qui ne retient pas les mêmes choses, qui ne réagit pas de la même manière à un discours oral (cf. neurosciences cognitives). Face à ces constats, le trac, la gestion des émotions propre à chacun rajoute une dose de difficultés lors d'un exercice oral. Cette formation aura pour objectif de vous aider à mieux intégrer les mécanismes de gestion émotionnelle, améliorer votre force de conviction, préparer et structurer le discours, créer l'adhésion du public, anticiper les éventuels imprévus et contre-arguments...

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'appliquer les mécanismes de la gestion émotionnelle et de structurer un discours impactant afin d'emporter l'adhésion du public

Public _____

Tout public souhaitant présenter et défendre une action, un projet à l'oral devant son équipe, sa direction, ses partenaires

Pré-requis _____

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées _____

Vidéoconférence de lancement, exercice en binôme, exercice individuel, debriefing de groupe, mise en pratique

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire et évaluation de compétences durant la mise en pratique

SESSION 1



30 septembre ; 1er octobre
14 h



Angoulême



6, 7 décembre
14 h



Pau



OGWEILAB



Voir page 87



OGWEILAB



Voir page 87

SESSION 2

Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR203



Aujourd'hui nous observons de plus en plus d'organisations, tous secteurs confondus, formées avec des équipes en multi-sites. Les offices de tourisme ne sont donc pas seuls à observer des enjeux liés au travail en multi-sites et à tenter d'y trouver des solutions. Qu'est-ce qui se joue dans la communication interpersonnelle et l'implication des membres d'une équipe dans le cadre d'une organisation multi-site ? Ne pas travailler sur un même lieu implique-t-il une mise en oeuvre spécifique dans la communication interne ? Comment réussir à gérer le travail en multi-sites ?

Objectif _____

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de passer au-delà des difficultés du multi-site pour communiquer en interne de façon adapté

Public _____

Tout public

Pré-requis _____

Être dans un contexte d'organisation multi-site

Méthodes mobilisées _____

Icebreakers de découverte, apports de contenus, ateliers de recherche des notions (pédagogie inversée), productions collectives sur la base de réflexions partagées (vidéos pédagogiques dédiées, world café, Fleur de lotus, ateliers post-its, votes des idées...), ateliers de mise en pratique, exercices intersession, cas concrets travaillés en sous-groupes ou en individuel, débriefings constructifs

Modalités d'évaluation _____

Questionnaire d'évaluation des acquis



2, 4, 9, 16 mars les matins
14 h



En ligne



AXENTIEL



Voir page 87



Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR66

Aujourd'hui, il est parfois difficile de retrouver sa place dans une nouvelle équipe. L'évolution des métiers et des modes de management, avec une place plus forte donnée au travail collaboratif et au management horizontal, implique que chaque collaborateur a son rôle à jouer au sein d'une équipe. Il doit donc pouvoir être force de propositions, travailler en autonomie mais aussi savoir travailler en équipe et mobiliser des méthodes et outils de travail collaboratifs. La confiance en soi, le développement d'un leadership, les méthodes de travail sont tout aussi importants que l'expertise métier. Cette formation s'adresse donc à tout type de public, pour booster sa confiance, développer son leadership, et mieux trouver sa place au sein d'une équipe. Cette formation se veut particulièrement centrée sur l'humain et les problématiques individuelles liées au travail.

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mieux se positionner dans son équipe et prendre conscience de son rôle dans sa structure

Public

Tout public - 1 personne par structure

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes mobilisées

Exercices d'expérimentation et de découverte en groupe, sous-groupe ou en individuel, brainstorming, exercices d'application basés sur l'outil théâtral et des cas concrets professionnels, vidéos

Modalités d'évaluation

Test de connaissances pour valider les acquis
Evaluation en mise en situation



16, 17 septembre
14 h



La Rochelle



L'ATELIER
COACHING ET
CREATIVITE



Voir page 87



Il ne reste plus qu'à planifier dans l'agenda, rendez-vous page suivante pour avoir une vision d'ensemble.



JANVIER

V 01
S 02
D 03
L 04
M 05
M 06
J 07
V 08
S 09
D 10
L 11
M 12
M 13
J 14
V 15
S 16
D 17
L 18
M 19
M 20
J 21
V 22
S 23
D 24
L 25
M 26
M 27
J 28
V 29
S 30
D 31

W65 - Monter et faire vivre son plan de formation

FIR217 session 1 - Saintes - Maîtriser une méthodologie de gestion de projet

FÉVRIER

L 01
M 02
M 03
J 04
V 05
S 06
D 07
L 08
M 09
M 10
J 11
V 12
S 13
D 14
L 15
M 16
M 17
J 18
V 19
S 20
D 21
L 22
M 23
M 24
J 25
V 26
S 27
D 28

FIR143 - Bègles - Ancrer son cœur de métier d'expert de destination

FIR183 - En ligne - Déployer une stratégie numérique de territoire

FIR191 - En ligne - Communiquer en période de crise

FIR153 - En ligne - Construire son argumentaire commercial

FIR211 - Samazan - Repenser le rôle de l'OT sur son territoire en situation exceptionnelle

FIR183 - En ligne - Déployer une stratégie numérique de territoire

FIR153 - En ligne - argumentaire commercial

FIR61 - Eugénie-les-Bains - Accompagner ses meublés en home-

FIR153 - En ligne - argumentaire commercial

FIR191 - En ligne - Communiquer en période de crise

RV - Guides

W66 - RCPD : votre structure est-elle en conformité ?

FIR199 - Saintes - Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité

FIR212 - Angoulême - Travailler avec ses nouveaux élus et parler le même langage

MARS

L 01	FIR108 - Orthez - Maîtriser la comptabilité M4	FIR195 - En ligne - Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance	FIR152 - En ligne - Maîtriser le storytelling - niveau 1	FIR183 - Limoges - Déployer une stratégie numérique de territoire
M 02			FIR203 - En ligne - Com interne	
M 03	FIR155 - session 1 - En ligne - Bien gérer son référencement			
J 04			FIR203 - En ligne - Com interne	
V 05	FIR76 - En ligne - Définir sa stratégie d'écriture pluri-média			
S 06				
D 07				
L 08	FIR143 - Bègles - Ancrer son cœur de métier d'expert de destination	FIR195 - En ligne - Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance	FIR152 - En ligne - Maîtriser le storytelling - niveau 1	FIR196 - Bègles - Animer réseau acteur NOTT
M 09			FIR203 - En ligne - Com interne	
M 10	FIR155 - session 1 - En ligne - Bien gérer son référencement			
J 11			FIR208 - Cognac - Réorganiser son équipe en interne face à des situations exceptionnelles	
V 12	FIR76 - En ligne - Définir sa stratégie d'écriture pluri-média			
S 13				
D 14				
L 15	FIR194 - Guéret - Connaître la réalité économique des acteurs privés de son territoire			
M 16		RR21-1 - Révolution de l'accueil 3	FIR203 - En ligne - Com interne	
M 17	W67 - Des espaces de discussions pour améliorer les conditions de travail dans les OGD			
J 18	FIR68 - Marmande - Optimiser son temps de travail	FIR193 - En ligne - Animer son SADI	FIR196 - En ligne - Animer réseau acteur NOTT	RV - Les trucs et astuces des guides
V 19				
S 20				
D 21				
L 22	FIR218 - Agen - Méthode de travail pour repenser l'aménagement de son OT			
M 23				
M 24				
J 25		FIR193 - Périgueux - Animer son SADI		
V 26				
S 27				
D 28				
L 29	FIR196 - Bègles - Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT			
M 30				
M 31				

AVRIL

J 01	FIR110 - Angoulême - Accompagner ses meublés sur leur stratégie commerciale (tarification et fidélisation)		FIR96 - Bègles - Composer et encadrer son équipe de saisonniers	
V 02				
S 03				
D 04				
L 05	FIR220 - En ligne - Gérer et optimiser ses outils de com dans un objectif plus			
M 06				
M 07		W68 - Les tendances touristiques de 2021		
J 08	FIR193 - En ligne - Animer son SADI	CLUB INSPI MEUBLÉS	RV - Guides	FIR184 - Voutezac - Accompagner ses presta strat num et GRC
V 09				
S 10				
D 11				
L 12				
M 13				
M 14				
J 15				
V 16				
S 17				
D 18				
L 19				
M 20				
M 21				
J 22				
V 23				
S 24				
D 25				
L 26	FIR207 - Melle - Sensibiliser à la Qualité de vie au travail			
M 27			FIR184 - En ligne - Accompagner ses presta strat num et GRC	
M 28				
J 29	FIR200 - Périgueux - Animer une visite pour des personnes en situation de handicap			FIR184 - En ligne - Accompagner ses presta strat num et GRC
V 30				

MAI

S 01	
D 02	
L 03	FIR145 - En ligne - Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour
M 04	FIR136 - En ligne - Apprendre à faire faire
M 05	FIR93 - En ligne - Fédérer son réseau
J 06	FIR217 session 2 - Pau - Maîtriser une méthodologie de gestion de projet
V 07	FIR184 - En ligne - Accompagner ses prestas strat num et GRC
S 08	
D 09	
L 10	
M 11	FIR145 - Samazan
M 12	W69 - La microaventure : derrière une tendance à la mode, un vrai engagement durable
J 13	
V 14	
S 15	
D 16	
L 17	FIR136 - En ligne - Apprendre à faire faire
M 18	FIR93 - En ligne - Fédérer son réseau
M 19	
J 20	FIR111 - Eugénie-les-Bains - Se préparer à être habilité au classement des meublés
V 21	FIR214 - En ligne - Intégrer les habitants ma stratégie d'accueil
S 22	
D 23	
L 24	
M 25	
M 26	
J 27	FIR145 - En ligne - Gérer la relation client à distance
V 28	FIR192 - Voutezac - Animer sa communauté locale
S 29	
D 30	
L 31	FIR197 - Limoges - Être plus performant sur ses séjours sur mesure

JUIN

M 01	FIR197 - Limoges - Être plus performant sur ses séjours sur mesure
M 02	
J 03	
V 04	FIR187 - En ligne - Développer les relations presse et média
S 05	
D 06	
L 07	FIR75 - En ligne - Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire
M 08	FIR103 - En ligne - Conduire un projet (niveau avancé)
M 09	
J 10	FIR93 - En ligne - Fédérer son réseau
V 11	
S 12	
D 13	
L 14	FIR75 - En ligne - Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire
M 15	FIR103 - En ligne - Conduire un projet
M 16	W70 - Panorama des démarches qualité durables
J 17	FIR187 - Orthez - Développer les relations presse et média
V 18	
S 19	
D 20	
L 21	FIR75 - Périgueux - Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire
M 22	FIR103 - Voutezac - Conduire un projet
M 23	
J 24	FIR103 - En ligne - Conduire un projet
V 25	
S 26	
D 27	
L 28	
M 29	
M 30	

ACCUEIL

PROMOTION
COMMUNICATION
TOURISTIQUE

ACCOMPAGNEMENT
PRESTATAIRES

COMMERCIALISATION

STRATÉGIE GÉNÉRALE
DES OFFICES DE
TOURISME

JUILLET

AOÛT

J 01
V 02
S 03
D 04
L 05
M 06
M 07 W71 - Podcast et tourisme : des pros racontent leur aventure sonore
J 08
V 09
S 10
D 11
L 12
M 13
M 14
J 15
V 16
S 17
D 18
L 19
M 20
M 21
J 22
V 23
S 24
D 25
L 26
M 27
M 28
J 29
V 30
S 31

D 01
L 02
M 03
M 04
J 05
V 06
S 07
D 08
L 09
M 10
M 11
J 12
V 13
S 14
D 15
L 16
M 17
M 18
J 19
V 20
S 21
D 22
L 23
M 24
M 25
J 26
V 27
S 28
D 29
L 30

SEPTEMBRE

OCTOBRE

M 01	
J 02	
V 03	
S 04	
D 05	
L 06	
M 07	FIR90 - Poitiers - Optimiser sa stratégie de commercialisation omni-canal
M 08	
J 09	
V 10	
S 11	
D 12	
L 13	FIR189 session 1 - En ligne - Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2
M 14	FIR190 - En ligne - Définir sa stratégie de communication
M 15	FIR185 session 1 - En ligne - Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe
J 16	FIR66 - La Rochelle - Développer sa confiance en soi et travailler en équipe
V 17	W72 - L'intelligence émotionnelle au service du travail en équipe
S 18	
D 19	
L 20	FIR189 session 1 - En ligne - Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2
M 21	FIR94 - En ligne - Accompagner ses prestataires coaching
M 22	FIR190 - En ligne - Définir sa stratégie de communication
J 23	FIR94 - En ligne - Accompagner ses prestataires coaching
V 24	FIR190 - Poitiers - Définir sa stratégie de com
S 25	
D 26	
L 27	FIR40 - La Rochelle - Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap
M 28	FIR215 - Begles - Concevoir des espaces d'accueil novateurs
M 29	
J 30	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion
	FIR94 - Limoges - Accompagner ses prestataires coaching
	FIR186 - session 1 - Angoulême - Défendre son projet
	FIR171 - En ligne - Accompagner les pro dans le DD

V 01	FIR186 - session 1 - Angoulême - Défendre son projet	FIR171 - En ligne - Accompagner les pro dans le DD
S 02		
D 03		
L 04	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion	FIR219 - Cap Ferret - Repenser sa stratégie boutique autour du durable
M 05	FIR216 - Begles - Accompagner des acteurs locaux dans le lancement d'une campagne de financement participatif	FIR170 - PNR Landes - Engager des actions durables dans sa structure
M 06	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion	FIR171 - En ligne - Accompagner les pro dans le développement durable
J 07	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion	FIR193 - Périgueux - Animer son SADI
V 08		FIR141 - En ligne - Maîtriser les règles de la commande publique : perfectionnement
S 09		
D 10		
L 11	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion	FIR215 - En ligne - Concevoir des espaces d'accueil novateurs
M 12		
M 13		
J 14	FIR162 - En ligne - Dev sa stratégie de promotion	
V 15		
S 16		
D 17		
L 18		
M 19		
M 20		
J 21		
V 22		
S 23		
D 24		
L 25		
M 26		
M 27		
J 28		
V 29		
S 30		
D 31		

ACCUEIL

PROMOTION
COMMUNICATION
TOURISTIQUE

ACCOMPAGNEMENT
PRESTATAIRES

COMMERCIALISATION

STRATÉGIE GÉNÉRALE
DES OFFICES DE
TOURISME

NOVEMBRE

DÉCEMBRE

L 01			
M 02	FIR188 - En ligne - Connaître les outils libres de la toile : initiation		
M 03		FIR155 session 2 - En ligne - Bien gérer son référencement	
J 04	FIR149 - Samazan - Optimiser sa billetterie		
V 05			
S 06			
D 07			
L 08		FIR134 - Bègles - Manager la parité et la diversité	
M 09	FIR188 - En ligne - Connaître les outils libres de la toile : initiation		
M 10			
J 11			
V 12			
S 13			
D 14			
L 15	FIR189 session 2 - En ligne - Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2	FIR26 - Bègles - Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour	FIR172 - En ligne - Sensibiliser les visiteurs au développement durable
M 16			
M 17	W74 - La fidélisation du client dans le tourisme et la culture	FIR155 session 2 - En ligne - Bien gérer son référencement	
J 18	FIR201 - Saintes - Réenchanter ses visites guidées (théâtral)		
V 19			
S 20			
D 21			
L 22	FIR189 session 2 - En ligne - Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2		
M 23			
M 24			
J 25	CLUB INSPI' QUALITÉ		
V 26			
S 27			
D 28			
L 29	FIR207 session 2- Mont-de-Marsan - Sensibiliser à la Qualité de vie au travail	FIR172 - En ligne - Sensibiliser les visiteurs au développement durable	
M 30			

M 01			CLUB INSPI' SERVICES COMMERCIAUX
J 02	FIR204 - Angoulême - Mettre en place sa démarche qualité	FIR166 - Bègles - Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure	
V 03			
S 04			
D 05			
L 06			FIR186 - session 2 - Pau - Défendre son projet et s'exprimer à l'oral
M 07	FIR185 session 2 - En ligne - Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe		
M 08			
J 09	FIR89 - En ligne - Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo»	RR21-2 - L'OT acteur local du cadre de vie et de l'économie	
V 10			
S 11			
D 12			
L 13	FIR89 - En ligne - Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo»		
M 14	FIR185 session 2 - En ligne - Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe		
M 15			
J 16			
V 17			
S 18			
D 19			
L 20			
M 21			
M 22			
J 23			
V 24			
S 25			
D 26			
L 27			
M 28			
M 29			
J 30			
V 31			

INDEX

Formations d'Intérêt Régional (formations en inter-entreprises)

Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour	FIR26 - p.68
Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap	FIR40 - p.30
Accompagner ses meublés en home-staging	FIR61 - p.48
Développer sa confiance en soi et travailler en équipe	FIR66 - p.77
Optimiser son temps de travail	FIR68 - p.75
Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire	FIR75 - p.35
Définir sa stratégie d'écriture pluri-média	FIR76 - p.34
Définir, reconnaître et sélectionner une «bonne photo» (photothèque version stratégie & qualité).....	FIR89 - p.36
Optimiser sa stratégie de commercialisation omni-canal	FIR90 - p.51
Fédérer son réseau d'acteurs	FIR93 - p.44
Accompagner ses prestataires et ses porteurs de projets par des méthodes de coaching.....	FIR94 - p.45
Composer et encadrer son équipe de saisonniers	FIR96 - p.63
Manager et être en phase avec son équipe	FIR101 - p.75
Gérer une régie de recettes et d'avances : perfectionnement	FIR102 - p.69
Conduire un projet	FIR 103 - p.71
Maîtriser la comptabilité M4	FIR108 - p.69
Accompagner ses meublés sur leur stratégie commerciale (tarification et fidélisation).....	FIR110 - p.47
Se préparer à être habilité au classement des meublés	FIR111 - p.47
Innover dans ses projets par des méthodes créatives	FIR123 - p.72
Manager la parité et la diversité	FIR134 - p.60
Apprendre à faire faire	FIR136 - p.61
Maîtriser les règles de la commande publique : perfectionnement	FIR141 - p.68
Ancrer son coeur de métier d'expert de destination	FIR143 - p.31
Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour	FIR145 - p.28
Optimiser sa billetterie	FIR149 - p.54
Maîtriser le storytelling - niveau 1	FIR152 - p.34
Construire son argumentaire commercial	FIR153 - p.54
Bien gérer son référencement	FIR155 - p.38
Développer sa stratégie de promotion avec les influenceurs	FIR162 - p.37
Se préparer à la mise en place de l'AFEST dans sa structure	FIR166 - p.64
Engager des actions durables dans sa structure	FIR170 - p.67
Accompagner les professionnels dans le développement durable	FIR171 - p.46
Sensibiliser les visiteurs au développement durable	FIR172 - p.29
Déployer une stratégie numérique de territoire	FIR183 - p.36
Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client	FIR184 - p.45
Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe	FIR185 - p.72
Défendre son projet et s'exprimer à l'oral	FIR186 - p.76
Développer les relations presse et média	FIR187 - p.39
Connaître les outils libres de la toile : initiation	FIR188 - p.39
Appliquer le storytelling dans ses missions - niveau 2	FIR189 - p.35
Définir sa stratégie de communication	FIR190 - p.33
Communiquer en période de crise	FIR191 - p.33
Animer sa communauté locale	FIR192 - p.40
Animer son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)	FIR193 - p.27
Connaître la réalité économique des acteurs privés de son territoire	FIR194 - p.43
Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance	FIR195 - p.43
Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques quand on est en charge du NOTT	FIR196 - p.44

INDEX

Être plus performant sur ses séjours sur mesure (hyper personnaliser son offre)	FIR197 - p.53
Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité	FIR199 - p.51
Animer une visite pour des personnes en situation de handicap	FIR200 - p.55
Réenchâter ses visites guidées (théâtral)	FIR201 - p.56
Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite	FIR203 - p.76
Mettre en place sa démarche qualité	FIR204 - p.73
Maîtriser la qualité dans les projets Web	FIR205 - p.73
Sensibiliser à la Qualité de vie au travail	FIR207 - p.61
Réorganiser son équipe en interne face à des situations exceptionnelles	FIR208 - p.63
Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire en situation exceptionnelle	FIR211 - p.59
Travailler avec ses nouveaux élus et parler le même langage	FIR212 - p.59
Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil	FIR214 - p.27
Concevoir des espaces d'accueil novateurs	FIR215 - p.29
Accompagner des acteurs locaux dans le lancement d'une campagne de financement participatif efficace (crowdfunding)	FIR216 - p.46
Maîtriser une méthodologie de gestion de projet	FIR217 - p.71
Concevoir une méthode de travail, au sein de son équipe, pour repenser l'aménagement de son office de tourisme	FIR218 - p.30
Repenser sa stratégie boutique autour du durable	FIR219 - p.55
Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable	FIR220 - p.38

Rencontres du réseau et Rendez-vous visio

Révolution de l'accueil 3	RR21-1 - p.28
L'Office de tourisme, acteur local du cadre de vie et de l'économie de nos territoires	RR21-2 - p.58
Les trucs et astuces des guides (rendez-vous visio)	RV - p.56

Clubs

Club INSPI QUALITÉ	C1 - p.58
Club INSPI SERVICES COMMERCIAUX	C2 - p.52
Club INSPI MEUBLÉS	C10 - p.48

Webséminaires

Monter et faire vivre son plan de formation	W65 - p.64
RGPD : votre structure est-elle en conformité ?	W66 - p.67
Dynamiser le dialogue social dans les OGD ?	W67 - p.64
Les tendances touristiques de 2021	W68 - p.52
La microaventure : derrière une tendance à la mode, un vrai engagement durable	W69 - p.53
Panorama des démarches qualité durables	W70 - p.67
Podcast et tourisme : des pros racontent leur aventure sonore	W71 - p.37
L'intelligence émotionnelle au service du travail en équipe	W72 - p.60
L'accessibilité des structures recevant du public : où en est-on ?	W73 - p.31
La fidélisation du client dans le tourisme et la culture	W74 - p.52

Les MODALITÉS d'INSCRIPTIONS

Inscriptions

Pour vous inscrire, rien de plus simple, rendez-vous sur le site de la MONA :

www.monatourisme.fr/programme-de-professionalisation

Votre inscription est immédiate sous réserve de validation des pré-requis.

Vous retrouverez l'ensemble des actions présentées dans le guide MONA 2021 et pourrez ajouter celles qui vous intéressent à votre panier. Vous recevrez toutes les informations pratiques par email (horaires, lieu ou lien visio, contenu, liste des participants pour faciliter les co-voiturages réels ou virtuels...) environ 30 jours avant la formation.

L'inscription est réservée en priorité aux salariés des Offices de Tourisme, Comités Départementaux et Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine.

Les ressortissants d'autres réseaux et territoires pourront y accéder sous réserve de places disponibles.

Un référent handicap reste joignable pour toutes vos questions sur l'adaptation et l'accès aux formations (Camille Averty - 06 17 23 31 44 - camille.averyt@monatourisme.fr).

Pour toutes vos questions sur le contenu du programme, nous restons disponibles pour vous renseigner à professionalisation@monatourisme.fr et au 05 57 57 03 83.

Conditions générales d'organisation et de vente des formations

L'intégralité de nos conditions générales de vente est consultable en ligne sur www.monatourisme.fr/tarification-programme-de-professionalisation/



Tarification des actions régionales MONA 2021

> Formations du programme régional

La tarification appliquée est similaire à celle de 2020. La tarification est identique que l'action se fasse en présentiel, en format hybride ou distanciel.

Depuis la réforme de la formation en 2018, les aides financières accordées pour la formation des salariés diminuent. Il n'existe plus d'aides collectives de la Branche en Nouvelle-Aquitaine. Une subvention annuelle accordée par le Conseil Régional (Direction de la Formation Professionnelle Continue) perdure. Cette dernière permettra en 2021 de conserver un "tarif solidarité réseau" de 135 euros pour les structures non éligibles à un financement OPCO. Tarif solidarité réseau que nous appliquerons également pour les structures AFDAS à partir de la 15^{ème} journée de formation.

Exemple : un office de tourisme de 14 salariés programme 20 journées de formation MONA. Les 14 premières seront facturées 300 euros (et impacteront le plafond AFDAS de la structure). Les 6 autres journées seront facturées 135 euros.

	Net de taxes / jour / personne	A partir de la 15 ^{ème} journée de formation
Structure éligible à un financement OPCO (ex : AFDAS)*	300	135
Structure non éligible à un financement OPCO (ex : collectivités)	135	135

*Les comptables et directeurs d'EPIC sont considérés, par défaut, comme intégrés à la masse salariale déclarée par la structure dans le bordereau des contributions formation communiqué à l'AFDAS.

> Webséminaires

Ils sont gratuits et ouverts à tous

> Clubs et Rencontres Réseau

55 € Net de taxes / jour / personne pour les adhérents MONA

85 € Net de taxes / jour / personne pour les non-adhérents MONA

Cette tarification inclut l'accueil café et le déjeuner.

> Formations Intra ou Accompagnements sur-mesure

Ces actions sont confectionnées sur-mesure avec un interlocuteur privilégié MONA. Contactez-nous et nous affinerons avec vous le contenu souhaité, le profil d'intervenant recherché ainsi que le devis.

> Formation Certifiante - CQP Chargé.e de projets Etourisme

Les 5 blocs de compétences du CQP "Chargé.e de projets Etourisme" sont proposés de manière totalement indépendantes en 2021. Le coût jour appliqué est celui d'une formation régionale classique. La nouveauté en 2021 : ces formations du parcours CQP seront éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation). Si le salarié souhaite l'utiliser, le coût sera fixe à 300 € Net de taxes par jour.

> ENTRACT

6 500 € Net de taxes par structure et par an.

Pour suivre le parcours, les offices de tourisme peuvent utiliser tout ou partie de leurs fonds AFDAS via leur "plan de développement des compétences" ou leurs fonds propres au titre de la stratégie touristique et organisationnelle.

mona

MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine

SUIVEZ-NOUS!



60-64 rue Joseph Abria
33000 Bordeaux



05 57 57 03 88



professionnalisation@monatourisme.fr
mona@monatourisme.fr



www.monatourisme.fr



RÉGION
Nouvelle-
Aquitaine

MENTIONS LEGALES

Document imprimé sur du papier PEFC
Textes : MONA
Photos : MONA
Illustrations : MONA & freepik.com