

Plan Régional de Formations Tourisme

L'excellence en Provence-Alpes-Côte d'Azur

2019



Certificat de Qualification Professionnelle
Coordinateur des Accueils Touristiques

www.frotsi-paca.fr

CERTIFICAT DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE : COORDINATEUR DES ACCUEILS TOURISTIQUES

COORDINATEURS DES ACCUEILS TOURISTIQUES	CURSUS DIPLOMANT Participation à la stratégie d'accueil de la structure	Élaboration d'une stratégie en vue de développer l'accueil sur le territoire touristique	2019/2020
		Élaboration d'une stratégie en vue d'améliorer l'accueil dans l'Office de Tourisme	2019/2020
		Évaluer la stratégie d'accueil du territoire et communiquer avec la Direction	2019/2020
		Veille, autoformation et partages en interne	2019/2020
	CURSUS DIPLOMANT Mise en oeuvre du plan d'action de l'accueil touristique	Bien gérer les informations touristiques au sein de l'OT et entre ses antennes	2019/2020
		Faire de vos partenaires vos premiers ambassadeurs	2019/2020
		Utiliser les techniques de gestion de relation clientèle	2019/2020
		De l'accueil à l'excellence de service	2019/2020
	CURSUS DIPLOMANT Accueil en vue d'une satisfaction client optimale	Aménager son espace d'accueil pour favoriser la satisfaction client et les retombées économiques sur les territoires	2019/2020
		Les outils d'aide à l'accueil dans et hors les murs de l'OT	2019/2020
		Développer des activités économiques liées à l'accueil	2019/2020

Qu'est-ce qu'un Coordinateurs des Accueils Touristiques ?

Sous la responsabilité de la direction, ce professionnel **coordonne l'accueil** sur le territoire, **à l'intérieur** des locaux d'information mais également **hors les murs** (incluant les **outils numériques**). Il apporte lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers, il **coordonne une équipe** à cet effet. Il participe à la **définition de la stratégie d'accueil** de l'organisme, ainsi qu'à la **gestion de l'information**. Enfin, il valorise les **activités économiques** liées à l'accueil.

Cette formation permet de **dresser un diagnostic** de son territoire et de sa clientèle, d'avoir une vision globale du **schéma d'accueil** de sa destination.

Elle permet aux stagiaires de développer notamment leur capacité **d'expertise**, d'acquérir les **outils** nécessaires à la **structuration des différents lieux d'accueils** de leur territoire et de développer des compétences managériales pour définir une **stratégie d'accueil** adaptée au **parcours client** de leur destination.

Plusieurs intervenants, chacun expert, dans leur métier (management de projet d'accueil, accueil numérique, GRC, excellence de services, etc...) permettront aux stagiaires d'acquérir des compétences transversales et complémentaires à leur cœur de métier pour adapter leurs missions aux attentes des clients de demain.

A qui s'adresse cette formation ?

A l'ensemble des personnels d'accueil, **Conseiller en Séjour, Responsable Accueil** mais aussi aux profils du type **Référent Qualité** et toute personne dont les missions consisteraient en l'organisation de la stratégie d'accueil de l'Office de Tourisme et de la destination. Nous vous suggérons également de former plusieurs coordinateurs à l'échelle de votre territoire si celui-ci est désormais organisé avec plusieurs Bureaux d'Information Tourisme répartis géographiquement. Disposer d'un coordinateur dans chacun de ces BIT permet d'avoir une parfaite harmonie des pratiques sur l'ensemble du territoire.

LES POINTS FORTS DE CETTE FORMATION

Dans le jargon de la Formation Professionnelle, ce cursus est ce que l'on appelle une **Formation / Action** :

AUCUNE ÉTUDE DE CAS FICTIVE

La méthode pédagogique ne prévoit pas de partir d'une stratégie d'accueil d'une destination quelconque pour l'analyser et en tirer des conclusions **MAIS** prévoit de partir de la situation réelle des Offices de Tourisme qui auront envoyé leur personnel en formation.

TOUS LES EXERCICES ET PRODUCTIONS SONT FAITS DANS LE CADRE DE LA STRUCTURE QUI ENVOIE SON AGENT EN FORMATION

Pas de perte de temps car la production pour l'Office de Tourisme se fait en même temps que la montée en compétence. A l'issue de la formation, tout le travail réalisé pendant ce parcours aura été produit POUR l'Office de Tourisme qui aura envoyé son personnel en formation.

EN BREF :

Vous avez **tous les avantages d'un accompagnement individuel** de la part d'un cabinet consultant expert en la matière (nos formateurs le sont tous et sont parmi les meilleurs de France), sauf que vous y gagnez **en plus** :

- Un accompagnement dans la durée (la mission d'un consultant se limiterait à quelques jours)
- Une montée en compétence pérenne sur laquelle vous pourrez capitaliser dans la durée.
- Vous formez un Coordinateur des Accueils Touristiques performant sur l'ensemble des aspects stratégiques et opérationnels de cette mission des Offices de Tourisme
- Vous vous assurez de la performance acquise par le passage des évaluations (Niveau III > Bac +2)
- Vous construisez le projet d'accueil de votre destination (Aucune étude de cas fictive, tous les travaux sont coachés et réalisés au seul bénéfice des Offices de Tourisme qui ont envoyé leur personnel en formation)
- **Cela ne réduit en rien la capacité que vous avez de former le reste de votre équipe**

Elaboration d'une stratégie en vue de DEVELOPPER l'accueil sur le territoire

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Apports méthodologiques et études de cas concrets
- Mises en situation et analyses
- Fiches outils
- Travaux de groupes
- Dossier papier complet remis à chaque participant
- Si besoin, remis sur clé USB pour certains supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Comprendre le parcours des clientèles pendant leur séjour sur une destination et l'évolution de leurs attentes, comportements et pratiques en matière d'accueil et d'information
- ▶ Savoir établir un diagnostic précis sur son territoire en matière d'accueil, de services et diffusion de l'information, les manques, les pistes à exploiter, hors murs de l'OT
- ▶ Prédéfinir la stratégie d'accueil et d'information sur sa destination hors les murs de l'OT

Contenu :

L'approche client sur un territoire

- Les clientèles pendant leur séjour : par typologies, processus d'information-décision, pratiques technologiques d'information, de l'autonomie au besoin de relation humaine
- Leur parcours : déplacements, comportements, services attendus et consommation

Les exemples à titre inspirant sur d'autres territoires, accueil et information hors murs

- Illustrations de relais d'accueil : chez les prestataires, sites, commerces, sur les lieux publics, espaces de découverte ou de loisirs, transports, lieux d'évènements, ... par l'OT en itinérance : les modes de déplacements (à pied, vélo, motorisé...) selon sites, outils associés, conditions humaines, techniques, financières
- Les outils d'information traditionnels et/ou enrichis, les applications technologiques, mobilité : recensement de ce qui existe, leurs contenus, les conditions de mise en œuvre

L'OT expert et stratège de son territoire

- Etablir un état des lieux précis pour un diagnostic
 - Identification par typologie de clientèles - les demandes, comportements, pratiques et consommation hors murs de l'OT (travail avec l'équipe d'accueil de l'OT)
 - Etat des lieux des flux de clientèles, des lieux de passage majeurs sans accueil

humain et des relais d'accueil humains (permanents, saisonniers, ponctuels) chez les partenaires : existants, manquants, exploitables sur le territoire (aux points d'entrées, lieux de points d'intérêt, d'activités et de services, d'animation, parcours ...) et les ambassadeurs

- « Où et comment le client en séjour ou en déplacement sur son territoire obtient de l'information » : supports existants, contenu d'informations, actualisation, manques
- Etat des lieux de l'accueil numérique : applications mobiles ou référencées, réseaux wifi...
- La stratégie adaptée à son territoire
 - Diagnostic des marges de progrès adaptées à son territoire, là où sont les flux à capter
 - Les objectifs traduits vers les cibles de clientèles prioritaires, vers l'offre et les services la destination, vers les partenaires : informer, prescrire, vendre ?

Le déploiement de l'accueil de qualité et d'outils d'information pertinents sur son territoire

A partir de l'état des lieux, marges de progrès, préfigurer les axes prioritaires et le plan d'actions pour construire le schéma d'accueil et d'information adapté aux réalités de son territoire en associant le personnel en contact et sous le contrôle de sa hiérarchie

Les outils numériques d'aide à l'accueil dans et hors les murs de l'OT

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Mathieu Vadot
IdRezo

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels
- Atelier de production d'un outil d'aide à l'accueil
- Travail de cas pratiques en groupe et en individuel
- Travaux de recherche et de synthèse de bonnes pratiques
- Exercices de mise en situation oral devant le groupe.

Prérequis :

Avoir un compte Google « professionnel » et avoir créé un compte Flipboard et Bit.ly.

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Comprendre les enjeux de l'accueil numérique dans et hors les murs de l'OT.
- ▶ Participer à la réflexion et à l'élaboration d'une stratégie en vue de développer l'accueil sur le territoire touristique.
- ▶ Acquérir une méthode pour mettre en place un accueil numérique adapté dans et hors les murs de l'OT.
- ▶ Réaliser un outil d'aide à l'accueil.
- ▶ Savoir comment évaluer et piloter ces actions.

Contenu :

Les enjeux de l'accueil numérique dans et hors les murs de l'OT

- Le comportement des visiteurs en séjour au regard de la recherche et de la consommation d'information touristiques.
- Les flux dans et en dehors de l'OT.
- Les bénéfices et les contraintes des supports numériques pour l'accueil « en consultation autonome », mais également pour l'accueil physique et même les « pré-accueils » dans et en dehors des murs de l'OT.

L'accueil numérique « en consultation autonome » en dehors des murs de l'OT

- Panorama des solutions possibles (bornes, tablettes, écrans, site web de séjour ou rubrique dédiée au séjour sur le site de destination) et mise en évidence des avantages, inconvénients et bénéfices de chaque solution.
- Focus sur la solution « site web de séjour ou rubrique dédiée au séjour sur le site de destination » :
 - Facteurs clés de réussite et bonnes pratiques.
 - Exercice pratique : Quels contenus développer pour faire du conseil en séjour numérique ? Quelles actions de promotion doit-on mettre en œuvre pour s'assurer que les visiteurs consultent le site web de séjour ou la rubrique dédiée au séjour sur le site de destination ?

- Exercice pratique : Production d'un contenu numérique dédié au conseil en séjour. Au choix : itinéraire, conseil du jour, top 10. Mise en situation d'outils simples permettant de le réaliser facilement.
- Echanges et synthèse sur les meilleures pratiques à mettre en œuvre ainsi que sur les contraintes à résoudre pour y parvenir et projection sur les opportunités en matière de GRC.

L'accueil numérique « en face à face » dans ou en dehors des murs de l'OT.

- Rappel des bénéfices du support numérique comme outil d'aide à l'accueil.
- Exercice pratique : Faire concrètement du conseil en séjour à l'aide de Flipboard, Google Maps et Bit.ly :
 - Présentation et mise en situation sur les outils.
 - Réflexion sur l'organisation et la production des contenus nécessaires à l'alimentation de ces outils.
 - Echanges sur les meilleures pratiques à mettre en place.
 - Cadrage des éléments à présenter oralement

Elaboration d'une stratégie en vue d'AMELIORER l'accueil sur le territoire

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Apports méthodologiques et études de cas concrets
- Mises en situation et analyses
- Fiches outils
- Travaux de groupes
- Dossier papier complet remis à chaque participant
- Si besoin, remis sur clé USB pour certains supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Mettre à plat les dispositifs d'accueil et d'information des bureaux d'information touristiques (BIT) présents sur le territoire
- ▶ Prédéfinir la stratégie d'accueil - d'information et un plan d'actions cohérents entre les BIT
- ▶ Faire adhérer son équipe à ce projet

Contenu :

Apports réflexifs sur le processus d'information décision d'un client pendant son séjour, son parcours et services attendus à l'égard d'un Office de Tourisme

L'OT expert et stratège de son propre fonctionnement

- Etablir un état des lieux précis des BIT existants concernés pour un diagnostic
 - Leurs clientèles : nombre de contacts vis-à-vis et évolution, flux saisonniers. Les principales demandes par typologie des clientèles dont locale, évaluation de la valeur ajoutée du personnel pour y répondre, la satisfaction
 - Les degrés de prise en charge ou autonomie, services proposés, moyens humains, techniques et technologiques déployés actuellement, les coûts
 - Les moyens affectés : situation des bureaux et équipements, moyens humains, services rendus par typologie de clientèles
 - Les niveaux et supports d'information déployés, les outils numériques et leurs contenus (en cours ou en projet), les indicateurs
 - L'accueil numérique : applications mobiles ou référencées, réseaux wifi...

Le déploiement de l'accueil de qualité et d'outils d'information pertinents dans les BIT

- Préfiguration des questions clés quant à l'organisation de l'accueil et de la diffusion de l'information sur ce nouveau périmètre de compétence ou comment l'OT peut-il agir de manière efficiente sur l'accès à la destination, sur l'accès à l'information dans ses murs.
- A partir de l'état des lieux, marges de progrès, préfigurer les axes prioritaires et le plan d'actions pour construire le schéma d'accueil et d'information de ses BIT adapté aux réalités de leur fonctionnement, en associant le personnel en contact et sous le contrôle de sa hiérarchie
- Les objectifs traduits vers les cibles de clientèles prioritaires, vers l'offre et les services de l'OT : informer, prescrire, vendre ?
- *Mises en pratiques en travaux de groupes*
 - *Ajustements des travaux réalisés en amont de la formation*
 - *Positionnement et objectifs opérationnels réalisables – préfiguration des grands axes de sa stratégie d'accueil d'une part, et d'information (selon degré d'avancée pour ce point), d'outils de diffusion de cette information dans les BIT*
 - *Assistance à distance en vue du module « Accueil 3 »: suivi des travaux des participants et apports si nécessaire, par courriel de préférence*

Veille, autoformation et partage des connaissances en interne

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Mathieu Vadot
IdRezo

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel pour les +11 :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels
- Atelier de production d'un outil d'aide à l'accueil
- Travail de cas pratiques en groupe et en individuel
- Travaux de recherche et de synthèse de bonnes pratiques
- Exercices de mise en situation oral devant le groupe.

Prérequis :

Avoir un compte Google « professionnel » et avoir créé un compte Hootsuite, Feedly Diigo et Flipboard

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Comprendre les enjeux de la veille dans les métiers d'accueil
- ▶ Elaborer un système de veille sur la thématique métier de l'accueil mais aussi en local sur l'offre et les clientèles cibles du territoire.
- ▶ Utiliser la veille dans un objectif d'autoformation.
- ▶ Mettre en place l'organisation nécessaire (outils et procédures) au partage de la veille ou membres de la structure et aux pros du territoire.

Contenu :

Intérêt de mettre en place un système de veille dans le cadre de ses missions d'accueil.

- Les bénéfices d'un système de veille dans ses missions d'accueil.
- Les contraintes à prendre en compte :
 - temps nécessaire,
 - compréhension de la logique de veille
 - compréhension du fonctionnement des outils,
 - etc.

Mise en place d'un système de veille

- Identification des sujets à veiller.
- Détermination du périmètre sémantique en termes de mots clés.
- Présentation des outils incontournables (Google Alert, Hootsuite, Feedly).
- Mise en place de la veille sur les outils incontournables :
 - Dans une logique d'écoute en local de l'offre et des clientèles cibles du territoire.
 - Dans une logique de veille propre à la réputation de sa destination et de ses thématiques fortes.
 - Dans une logique « métiers » pour suivre les évolutions concernant l'accueil et le conseil en séjour dans les offices de tourisme.
- Présentation et paramétrage des outils permettant un partage de la veille en interne (Diigo, Flipboard ou Scoopit)

Présentation du cadre de réponse du dossier à fournir concernant la veille dans le cadre du Titre Accueil.

Evaluer la stratégie d'accueil du territoire et communiquer avec la direction

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

1 jour

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Apports méthodologiques et études de cas concrets
- Mises en situation et analyses
- Fiches outils
- Travaux de groupes
- Dossier papier complet remis à chaque participant
- Si besoin, remis sur clé USB pour certains supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Définir la stratégie d'accueil et d'information sur sa destination dans et hors les murs de l'OT : les axes prioritaires et le plan d'actions pour des objectifs de prescription-découverte-vente de la destination... et mesurables
- ▶ Choisir les outils et les contenus d'information adaptés, définir les ressources et compétences et animer la démarche avec les relais en contact et sur les lieux de diffusion de l'information

Contenu :

- Pour chaque territoire représenté sur le périmètre de compétences dans et hors murs de l'OT : à partir de l'état des lieux, préfiguration de l'organisation de l'accueil et l'information
 - Travaux à fournir par chaque participant suite aux modules 1 et 2*
 - Etat des lieux à partir des éléments de sa destination*
 - Positionnement et objectifs opérationnels réalisables*
 - Plan d'actions (dont indicateurs de suivi) organisation du travail de l'OT pour le mettre en place, argumentaire*
- La présentation de sa stratégie d'accueil et d'information
- Les axes prioritaires
 - Avec ou sans accueil physique de certains BIT existants,
 - OT en itinérance
 - Dans les lieux hors murs avec (relais prescripteurs sélectionnés) ou sans présence humaine,
- L'organisation et le management de l'accueil - travail collaboratif avec les personnels des OT pour co-construire
- L'organisation et la diffusion de l'information (qualification de l'offre et services, hiérarchisation, niveaux et contenus, supports et diffusion) compte tenu de la nouvelle configuration du territoire, des pratiques, des partis pris existants dans la présentation de l'information et supports adaptés, des parcours des clients
- L'approche budgétaire de sa stratégie d'accueil et d'information
- La réalisation du plan d'actions opérationnel, les éléments clés d'une fiche action, les indicateurs
- Le projet argumenté à présenter à sa hiérarchie - arguments factuels issus de son expertise

Bien gérer les informations touristiques au sein de l'OT et entre ses antennes

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Exposés et apports méthodologiques
- Etudes de cas sur le vécu des participants
- Elaboration d'outils
- Travaux de groupes sur les outils
- Dossier « papier » complet remis à chaque participant

Remarque spécifique

- Il sera demandé aux participants un travail préalable à la formation
- Le Cabinet de l'intervenante assure :
- Les demandes courriel mystères de prescription-vente

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ S'approprier la méthodologie de gestion et traitement des informations en appui des missions de l'Office de Tourisme
- ▶ Réaliser un inventaire des informations nécessaires en précisant le degré de finesse requis pour chacune
- ▶ Apprendre à travailler en réseau pour optimiser :
 - La collecte des données auprès des prestataires
 - Le partage des informations entre les points d'accueil d'un territoire
- ▶ Savoir mettre en place des procédures adaptées à la gestion des informations
- ▶ Optimiser la relation client à distance par des courriers et courriels vendeurs, gagner en efficacité
- ▶ Savoir qualifier et mettre en valeur l'information utile au client sur les supports papier et numériques et dans l'espace d'accueil
- ▶ Apprendre à organiser la gestion de la documentation en fonction des attentes des clients et à construire des outils

Contenu :

Dans le cadre des regroupements des Offices de Tourisme, il est fondamental d'appréhender l'organisation de l'information et notamment sous l'angle des questions suivantes :

- Quelles sont les informations touristiques pertinentes à mutualiser au regard des clientèles accueillies et de l'offre commune et/ou différenciée à cette nouvelle échelle ?
- Quelles sont les fonctions assurées par les bureaux d'information touristiques (et leur cohérence sur ce territoire) ?
- Réfléchir à ce stade à l'organisation qui en découle en matière de gestion de ces informations et de mise en place d'outils de partage performants.

Les pratiques d'accueil co-construites et partagées

- Identification des outils utiles à concevoir ou parfaire pour répondre aux demandes récurrentes (utilisables par le client seul ou facilitant la relation client, gain de temps par le personnel)
- Finalisation d'outils : guide d'entretien avec le client, grilles par type de clientèles / motivations ciblées/questions clés/offre à prescrire / synthèses argumentaires (sur 4 critères)

L'information au service de son métier d'accueil

- Les qualités de l'information et leur application sur les supports de l'OT
- La hiérarchisation des informations utiles à son métier et aux clientèles spécifiques de son antenne

- Validation des sources d'information utiles à l'exercice de son métier : notion de veille et outil associé (bookmarks fournis par le Cabinet)
- La stimulation des partenaires pour qualifier et fiabiliser l'information, enrichir et partager celle-ci
- Les règles de gestion et traitement des informations depuis le recueil des données jusqu'à la mise à jour des informations stockées - Suivant besoin : mise en pratique de procédures en regard de celles préconisées dans la Marque Qualité Tourisme et les outils associés
- L'organisation du partage de l'information, particulièrement dans le cas de plusieurs antennes d'OT
- Les outils de partage des informations : outil intranet, tableaux, modèle de fichier de liaison
- Les principales obligations et responsabilités de l'Office de Tourisme dans la diffusion de l'information (sur brochure, site internet) ; points spécifiques du classement des Offices de Tourisme

La gestion de la documentation

- Le référencement de la documentation, hiérarchisation et classement
- La gestion et l'actualisation des stocks de documentations
- La particularité de la gestion dans le cas de plusieurs antennes

Faire de vos partenaires vos premiers ambassadeurs

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Apports méthodologiques et études de cas concrets
- Mises en situation et analyses
- Fiches outils
- Travaux de groupes
- Dossier papier complet remis à chaque participant
- Si besoin, remis sur clé USB pour certains supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Savoir conduire un projet d'accueil partagé sur territoire
- ▶ Savoir repérer les partenaires et leurs réseaux sur le territoire à vocation d'ambassadeurs
- ▶ Identifier les situations de relation client sur le territoire (sur site, chez prestataires, en itinérance -découverte) et définir les cibles à toucher (touristes, habitants...)
- ▶ S'approprier les techniques d'animation de réseau, impliquer partenaires
- ▶ Communiquer autour du dispositif mis en place

Contenu :

Identification des réseaux, structures et personnes en contact les clientèles sur son territoire : méthode et outils pour connaître leur degré de proximité avec les clientèles, la connaissance des demandes de celles-ci, leurs actions et outils si existants, les initiatives, les besoins

Mise en adéquation entre les objectifs de l'OT sur sa mission d'accueil et information hors murs (dont démarche qualité de territoire) et le potentiel d'ambassadeurs pressentis :

- Critères pour déterminer les partenaires prioritaires, profils, voire les segmenter entre partenaires qui vivent implicitement ou explicitement du tourisme, les résidents
- Avantages concrets et engagements pour chaque segment d'ambassadeurs (ex : pour un prestataire : sa relation client et le développement de son activité), partage pour ambassadeurs résidents...entrées gratuites pour tous sur sites etc.
- La hiérarchisation des valeurs, spécificités, offres, services, expériences... À partager dans un premier temps

La mise en place

- Les techniques de mobilisation du potentiel d'ambassadeurs
- La co construction du ou des réseaux d'ambassadeurs
- La formalisation des prérequis et conditions pour devenir ambassadeur, les avantages
- Le recrutement : formulation des bonnes raisons de devenir ambassadeur, diffusion
- L'identification de l'ambassadeur, (carte, logó...) voire la mise en place d'un club ou charte d'ambassadeur spécifique au territoire

- L'accompagnement- formation des relais et prescripteurs, du personnel (savoir être et faire) et la découverte du territoire par éducteur revisité...et abouti
- Les outils d'information enrichie dont numériques utiles à l'ambassadeur (déterminer les niveaux – contenus et outils d'informations pertinents – argumentaires)
- Les outils de partage pour : nouveautés, expériences, évaluation

Les outils de l'animation : à quel moment il est utile d'organiser des réunions, pour quoi faire, les règles pour la conduite de réunion, les rencontres individuelles

La communication autour du ou des dispositifs décidés

- Dans les phases « avant, pendant, après » : les objectifs visés (stimuler, produire, faire adhérer, évaluer...)
- Le partage de l'information - développer la communication : les priorités, les informations à exploiter et à diffuser, par qui, pour qui, par quel canal, quel langage ? Quelle valeur ajoutée, pour qui ?
- Messages cibles, argumentaires, supports
- Application des techniques argumentaires : factuels et émotionnels

Utiliser les techniques de gestion de la relation client

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Vivian Vidal
IdRezo

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels
- Atelier de production d'un outil d'aide à l'accueil
- Travail de cas pratiques en groupe et en individuel
- Travaux de recherche et de synthèse de bonnes pratiques
- Exercices de mise en situation oral devant le groupe.

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Apprendre à collecter et à qualifier les données clients pour se construire un portefeuille client
- ▶ Maîtriser le cycle de la relation client « avant/pendant/après » le séjour
- ▶ Apprendre à adresser un message adapté au client (et au marché) selon son contexte (situation et profil)
- ▶ Apprendre à analyser la satisfaction des touristes sur la destination

Contenu :

Pourquoi faire de la GRC dans un office de tourisme ?

- Les politiques de conquête et de fidélisation
- La méthode IDIC : Identifier / Différencier / Interagir / Customiser
- L'adaptation de la GRC à la stratégie marketing :
 - la définition des critères de segmentation
 - prendre en compte la satisfaction client
 - la notion de « service+ » et de client VIP
- Rappel des bases réglementaires

Focus sur les techniques de récolte des informations

- En face à face
- Au téléphone
- Via l'email
- Via le web
- Via les outils d'accueil numérique
- Via les outils de récolte et d'analyse de la satisfaction
- Via les réseaux sociaux

Pour chacun de ces outils de récolte sont abordés :

- Avantages et inconvénients
- Règles d'or et techniques pour réussir

Apprendre à établir la « cartographie des données clients »

- Identification des flux de données entrantes dans l'OT
- Identification des données saisies, stockées, utilisées, perdues...
- Mise en cohérence des flux et optimisation des flux numériques

- La réalisation de la cartographie des flux dans l'OT

Cas pratique

Chaque stagiaire doit réaliser la cartographie des données clients dans son OT

Les outils de la relation client

- Le marketing direct (publipostage, emailing, SMS)
- Le chat et les messageries instantanées
- Les réseaux sociaux
- L'internet de séjour

Pour chacun de ces outils de relation client sont abordés :

- Avantages et inconvénients
- Règles d'or et techniques pour réussir

Le cycle de la relation « avant / pendant / après »

- Principes fondamentaux et conditions de réussite
 - Le cocktail « sensations » : rationnel, relationnel et émotionnel
 - L'identification des opportunités à communiquer
- Présentation et explications de cas réels d'offices de tourisme travaillant le cycle

Cas pratique

En groupe de 2 ou 3, travail préparatoire (avec orientation du formateur) à la démarche d'évaluation

De l'accueil à l'excellence de service

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Aurélien Lataix

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

3 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels
- Atelier de production d'un outil d'aide à l'accueil
- Travail de cas pratiques en groupe et en individuel
- Travaux de recherche et de synthèse de bonnes pratiques
- Exercices de mise en situation oral devant le groupe.

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Faire de l'accueil une source de forte valeur ajoutée pour l'OT et le territoire
- ▶ Faire de l'accueil un acte marketing en soi
- ▶ Passer de l'accueil à l'excellence de service
- ▶ Concevoir et déployer une signature de service pour l'accueil
- ▶ Évaluer l'excellence de service pour la piloter

Contenu :

Les fondamentaux de l'accueil

- L'accueil, c'est vous !
- Une posture d'ouverture positive
- Le sourire de l'accueil:
- La force du regard
- L'appui de la voix

Les clés de la communication relationnelle

- Les différentes formes de communication
- Particularités de la communication de service
- L'impact de l'environnement

La communication non verbale et esthétique

- Quand le corps parle...
- L'esthétisme de l'uniforme
- L'élégance en toute situation

La communication verbale : le choix des mots

- Accueillir et présenter les lieux
- Chouchoutez votre client jusqu'à son départ
- Le ton de la voix et les tics de langage

Les outils de profiling du client

- Voyage dans le cerveau du client
- S, comme sécurité
- O, est orgueilleux
- N, pour nouveauté
- C, aime le confort
- A, comme argent
- S, est sympathique

De la satisfaction du client à l'excellence de service

- Une attention sans faille
- L'enchantement par le produit
- Le don de soi

Les besoins fonctionnels et émotionnels du client

- Le fonctionnel, partie visible de l'iceberg
- La partie immergée de l'émotionnel

Les leviers pour toucher l'émotionnel

- La posture d'écoute active
- Des questions pour une écoute active
- L'état d'esprit de l'écoute active

Le secret des 6 clés de l'excellence de service

- Clé n°1 : Valoriser le client
- Clé n°2 : Personnaliser la relation
- Clé n°3 : Porter attention
- Clé n°4 : Avoir le sens du détail
- Clé n°5 - Oser
- Clé n°6 : dépasser ses attentes

Le cercle vertueux de l'enchantement

- Le client au centre de la stratégie
- L'expérientiel au service de l'enchantement

L'excellence au service des valeurs de la marque

- Chaque marque a ses valeurs
- L'incarnation des valeurs de la marque
- Faire vivre l'expérience des valeurs de la marque

La mise en place des signatures de service

- Une signature de service, quèsaco ?
- Une signature de service, comment ça marche ?
- Les signatures de service, qui les applique ?

Le pilotage du cercle vertueux de l'excellence par l'évaluation

- Des méthodes de mesure éprouvées

Aménager son espace d'accueil pour favoriser la satisfaction client et les retombées économiques sur le territoire

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Claude-Hélène PASCO

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Exposés et apports méthodologiques
- Etudes de cas sur le vécu des participants
- Elaboration d'outils
- Travaux de groupes sur les outils
- Dossier « papier » complet remis à chaque participant

Remarque spécifique

- Il sera demandé aux participants un travail préalable à la formation
- Le Cabinet de l'intervenante assure :
- Les demandes courriel mystères de prescription-vente

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Appréhender la notion de parcours du client dans un Office de Tourisme
- ▶ Comprendre en quoi l'aménagement des espaces doit répondre aux attentes des clients et valoriser l'offre locale
- ▶ Savoir cerner et traduire l'image de sa destination
- ▶ Acquérir les savoir faire du merchandising dans l'aménagement d'un Office de Tourisme, savoir choisir et créer les espaces adaptés – s'initier aux techniques de décoration, de création d'ambiance – les équipements adaptés
- ▶ Optimiser les conditions de mise en œuvre des outils numériques à partir d'une stratégie d'accueil définie
- ▶ Sélectionner et améliorer la présentation des documentations
- ▶ Mettre en application les acquis au bénéfice de son Office de Tourisme

Contenu :

Les principes d'aménagement d'espaces d'accueil

- Les attentes des principales clientèles accueillies en matière d'accueil et d'accès à l'information ; les évolutions vers le numérique tout ou partiel ?
- L'organisation du parcours du client dans un OT et les grands principes : facilitation de l'accès, choix et organisation des informations, aménagement des espaces spécifiques et adaptés, gestion de la demande des clients... aménagement banque accueil/espace de travail
- L'accompagnement du client dans sa perception avec les 5 sens et l'impact sur l'écoute, l'affichage et le visible, la recherche documentaire dans les présentoirs
- La place de l'image dans l'aménagement de sa structure

Les techniques de merchandising et les modèles transposables

- Conception : la cohérence de la vocation de chaque espace, la traduction de valeurs dans l'ambiance et la décoration ; le repérage du client – mise en information
- Equilibre entre les couleurs et l'éclairage, le choix de mobilier... présentation documentaire
- Originalité et dynamisme dans la mise en scène, les éléments de différenciation

L'accueil numérique dans l'espace d'accueil :

- Les principes : en réponse à quels besoins clairement identifiés (gestion de flux, réponses aux demandes récurrentes, ...), quelles volontés de l'OT (auto-information, réduction documentation, mise en scène et en information, gestion affichage ...)
- Les outils et leurs services - usages, dans les murs (à quels endroits) et hors murs de l'OT : vitrines interactives, cartographie interactive, tablettes, bornes interactives, ports USB, QR codes et tags
- Présentation d'exemples transposables : organisation d'espaces, « univers », mise en scène des valeurs des territoires, mise en information des offres, ambiances, mobiliers ... les outils dont numériques ; à la banque d'accueil : supports de présentation de photothèques, mini vidéo, services aux clients

Les applications à son Office de Tourisme

- Travaux de groupes :
 - Piliers image – valeurs, typologies et demandes clientèles, offres à prescrire
 - Traduction en espaces thématiques, organisation et outils de mise en scène et mise en information (dont outils numériques)... choix de visuels... documentation
 - Les présentoirs : l'unitaire et le groupe ...
- Restitution collective et enrichissements

Il sera demandé aux participants un travail préalable à la formation sur leur offre et les types de demandes. Ils apporteront le 1er jour de la formation : ce travail et les visuels de leur OT sur support papier et numérisé (clé USB)

Développer les activités économiques liées à l'accueil

Info +

TITRE DIPLOMANT
COORDINATEUR DES
ACCUEILS TOURISTIQUES

Formateur :

Akina Stratégie

Public :

Personnel d'accueil d'OTSI

Durée

2 jours

Dates et lieux :

A définir

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

245€ / stagiaire / jour

Méthodologie :

- Exposés et apports méthodologiques
- Etudes de cas sur le vécu des participants
- Elaboration d'outils
- Travaux de groupes sur les outils
- Dossier « papier » complet remis à chaque participant

Remarque spécifique

- Il sera demandé aux participants un travail préalable à la formation
- Le Cabinet de l'intervenante assure :
- Les demandes courriel mystères de prescription-vente

Prérequis :

Aucun

Pourquoi suivre cette formation ?

Au sein d'un organisme privé ou public, notamment d'un office de tourisme, sous la responsabilité généralement d'un directeur, ce professionnel coordonne l'accueil sur le territoire : à l'intérieur des locaux d'information mais également hors les murs (incluant les outils numériques). Il apporte, lui-même, un conseil éclairé aux touristes français et étrangers et/ou coordonne une équipe à cet effet (selon la taille de la structure). Il participe à la définition de la stratégie de l'organisme, ainsi qu'à la gestion de l'information. Enfin, il valorise les activités économiques liées à l'activité d'accueil.

Objectifs :

- ▶ Identifier les prestations commercialisables et le potentiel de valeur de chacun d'elles
- ▶ Concerver et structurer une offre marchande liée à l'accueil
- ▶ Développer les capacités de commercialisation de cette offre en situation d'accueil
- ▶ Imaginer les outils d'aide à la vente

Contenu :

Rappel des méthodes à déployer et des outils d'appui (pour passer de la posture d'accueil à l'acte de vente) :

- Présentation des typologies de clients et des tendances de consommation. Rappel de l'importance du relationnel et des comportements adaptés à la situation en OT
- Présentation des techniques et exercices d'application :
 - Sonder les motivations prioritaires
 - Argumenter de façon personnalisée avec efficacité
 - Répondre aux questions et lever les objections avec méthode
 - Conclure rapidement
- Présentation des procédures de vente / fiches produits :
- Atelier en sous-groupes sur les fiches de procédures de vente travaillées en amont par les participants (fiche type d'un produit par office de tourisme).

Exercices de mises en application des compétences (phase d'évaluation) :

- Chaque participant tire au sort son ordre de passage durant l'évaluation.
- Chaque participant tire au sort un scénario de cas pratiques (client en face à face ou au téléphone) et prépare en 10 minutes le cas pratique. Puis, chaque participant est mis en situation dans un objectif de commercialisation (10 minutes), en contact avec le client potentiel lié au cas pratique (le formateur Akina Strategies). Il (elle) utilisera les compétences acquises et la fiche technique « produit » qui aura été travaillée en amont.
- Les autres participants identifient les compétences mises en œuvre (observation, prise de notes).

Les mises en situations de « vente » sont ensuite évaluées par le formateur, pendant le temps de préparation du candidat suivant sur la base :

- des compétences techniques et relationnelles mises en œuvre (identification des besoins, présentation du produit dans l'acte de renseignement, techniques de vente, techniques de réservation ou de conclusion de vente)
- de la fiche technique de vente produit réalisée par le candidat (qualité de la conception des argumentaires de vente)

Le temps consacré à l'évaluation est réparti comme suit :

- tirage au sort des passages : 30 minutes
- préparation puis mise en situation individuelle : 10 x 20 minutes, soit 3h30
- temps de battement en amont pour préparation du 1er candidat, soit 10 minutes
- temps de battement entre les candidats : 5 minutes soit 50 minutes

Phase de debriefing :

- La formation est clôturée par une séance de debriefing collectif où chaque participant est invité à s'exprimer au sujet de sa prestation ou des prestations de ses collègues. Des correctifs individuels ou collectifs pourront être apportés par le formateur. Les faits saillants de la mise en situation seront verbalisés. Des conseils pourront être apportés sur les moyens de favoriser la commercialisation des prestations proposées par chaque OT.