

Catalogue des formations

OTN - 2021

Valoriser et développer les compétences
des salariés des Offices de Tourisme Normands





ÉDITO

Chers élus, directeurs et salariés des Offices de Tourisme de Normandie,
Chers partenaires,

La formation des salariés est essentielle pour répondre à vos stratégies de développement touristique et faire face à l'évolution des comportements des visiteurs. OTN a souhaité concevoir une offre de formation spécifique et adaptée à vos métiers.

Suite aux besoins que vous nous avez exprimés, vous trouverez dans ce catalogue notre offre de formations 2021, qui a pour objectifs de :

- Maintenir ou développer les compétences des collaborateurs.
- Les accompagner pour qu'ils s'adaptent aux évolutions des métiers.
- Leur permettre d'accroître leur niveau de qualification et favoriser leur évolution professionnelle.

Une entreprise qui forme ses salariés, c'est une entreprise qui s'adapte et qui évolue.

Nous nous engageons à :

- Traduire vos besoins en actions de formation.
- Identifier des Organismes de Formation (OF) experts.
- Vous proposer une offre financièrement optimisée, en négociant le coût des formations.
- Organiser des formations sur vos territoires pour un collectif d'OT ou directement dans vos structures à destination de vos collaborateurs.

Cette offre a été élaborée pour vous, nous comptons sur votre mobilisation !



Olivier PETITJEAN
Président d'OTN



BÉNÉFICIEZ DE NOS SERVICES

EXPERTISE & COMPLÉMENTARITÉ

Les formations « métiers » proposées sont spécifiques à l'environnement touristique dans lequel vous évoluez et aux fonctions que vous exercez.

Nous avons à cœur de sélectionner pour vous les meilleurs formateurs, en lien avec les thèmes abordés : leur connaissance du secteur touristique, leur expérience du sujet, leurs références et l'approche pédagogique qu'ils proposent, sont autant de critères de sélection pour OTN.

Notre exigence : trouver l'expert qui saura répondre à vos besoins !

FORMATION - ACTION

L'approche pédagogique proposée est active, concrète, pratique et démonstrative. Elle comprend :

- Des mises en situation et des exercices réalisés tout au long de la formation.
- Des exemples de bonnes pratiques illustrant les apports théoriques.
- Des outils pédagogiques mis à votre disposition dans les jours qui suivent la formation.

PROXIMITÉ

Deux possibilités vous sont proposées :

- Formation « inter entreprise » : plusieurs salariés d'entreprises différentes suivent la même formation. Dans ce cas, la formation se déroule au plus près de vos territoires, en fonction de la provenance des stagiaires inscrits. Nous vous encourageons à vous rapprocher d'OTN, afin d'identifier d'autres OT ayant le même besoin en formation, pour constituer un groupe.
- Formation « intra entreprise » : les salariés d'une même entreprise suivent la même formation. Dans ce cas, la formation se déroule directement dans vos locaux (sous réserve de conditions d'accueil adaptées). Elle permet de dynamiser votre équipe autour d'un projet commun et d'harmoniser les pratiques.

Quelle que soit la configuration retenue, vous serez gagnants sur les frais de transport, d'hébergement et sur les temps de déplacement.



TARIFS NÉGOCIÉS & MUTUALISÉS POUR RÉDUIRE VOS COÛTS DE FORMATION

Nous négocions les frais pédagogiques des formateurs, dans l'objectif d'obtenir le meilleur rapport qualité/prix.

SIMPLIFIER VOS DÉMARCHES ADMINISTRATIVES

OTN assure pour vous :

- L'organisation logistique de la formation : identification du formateur, réservation de salle, règlement du formateur...
- Les démarches administratives : nous vous adressons les conventions de formation préremplies et les attestations de formation.

NOS CONDITIONS TARIFAIRES

- Grâce à la contribution annuelle que vous versez à votre OPCO, vous bénéficiez d'une prise en charge partielle ou totale sur l'enveloppe allouée à votre plan de développement des compétences pour vos salariés de droit privé.
- Pour les agents de la fonction publique territoriale, aucune demande de prise en charge ne pourra être effectuée auprès du CNFPT.
- Si vous souhaitez former vos salariés en « intra entreprise » sur l'une des formations figurant dans ce catalogue, les tarifs affichés ne s'appliquent pas ; merci de nous contacter, nous vous établirons un devis personnalisé.
- Si votre structure souhaite former ses collaborateurs sur un thème précis n'apparaissant pas dans ce catalogue, contactez-nous afin que nous puissions identifier ensemble vos besoins et vous apporter une solution pédagogique et financière adaptée. Pour chaque demande d'action de formation « à la carte », OTN vous transmettra un devis personnalisé.



SOMMAIRE DES FORMATIONS

Accueil	Le conseil en Office de Tourisme : prescription et force de vente	Page 05
	Accueillir et informer les personnes en situation de handicap	Page 06
	Optimiser la relation client à distance	Page 07
	Gérer les clients difficiles et agressifs	Page 08
Boutique	Gérer et développer les ventes de la boutique	Page 09
Commercialisation	Développer ses offres commerciales liées à l'itinérance	Page 10
	Les clés d'un démarchage commercial efficace	Page 11
	Optimiser le fonctionnement et les retombées du service commercial en OT	Page 12
Communication	Rédiger un produit touristique : décrire pour séduire	Page 13
	Du guide au magazine de destination : bâtir un projet éditorial séduisant	Page 14
Développement durable	Mettre en place une stratégie de développement durable sur ma destination	Page 15
Familles	Créer des visites et des produits adaptés aux familles	Page 16
Juridique	La Société Publique Locale : les outils de sa mise en place pour gérer un OT	Page 17
	Respecter et mettre en œuvre le RGPD à l'Office de Tourisme	Page 18
	Mise à jour des connaissances en droit du travail	Page 19
Management	Manager et animer une équipe à distance	Page 20
	Entretenir la motivation, l'esprit d'équipe et savoir fédérer en période difficile	Page 21
Observation	Mettre en place un observatoire de destination	Page 22
	Exploiter les données socio-économiques de votre OT avec l'outil piLOT	Page 23
Qualité	S'initier à la marque Qualité Tourisme™	Page 24
	Animer le suivi de la marque Qualité Tourisme™	Page 25
	Se préparer aux visites mystères pour la marque Qualité Tourisme™	Page 25 bis
Socioprofessionnels	Définir une stratégie pour les socioprofessionnels	Page 26
Webmarketing	Concevoir et piloter une stratégie webmarketing	Page 27
	Redéfinir sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux	Page 28
	Gérer la E-réputation de ma destination	Page 29



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Cerner les attentes et les demandes des clientèles d'aujourd'hui.
- Maîtriser les techniques d'accueil permettant la personnalisation des conseils.
- Savoir argumenter efficacement sur l'offre touristique et les services.
- Optimiser la relation client en concevant des outils d'aide à l'accueil et à l'information.



PRÉSENTATION

- Les clientèles et la relation d'accueil aujourd'hui en Office de Tourisme : l'évolution des comportements et des modes d'informations des clientèles, leurs attentes, les critères d'un accueil personnalisé.
- Les techniques d'accueil au service de la personnalisation : l'accueil en tant que relation interpersonnelle, les profils de clients, les attitudes et comportements.
- Travaux de groupe sur la technique d'argumentaire de vente.
- Mise en commun des travaux réalisés : identification des outils utiles à concevoir ou à parfaire pour répondre aux demandes récurrentes, finalisation d'outils : guide d'entretien avec le client et grilles par types de clientèles.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Conseillers en séjour.



PRÉREQUIS

Un travail sera demandé préalablement à la formation.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports de connaissances et de méthodes, grâce à divers supports. Une mise en pratique sera effectuée sur des fiches outils, des grilles d'analyses conçues par le formateur, complétées par des illustrations et des exemples d'Offices de Tourisme.



OUTILS

Support de cours, dossier et outils prêts à l'emploi remis aux stagiaires.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

03 et 04/06/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

404 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Claude-Hélène PASCO
Consultante



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

03/05/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les grandes familles de handicaps et leurs problématiques.
- Comprendre les exigences des règles d'accessibilité.
- Acquérir les réflexes comportementaux face aux différents types de déficiences et adapter son acte de renseignement.
- Connaître et comprendre les besoins des personnes en situation de handicap.
- Connaître la marque Tourisme et Handicap et les démarches à suivre pour y concourir.



PRÉSENTATION

- La réglementation et le handicap en chiffres.
- Le handicap moteur : connaître les règles d'accessibilité, contraintes, informations utiles pour un séjour sur ma destination.
- Le handicap auditif : comprendre la surdité et la malentendance, connaître les outils de communication, communiquer avec les personnes sourdes et malentendantes.
- Le handicap visuel : appréhender la différence entre la malvoyance et la non voyance, les outils, les besoins des personnes en situation de handicap visuel.
- Le handicap mental : comprendre la différence entre handicap mental et handicap psychique, les outils.
- La marque Tourisme et Handicap : présentation de la marque, démarches à suivre.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Personnel d'accueil, médiateurs et guides, responsables Qualité, labels et marques.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et mises en situation.



OUTILS

Un livret de notes de stages est remis à chaque stagiaire. Il comprend l'intégralité de la présentation théorique, un lexique et une liste des fournisseurs.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

30/09 et 01/10/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

329 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Sophie PAPIN
AccessiTour



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

31/08/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Intégrer les contacts à distance comme une étape de la relation client (mail, téléphone,...).
- Utiliser l'accueil à distance comme un outil de promotion d'un site ou d'une destination.
- Incarner une posture commerciale à distance.
- Considérer l'accueil à distance comme une rencontre à part entière.



PRÉSENTATION

- Le parcours client « type » : prendre conscience des différents parcours clients de sa structure, cartographier son parcours clients type, présentation des différents canaux.
- Enjeux et paradoxes de l'accueil à distance et des outils numériques : saisir les opportunités de ces nombreux canaux, maîtriser son temps, satisfaire ses interlocuteurs.
- Jetez-vous "allo" (focus téléphone) : porter un regard positif sur l'action commerciale à distance pour la réaliser avec aisance, savoir ajuster son discours en fonction du support et de son interlocuteur.
- Atelier de co-développement (temps de travail collectif).
- Atelier de mise en pratique individuel d'environ 1 heure avec le formateur : simulation d'entretien et débriefing.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Tout salarié d'Office de Tourisme en situation de relation avec des clients.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques de fondamentaux, documents à compléter par les participants, matérialisation du parcours client de sa structure en ligne, atelier collectif, atelier de mise en pratique individuel.



OUTILS

Les participants reçoivent à la fin de la formation, des fiches « mémo » synthétisant les thématiques abordées.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

06 et 08/04/2021 : 14h à 17h30 + séances individuelles les 15/04 après-midi et 16/04 matin.



DURÉE DE LA FORMATION

2 demi-journées / 7 heures
+ 1 séance individuelle par participant



COÛTS PÉDAGOGIQUES

383 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Julien BAFOIN
1'Pulser



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

26/02/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les différents types de clients mécontents, de réclamations et leurs mécanismes.
- Comprendre la différence entre "événement déclencheur de la crise" et "réel besoin non assouvi".
- Mieux se connaître pour mieux gérer les réclamations et adapter son savoir-être : calme, patience, tact...
- Identifier les situations conflictuelles et savoir y répondre.
- Adopter les techniques appropriées pour décoder le client mécontent et gérer les situations difficiles.
- Mettre en place des actions préventives pour limiter les conflits.



PRÉSENTATION

- Se préparer à gérer des clients difficiles et agressifs : se connaître pour mieux gérer son émotionnel, se préparer à bien gérer les situations difficiles, comprendre le client, ses émotions et ses besoins, comprendre l'utilité et les bénéfices des réclamations et la nécessité de bien les traiter.
- Gérer les clients difficiles et agressifs : analyser la situation, utiliser une procédure et des outils.
- Savoir anticiper pour éviter les situations difficiles : identifier les situations difficiles récurrentes de l'OT et du territoire et se préparer à les gérer, mettre en place des outils préventifs pour éviter les situations difficiles et les conflits.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Conseillers en séjour.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, mises en situation, création d'outils et de procédures.



OUTILS

Chaque participant reçoit un support papier le jour de la formation. Il permet la prise de notes et contient les exercices réalisés pendant la formation, les apports théoriques, le plan d'action personnel.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

12 et 13/04/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

373 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Caroline BELIN
Consultante



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

05/03/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Valoriser et rendre une boutique attractive par la mise en scène des produits.
- Déclencher l'acte d'achat chez le visiteur.
- Développer le chiffre d'affaires de l'activité.
- Gérer la boutique de façon autonome.



PRÉSENTATION

- Connaître les défis d'une boutique : rappel des objectifs et exigences d'une boutique.
- Définir l'identité visuelle de la boutique : comprendre l'importance de l'ambiance et de la signalétique générale, créer un lien entre les éléments identitaires du site, de la boutique et ses produits.
- Organiser son espace boutique et présenter ses produits : définir les objectifs et identifier les contraintes de l'aménagement, choisir le bon emplacement et le mobilier adapté, apprendre à présenter les produits, s'initier au merchandising relationnel.
- Optimiser la gestion de stock : connaître les modalités et les outils de gestion des stocks, apprendre à faire son inventaire.
- Mesurer la performance et définir des actions d'amélioration : définition et rôle d'un tableau de bord, identification des outils de pilotage.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Personnes en charge de la boutique.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, pratiques et méthodologiques.
Echanges entre le formateur et les participants sur leurs problématiques spécifiques. Travaux de groupes sur des cas pratiques.



OUTILS

Des documents Excel sont remis à chaque stagiaire, lui permettant de monter son modèle économique et un tableau de bord.
Un résumé de la formation est également remis à chaque participant.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

15 et 18/03/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

513 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Cécile VIGNESOULT
Association Museum & Industries



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

05/02/2021

Développer ses offres commerciales liées à l'itinérance



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Apprendre à construire les offres commerciales liées à l'itinérance : contenu, tarif, présentation...
- Savoir se positionner en matière d'itinérance et définir des partenariats avec les autres acteurs institutionnels.
- Identifier les pistes de commercialisation pour ses offres marchandes d'itinérance.



PRÉSENTATION

- De quoi parle t-on ? : les offres commerciales existantes, les principaux distributeurs, l'offre régionale sur la Normandie, la logique territoriale pour les offres marchandes, les grands axes d'itinérance (GR...), les attentes des clientèles.
- Bâtir les offres : comment rattacher les circuits et parcours aux points forts de la Normandie ? Faisabilité, difficultés, recruter les prestataires concernés, organiser les services manquants, s'inscrire dans la stratégie des partenaires ADT, CRT, Parcs...
- Calculer et rédiger les offres : qualifier les offres, définir les prestations incluses, le prix, organiser la gestion des demandes et des ventes.
- Mettre en marché : incidence de la crise sanitaire, choix et moyens à engager en BtoC, ciblage des marchés de proximité, choix d'une distribution BtoB par des agences spécialisées, supports de communication adaptés.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Toute personne en charge de la commercialisation et/ou de l'itinérance au sein d'Offices de Tourisme ou d'organisme de tourisme.



PRÉREQUIS

Etre immatriculé au registre des opérateurs de voyages ou être en capacité de mettre en place des partenariats avec des tiers pour la commercialisation de son offre.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et exposés s'appuyant sur les cas concrets des stagiaires.



OUTILS

Venir avec son ordinateur.
Support de cours et outils remis aux stagiaires.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

08 et 09/02/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

460 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOS FORMATEURS

Didier ANDRIEU et Didier MARCEILLAC
Cabinet SIFG



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

04/01/2021

Les clés d'un démarchage commercial efficace



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les acteurs de la distribution de vos produits et prestations touristiques.
- Acquérir les techniques de démarchage et les méthodes commerciales adéquates.
- Augmenter la visibilité de vos produits et prestations touristiques.



PRÉSENTATION

- Les techniques de démarchage et de placement commercial BtoB.
- Présentation de méthodes de démarchage.
- Séances d'entraînement à partir de scénarii pré établis.

Entre les jours 1 et 2, les participants seront amenés à prospecter les professionnels du tourisme, à partir d'un fichier de contacts, en vue d'établir plusieurs RDV de démarchage commercial, regroupé sur une zone géographique spécifique.

- Analyse des retours d'expérience (RDV de terrain) : entraînements à la prise de RDV et la conduite d'entretiens commerciaux en binôme, définition d'un plan de démarchage 2021 / 2022, plan de progrès (feuille de route de démarchage par participant).
- Développer votre visibilité, solidifier les liens de mise en marché : moyens, méthodes et astuces.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Tout salarié d'Office de Tourisme ou d'organisme de tourisme, plus particulièrement en charge de la commercialisation, de la prospection et du démarchage commercial.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exemples illustratifs, jeux de rôles, mise en situation sur le terrain. Plan de progrès individuel.



OUTILS

Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

09/03 et 15/04/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

368 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Guy CASTAGNER
Akina Stratégies



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

01/02/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Analyser son activité commerciale et trouver des marges de progression.
- Affiner et renforcer sa politique de commercialisation.
- Identifier de nouvelles opportunités commerciales à potentiel et les segments de clientèles d'avenir.
- Rédiger son plan d'actions commerciales.
- Mettre en place des indicateurs de performance commerciale.



PRÉSENTATION

- Définition des problématiques de chaque participant.
- Identifier de nouvelles opportunités commerciales à potentiel et segments de clientèles d'avenir.
- Redéfinir les grandes lignes de sa stratégie commerciale opérationnelle : gamme des produits et services, couples marchés/produits, tarification des produits et prestations.
- Mettre en place un plan d'actions commerciales avec des indicateurs efficaces et efficients.
- La gestion de la relation clients : comment augmenter son taux de transformation, comment se démarquer sur les marchés ?



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Chargé(es) de commercialisation, responsables de pôle commercial.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formation participative et interactive rythmée par des cas concrets identifiés dans des Offices de Tourisme en France. Des conseils personnalisés sont adaptés au niveau de chaque stagiaire.



OUTILS

Support de cours et mallette à outils remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

25/03 et 08/04/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

435 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Karine ESTAUN
Tourism'development



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

18/02/2021

Rédiger un produit touristique : décrire pour séduire



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Affiner son champ lexical.
- Décrire un objet touristique en mots justes.
- Disposer des clés de réécriture professionnelle.
- Posséder les outils d'une écriture lisible et accrocheuse.



PRÉSENTATION

- Comment l'information attire : satisfaire les deux raisons de lire, comment le cerveau construit une information, gérer son temps d'écriture, comment sortir de l'impératif trop utilisé en tourisme : « découvrez, savourez, visitez... ».
- Objectifs du papier sensoriel, papier d'ambiance : offrir l'émotion, transmettre le goût de vivre, particularités des 5 sens, exercice d'ambiance, type carnet de voyage : l'émotion que procurent les sens.
- Outils d'écriture sensorielle : décrire un savoir-faire concret, exemple d'interview, décrire une activité touristique.
- Technique de rédaction d'accroche : mettre en scène un site de visite, identifier l'intérêt principal.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Communicants print et web.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices de lecture à haute voix et d'écriture, exemples.



OUTILS

Chaque participant reçoit un support pédagogique.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

11, 12 et 13/10/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h
La session de mai est complète.



DURÉE DE LA FORMATION

3 jours / 21 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

705 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Martin BOHN
Journaliste



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

04/09/2021

Du guide au magazine de destination : bâtir un projet éditorial séduisant

Communication



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir son projet éditorial.
- Savoir appliquer les clés de lecture d'un magazine.
- Pouvoir composer une double page efficace.
- Détenir les clés pour organiser un sommaire de magazine.



PRÉSENTATION

- Définir les points forts du projet éditorial : comment le magazine est lu, le destin du papier selon sa typologie.
- Les règles d'organisation de son magazine de destination : clés de lecture image/texte, règles de lisibilité, organisation du sommaire.
- Définir son lectorat : comment raconter votre histoire pour toucher le lecteur, clés d'analyse critique d'une page, la puissance de la photo, l'importance des mots.
- Ébaucher un brouillon de maquette : la succession des tâches, du chemin de fer au bon à tirer.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Chargés de communication, du marketing, d'édition.



PRÉREQUIS

Avoir un projet d'édition. Connaître les règles de base de la communication. Avoir suivi la formation « Rédiger un produit touristique » est un plus.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

La théorie est traduite immédiatement en atelier. Le groupe formé est constitué en rédaction de magazine. Chacun bâtit et repart avec la structure de son projet éditorial.



OUTILS

Chaque participant reçoit un mémento pédagogique.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

21, 22 et 23/06/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

3 jours / 21 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

705 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Martin BOHN
Journaliste



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

14/05/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les fondamentaux du développement durable et ses enjeux.
- Etablir un diagnostic de l'offre et des pratiques au sein de l'OT et sur son territoire.
- Définir une stratégie et un plan d'actions pour sa structure et sa destination.



PRÉSENTATION

- Enjeux du développement durable.
- Stratégie de l'OT, une stratégie développement durable ? : analyse de la stratégie de l'OT.
- Identification des parties prenantes et de leurs exigences.
- Diagnostic du territoire : méthodologie, enjeux, risques et opportunités du territoire, axes prioritaires.
- Zoom sur les impacts environnementaux de votre stratégie.
- Programme « développement durable » : objectifs stratégiques, indicateurs, actions, pilotes, moyens.
- Pilotage du programme : sensibilisation, suivi, bilans, valorisation des actions.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Directeurs, responsables de service et référents labels.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Approche pragmatique et interactive : conceptions collectives, études de cas, échanges de pratiques, exemples issus d'expériences précédentes, mises en situations, travaux pratiques.



OUTILS

Chaque participant doit venir muni d'un ordinateur et de la stratégie de son OT.
Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

13 et 14/10/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

383 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Emmanuelle L'HERMITE
Avéis



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

03/09/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les nouvelles expériences en famille, pratiques, tendances, attentes...
- Se former à la création de concepts de visites multisensorielles, jeu de pistes, chasse aux trésors...
- Comprendre les ressorts et le sens du jeu.
- Créer un espace de jeu, une aventure.
- Comprendre les ressorts d'une expérience réussie parents/enfants/ados.
- Savoir exploiter les ressources de l'imaginaire naturel dégagé par votre patrimoine et savoir en faire une histoire.



PRÉSENTATION

- Les tendances du marché : attentes non exprimées, nouvelles données marketing – profils de familles.
- Les expériences qui font vibrer les familles : comment créer du lien, générer le partage intergénérationnel, les médiations de découvertes pour les familles dans les sites et musées.
- Le jeu comme moteur et scénario de visite en familles.
- Comment communiquer sur ces produits ludiques ? : présentation, descriptifs, images, tarifs ?



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Tout public.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Une alternance d'apports théoriques, d'échanges et de travail en atelier.



OUTILS

Apporter catalogue, brochures et dépliant présentant vos offres familles, expériences ludiques de votre structure ou territoire. Suite à la formation, un espace web dédié à la formation est ouvert sur le site internet du formateur avec documents et liens.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

18 et 19/05/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h
La session de novembre est complète.



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

433 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Bruno TAMAILLON
Tams Consultants



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

12/04/2021

La Société Publique Locale (SPL) : les outils de sa mise en place pour gérer un OT

Juridique



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Etre en mesure de fournir aux élus de la collectivité de tutelle et aux managers opérationnels de son office de tourisme, les principales explications permettant de choisir le statut de « société publique locale » (SPL) pour gérer l'office de tourisme.



PRÉSENTATION

- Introduction générale : positionnement du statut de société publique locale (SPL) au sein des formules possibles pour gérer un OT, principaux atouts et difficultés éventuelles quant au choix de cette formule pour gérer un office de tourisme.
- Les principales étapes de la mise en place d'une SPL : les actionnaires, les statuts, les administrateurs, le choix du mode de direction, l'implication des acteurs de la société civile, le capital social, les différentes démarches à effectuer.
- Le rôle des acteurs « tiers » sur le plan de la création et de la gestion de la SPL : le cabinet d'avocats spécialisé dans le droit des sociétés, le commissaire aux comptes, l'accompagnement comptable, social et fiscal.
- Les organes de gestion de la SPL : le conseil d'administration, le Président.e (et les éventuels vice-présidents.es), l'assemblée générale des actionnaires, le comité technique consultatif (CTC), les éventuelles commissions techniques.
- Les modalités de gestion du personnel : les salariés de droit privé (cas commun), les salariés de droit public.
- L'exercice du contrôle « analogue » par la collectivité de tutelle.
- L'évolution de la SPL dans le temps : modification des administrateurs, évolution éventuelle de l'actionnariat.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Direction d'un office de tourisme, cadres intermédiaires en charge de l'administration et la gestion au sein de l'office de tourisme.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, illustrés par des exemples.



OUTILS

Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

15/02/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

1 jour / 7 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

154 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Serge Lacroix Tourisme et Loisirs



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

01/02/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre le cadre légal du RGPD.
- Maîtriser les risques et documenter sa mise en conformité au RGPD.
- Ébaucher le registre des traitements.
- Détecter les autres moyens pertinents pour être conforme au RGPD.



PRÉSENTATION

- Les notions fondamentales du RGPD et la protection des données personnelles.
- Les autres enjeux au sein de l'entreprise : captation à minima des données, protection renforcée des données sensibles, conservation des données, obligations de sécurité, encadrement des transferts de données hors de l'UE et les services Cloud.
- Le Délégué à la protection des données (DPD).
- En pratique : rédiger le registre des traitements et identifier les points de vigilance et les points de non-conformité.
- Information et droits des personnes, sensibilisation et droits des salariés, responsabilisation des sous-traitants.
- Mise en conformité dynamique au RGPD : améliorer et documenter les process de l'entreprise, analyse l'Impact relative à la Protection des Données (AIPD).



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Personnes ayant une vision transversale sur l'usage des données au sein de l'Office de Tourisme.



PRÉREQUIS

Bien connaître les circuits de captation des données et les logiciels utilisés.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Méthodes expositives, démonstratives et actives.
Travaux pratiques prenant appui sur le cas de son Office de Tourisme.



OUTILS

Venir avec son ordinateur et avoir accès à sa messagerie.
Support de cours remis aux stagiaires.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

11 et 23/03/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

285 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Jean-Paul GENEVOIX
StarTech Normandy



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

01/02/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les fondamentaux en droit du travail et social.
- Connaître l'actualité légale, réglementaire et jurisprudentielle.
- Actualiser ses connaissances sur l'évolution juridique liée aux organismes de tourisme sous convention CCN N°3175.



PRÉSENTATION

- Rappel des bases et mise à niveau en matière de droit du travail : les principes fondamentaux du droit du travail, le pouvoir de direction, le contrat de travail (CDI et CDD), l'avenant, la fiche de poste, le bulletin de salaire, l'entretien annuel et la formation professionnelle, le Document Unique d'Évaluation des Risques (DUER), le harcèlement moral et sexuel, les agissements sexistes, les congés payés et le fractionnement, la durée du temps de travail et de repos, les heures supplémentaires, le temps partiel, les frais de déplacements entre les différents lieux de travail, le règlement intérieur et les notes de service, l'élection du Comité Social et Economique (CSE).
- La réforme du code du travail par ordonnances : la fusion des CE, CHSCT et DP, les accords d'entreprise, le référendum pour les TPE de moins de 20 salariés, les emplois saisonniers, le télétravail, le délai de saisine des Prud'hommes, le licenciement économique, le droit à la déconnexion, le compte personnel d'activité.
- La loi « Avenir professionnel » : l'apprentissage, les travailleurs handicapés, la reconversion, l'utilisation du DIF/CPF, l'assurance chômage.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Directeurs/responsables, DAF/RAF, comptables, chargés des ressources humaines.



PRÉREQUIS

Avoir connaissance et/ou pratiqué/mis en œuvre les règles de base afférentes au droit du travail et à la CCN n°3175.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Méthode démonstrative (exposé comptable et fiscal) et active. Formation participative, afin de permettre aux stagiaires de poser les questions liées aux problématiques rencontrées et à venir.



OUTILS

Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

18 et 19/11/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

360 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Maître Christian GOSSEAUME
Avocat



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

15/10/2021

Manager et animer une équipe à distance



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les fondamentaux du management à distance.
- Identifier et prévenir les risques psychosociaux liés au télétravail.
- Disposer des outils et méthodes pour organiser la collaboration à distance, individuelle et collective.
- Adapter sa posture managériale.



PRÉSENTATION

- Le management à distance et la posture managériale : spécificités du travail à distance, contraintes et opportunités, besoins des collaborateurs, rôles du manager à distance, styles de management en fonction du contexte, fixation d'objectifs réalistes et motivants, délégation et moyens de contrôle, développement de l'autonomie des collaborateurs.
- Communiquer à distance : maîtriser sa communication écrite et orale, les outils collaboratifs, créer du lien et éviter l'isolement du collaborateur, prévenir les risques psychosociaux en période difficile, entretenir un esprit d'équipe, désamorcer les tensions et les débuts de conflits.
- Organiser le travail des équipes : établir des règles de fonctionnement au sein de l'équipe, organiser les domaines de responsabilités et valoriser les compétences individuelles, développer et maintenir la confiance dans le temps, reporting, outils de suivi et tableaux de bord.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Tout manager d'Office de Tourisme ou d'organisme de tourisme, en charge de l'animation d'un service ou d'une équipe.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Analyse d'exemples illustratifs, ateliers et exercices d'application avec 4 ateliers progressifs. Plan de progrès individuel et suivi des participants à leur demande après la formation.



OUTILS

Support de cours remis aux stagiaires.



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

03 et 04/02/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

368 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Florent LIONNET
Akina Stratégies



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

04/01/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les différents types de crises afin de les anticiper au mieux, de gérer leurs conséquences et d'en tirer les enseignements.
- Connaître et identifier les leviers de la motivation des collaborateurs et savoir les actionner en fonction du contexte.
- Savoir générer et entretenir un esprit d'équipe autour d'une stratégie de rebond et d'objectifs partagés.



PRÉSENTATION

- Identification des différentes crises : définition de la crise, les crises touristiques et les différentes typologies de crises, la gestion de la crise et ses différentes étapes, l'impact de la crise sur les équipes et ses conséquences sur les territoires et la relation avec les collectivités locales.
- Identification des éléments de motivation : repérer les différents leviers et sources de motivation, mesurer le niveau de motivation des équipes, déceler les facteurs de démotivation, matérialiser la démotivation.
- Développer une dynamique positive de l'équipe : poser le diagnostic de la dynamique de son équipe, définir des axes de développement, développer l'intelligence collective dans le cadre d'actions de co-développement.
- Préparer un plan de management avec objectifs partagés, en maintenant l'esprit d'équipe et l'agilité nécessaire.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Tout manager d'Office de Tourisme ou d'organisme de tourisme, en charge de l'animation d'un service ou d'une équipe.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, mise en situation et travaux pratiques.



OUTILS

Chaque participant apporte son auto évaluation en début de formation et repart avec un plan de management, qu'il aura commencé en fin de formation.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

16 et 17/09/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

360 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Fabienne LEROUX
EPRH



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

30/07/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les enjeux liés à l'observation touristique.
- Identifier les sources de données disponibles.
- Savoir utiliser des outils de recueil et de traitement des données.
- Être capable de produire des indicateurs marketing et socio-économiques.
- Savoir présenter et diffuser les résultats de l'observation.



PRÉSENTATION

- Définir son champ d'observation : comprendre les enjeux de l'observation touristique de sa destination, identifier les données à observer et les sources disponibles.
- Recueillir et traiter les données : mettre en place une enquête clientèles et des tableaux de bord de l'offre et de la fréquentation des hébergements, sites et activités.
- Evaluer les retombées économiques : estimer la consommation touristique de sa destination, mesurer les retombées économiques d'un événement, identifier le nombre d'emplois touristiques sur sa destination.
- Valoriser et suivre les données : présenter ses résultats, respecter les règles de diffusion, suivre l'évolution des données dans le temps.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Personnes en charge de l'observation.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, étude de cas, travaux pratiques, échanges entre participants.



PRÉREQUIS

Avoir au moins un an d'expérience dans une structure institutionnelle du tourisme. Avoir défini au sein de l'OT les objectifs de l'observation. S'engager par convention avec OTN à mettre en place une observation sur le territoire.



OUTILS

Chaque stagiaire doit venir avec un ordinateur portable ainsi qu'avec la stratégie de l'OT. Une boîte à outils est remise à l'issue de la formation.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

01 et 02/04/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

290 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Emmanuel TRICOIRE
OTN Formation



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

02/03/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Savoir repérer les faits marquants sur vos indicateurs socio-économiques et les hiérarchiser par ordre d'importance.
- Etre capable d'identifier les causes profondes de ces faits.
- Définir les solutions à mettre en oeuvre.
- Etre en mesure d'animer et de faire adhérer son équipe autour de l'analyse collective des indicateurs et la recherche de solutions.



PRÉSENTATION

- Repérer les faits marquants de votre OT : pourquoi ai-je des résultats en dessous de ce qui est attendu pour une structure de ma catégorie ? Quels sont les faits les plus importants à travailler ?
- Identifier les causes profondes de ma "sous-performance" : Pourquoi suis-je dans cette situation ? Les raisons sont-elles internes à l'OT ou dépendent-elles de facteurs externes ? Quelles sont les causes les plus importantes à traiter ?
- Définir des solutions : quelles sont les solutions ? Comment les traduire en plan d'actions opérationnel ?
- *En intersession : analyse des indicateurs par les stagiaires au sein de leur structure.*
- Débriefing et échanges autour des analyses produites par chacun.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Directeurs/responsables, personnes en charge de l'observation.
Le binôme direction/référent pilOT est vivement conseillé sur cette formation.



PRÉREQUIS

Avoir ses indicateurs validés sur la plateforme pilOT d'ADN Tourisme.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Cette formation s'appuiera sur les données préalablement saisies par les OT sur pilOT et validées par ADN Tourisme.
Méthode pédagogique mise en oeuvre : mise en situation à partir d'exemples : Pareto, Brainstorming.



OUTILS

Plateforme pilOT d'ADN Tourisme, support de formation, grilles d'animation pour la réflexion collective, trame de plan d'actions.
Chaque participant doit se munir d'un ordinateur pour la formation.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

20/05/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h , 21/05/2021 : 9h à 12h30 et 29/06/2021 : 9h à 12h30



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

450 € * (frais d'inscription inclus)

Tarif par participant, net de TVA. * (225 € à partir du 2ème stagiaire du même OT)



VOTRE FORMATEUR

Emmanuel TRICOIRE
OTN Formation



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

16/04/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre et transmettre la philosophie d'une démarche de progrès.
- Se mettre en condition pour participer à la mise en œuvre de la démarche de progrès.
- Créer et mettre en place un système qualité.
- Animer la démarche auprès de son équipe.



PRÉSENTATION

- La philosophie d'une démarche de progrès : comprendre et définir la notion de démarche de progrès, identifier les atouts et contraintes de la démarche, comprendre la valeur ajoutée du progrès continu, se mettre en condition pour mener une démarche de progrès.
- La démarche de progrès, l'affaire de tous : identifier le rôle de chacun, comprendre le rôle du référent qualité, le binôme référent qualité-directeur.
- Le système qualité, définition des outils et conseils rédactionnels : connaître les indicateurs qualité, leur utilité et savoir les utiliser, le manuel qualité, les procédures, le Groupe Qualité de Destination (GQD), construire la nomenclature et définir le circuit d'approbation des outils.
- L'animation de la démarche par le référent qualité : mobiliser l'équipe, se préparer aux audits blanc et externe, l'amélioration continue en interne et en externe.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Conseillers en séjour, référents qualité, responsables accueil, directeurs d'Office de Tourisme.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices pratiques (en binôme et en collectif), échanges entre participants, benchmarking, jeux de rôle.



OUTILS

Chaque stagiaire apporte les outils existants à l'OT qui permettent de transmettre l'information ou les tâches à effectuer entre collaborateurs.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

08 et 09/11/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

290 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Marie-Flo GUY
OTN Formation



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

01/10/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maintenir le niveau de qualité reconnue par l'audit.
- Savoir prendre du recul, s'émanciper et faire évoluer le système qualité-post audit.
- Animer la démarche pour éviter l'essoufflement de l'équipe.
- Développer la démarche qualité sur l'ensemble de la destination.



PRÉSENTATION

- Maintenir la dynamique de progrès post-audit : s'assurer du niveau de qualité des services rendus (tests mystères internes, audits internes), animer la démarche pour dynamiser l'équipe (identification de bonnes pratiques).
- Le rôle fondamental du management par la qualité : le suivi, l'évaluation et la communication interne et externe de la stratégie.
- S'émanciper dans la démarche : savoir prendre du recul (clarifier ses besoins en documents), faire évoluer le système qualité.
- Retour sur les fondamentaux de l'accueil personnalisé : connaître le conseil personnalisé, savoir le mettre en œuvre (débriefing des tests mystères réalisés en amont de la formation auprès des participants).
- Déployer la démarche sur l'ensemble de la destination : le Groupe Qualité de Destination (GQD), valoriser la démarche auprès des élus et des socioprofessionnels et les impliquer.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Référents qualité, managers et/ou directeurs d'Offices de Tourisme.



PRÉREQUIS

La structure doit être marquée Qualité Tourisme™.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices pratiques (en binôme et en collectif), échange entre participants, benchmarking, jeux de rôle.



OUTILS

Chaque participant apporte : le manuel qualité, la synthèse des indicateurs, le compte rendu des GQD de l'année passée, les procédures, les modèles accueil, le tableau de gestion des documents qualité ainsi que le circuit d'approbation.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

08 et 09/12/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

290 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Marie-Flo GUY
OTN Formation



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

02/11/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les attentes du référentiel audit visites mystères.
- Revoir les techniques d'accueil.
- Mieux valoriser et vendre son territoire pour séduire le client.



PRÉSENTATION

- Les nouvelles modalités d'audit Qualité Tourisme : audit complet et visites mystères.
- Mieux comprendre le guide des audits en client mystères dans le cadre de la marque Qualité Tourisme, pour la filière des Offices de Tourisme.
- Les chapitres audités.
- Les étapes de déroulement des visites en client-mystère.
- Mieux valoriser son territoire pour devenir un « expert » de sa destination.
- Devenez acteurs : la critique constructive pour s'améliorer à partir des tests réalisés à distance.
- Analyse et préconisations.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Référents qualité, managers et/ou directeurs d'Offices de Tourisme.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices pratiques et échange entre participants.



OUTILS

Espace e-learning sur Digiforma, référentiel Qualité Tourisme, guides méthodologiques, Power Point. Réalisation du diagnostic de son office sur l'avancement de la démarche Qualité Tourisme. Mise en place d'un plan d'actions avec la formatrice pendant l'entretien individuel.



LIEU DE LA FORMATION

A distance.



DATE DE LA FORMATION (2 sessions au choix)

19 et 20/04/2021 : 14h à 17h

10 et 11/05/2021 : 14h à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 demi-journées / 6 heures + 1h en individuel



COÛTS PÉDAGOGIQUES

213 € + 90 € de frais d'inscription

Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Brigitte LE BLEVENNEC
AccessiTour



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

Session 1 : 12/03/2021

Session 2 : 02/04/2021

Définir une stratégie pour accompagner le développement et la mise en réseau de ses socioprofessionnels

Socio-
professionnels



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les points forts et dysfonctionnements de son animation de réseau de socioprofessionnels.
- Savoir animer, mobiliser et rendre participatif son réseau de socioprofessionnels.



PRÉSENTATION

- Se préparer à mieux travailler en réseau : se positionner comme animateur du réseau, comment animer son réseau, définir ses objectifs, identifier ses partenaires (typologie).
- Mieux travailler en réseau : améliorer son partenariat avec les membres de son réseau (services offerts, guide du partenariat, packs de services, démarchage), améliorer sa présence sur le terrain, optimiser ses réunions/rencontres avec ses socioprofessionnels.
- Evaluer les actions réalisées : recensement des actions mises en œuvre pour évaluer son animation de réseau, définition des indicateurs clés à suivre pour évaluer son animation de réseau.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Chargés de partenariats avec les socioprofessionnels.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices pratiques.



OUTILS

Chaque participant reçoit un support papier le jour de la formation. Il permet la prise de notes et contient les exercices réalisés pendant la formation, les apports théoriques, le plan d'action personnel.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

09 et 10/06/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h
La session des 07 et 08/06 est complète.



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

373 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Caroline BELIN
Consultante



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

30/04/2021



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Panorama des usages et des attentes des e-touristes.
- Comprendre et appréhender les outils numériques d'accueil.
- Cerner les étapes de la stratégie.
- Définir sa stratégie webmarketing.



PRÉSENTATION

- Panorama des usages et des attentes des e-touristes : tendances du web (format des sites internet, gestion de contenus), mobilité et services web, moteurs et référencement (SEO).
- Panorama des outils numériques d'accueil : outils d'accueil, mobilité et responsive géolocalisé, stratégie Social Media, circuits numériques et leur technologie.
- Le site internet, pilier de votre stratégie webmarketing : comprendre la base du fonctionnement logique d'un site internet, référencement, mesurer la performance de (ses) dispositif(s) web.
- Focus : identité et e-réputation : les avis des internautes et les sites d'influence, gérer et suivre sa e-réputation en ligne.
- Définir sa stratégie numérique : mesurer sa performance numérique, stratégies "outils" versus stratégie "clients, le rôle du manager, organiser la veille numérique et la transmission en interne, présenter sa stratégie.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Responsable communication, marketing, Community Manager, chargé de projet e-tourisme.



PRÉREQUIS

Avoir une connaissance de base des fondamentaux du webmarketing.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Méthode
magistrale, démonstrative, expérimentale.
Ateliers pratiques.



OUTILS

Chaque stagiaire doit venir avec son ordinateur.
Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

09 et 10/06/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

410 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Pierre ANTOINE
Logitourisme



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

05/05/2021

Redéfinir sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Organiser sa présence et ses actions sur les réseaux sociaux.
- Définir la ligne éditoriale de ses comptes.
- Construire sa stratégie social media de présence et avancer sur la conception de sa charte éditoriale.
- Mesurer la performance de ses publications.



PRÉSENTATION

- Quelle stratégie social média pour une destination touristique ? : tendances, usages et comportements, chiffres clés, comprendre le fonctionnement et les résultats attendus, pourquoi et comment communiquer, quelles sont les cibles des messages et quand publier, quels réseaux pour quels messages, à quelle fréquence ?
- Concevoir et organiser sa stratégie : usages, réseaux sociaux exploitables et prérequis, gestion de projet et organisation interne, définition de sa stratégie de présence.
- Définir la ligne éditoriale pour les comptes : règles de publication, charte éditoriale, visibilité et viralité de contenus marketing, création de publications types, comportements interdits ou à éviter.
- Mesurer la performance de ses actions : indicateurs de performance, analyse et actions corrective.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Responsable communication, marketing, Community Manager, chargé de projet e-tourisme.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Méthode magistrale, démonstrative, expérimentale.
Ateliers pratiques.



OUTILS

Chaque stagiaire doit venir avec son ordinateur.
Support de cours remis aux participants.



LIEU DE LA FORMATION

En fonction de l'origine des participants.



DATE DE LA FORMATION

28 et 29/09/2021 : 9h à 12h30 et 13h30 à 17h



DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

410 € + 90 € de frais d'inscription
Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

Grégory JAROSZ
Logitourisme



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

30/07/2021

Gérer la E-réputation de ma destination



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les enjeux et acteurs de la E-réputation.
- Savoir organiser la veille sur son territoire.
- Mieux gérer la visibilité de sa destination sur les sites d'avis.
- Être capable de répondre aux avis clients de manière adaptée.



PRÉSENTATION

- Les enjeux et les principaux acteurs de la E-réputation.
- Comment organiser cette veille au sein de son territoire.
- Comment optimiser la visibilité de sa destination sur les sites d'avis : avant l'expérience touristique, pendant l'expérience touristique, après l'expérience touristique.
- Comment répondre à des avis clients positifs et/ou négatifs : méthodologie, exemples de bonnes et de mauvaises pratiques, quels sont les recours pour supprimer un faux avis.



PUBLICS SPÉCIFIQUES

Responsable communication, marketing, Community Manager, responsable qualité, conseiller en séjour.



PRÉREQUIS

Aucun.



MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices collectifs : analyser la stratégie de réponse d'autres Offices de Tourisme, construire sa propre organisation de territoire.



OUTILS

Le support de la formation, tout autre support parcouru pendant la session de formation, des documents partagés et co-crédés lors de la session de type « Google Doc ».



LIEU DE LA FORMATION

Formation à distance.



DATE DE LA FORMATION

07 et 09/04/2021 : 9h à 12h30



DURÉE DE LA FORMATION

2 demi-journées / 7 heures



COÛTS PÉDAGOGIQUES

173 € + 90 € de frais d'inscription

Tarif par participant, net de TVA.



VOTRE FORMATEUR

CHARLOTTE GENET
Guest & Strategy



DATE LIMITE D'INSCRIPTION

26/02/2021



VOS FORMATEURS EN QUELQUES MOTS

Les 19 formateurs sont des spécialistes dans leur domaine de compétence, tout en maîtrisant parfaitement l'environnement dans lequel évoluent les Offices de Tourisme. Tous partagent la conviction que les Offices de Tourisme sont des acteurs indispensables au développement de l'économie touristique des territoires.

Habitué à transmettre leurs compétences, ils appuient leur pédagogie sur l'échange et le partage d'expériences. Toujours en veille sur les nouvelles pratiques et tendances, ils accompagnent avec dynamisme la professionnalisation du réseau des Offices de Tourisme de France.

Didier ANDRIEU - SIFG



Consultant et formateur intervenant notamment dans le domaine du tourisme de loisirs, Didier ANDRIEU possède une solide expérience professionnelle au sein de divers opérateurs de voyages d'envergure et vous apportera son savoir-faire en matière de mise en marché de l'offre liée à l'itinérance.



Julien BAFOIN – 1'Pulser



Consultant/formateur en développement commercial depuis 12 ans, Julien BAFOIN est expert de la relation client et vous fera partager ses compétences et son expérience de la communication à distance.



Caroline BELIN - Consultante



Intervenant dans le secteur touristique depuis 20 ans, formatrice tourisme depuis 2003 auprès d'OT et de tous types d'acteurs touristiques privés et publics, Caroline BELIN intervient notamment sur les champs de l'accueil et de l'animation de réseaux. Son approche en tant que formatrice : écoute, adaptabilité et pragmatisme.



Martin BOHN - Journaliste



Journaliste indépendant, Martin BOHN a travaillé pour plusieurs grands médias de la presse écrite et audiovisuelle. Également consultant en entreprises, il muscle leur communication et développe des formations autour de la rédaction de contenus touristiques séduisants.



Guy CASTAGNER – Akina Stratégies



Consultant senior, les missions de Guy CASTAGNER le conduisent à accompagner des professionnels des secteurs du tourisme et à piloter des actions de développement commercial. Il a entre autre expérience, exercé les fonctions d'attaché commercial au sein d'un tour opérateur d'envergure.





Karine ESTAUN – Tourism'development



Avec plus de 25 ans d'expérience dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, Karine ESTAUN se positionne en tant qu'experte du développement commercial des acteurs du tourisme. Les compétences acquises tout au long de son parcours professionnel, lui permettent d'être force de proposition sur les sujets du marketing stratégique, de l'ingénierie touristique et du marketing opérationnel.



Jean-Paul GENEVOIX – StarTech Normandy



Fort d'une expérience de plus de 30 ans en tant que directeur des systèmes d'information, sa nouvelle fonction de conseiller est un prolongement naturel de sa carrière dans le domaine du numérique. Jean-Paul GENEVOIX effectue des audits pour la mise en conformité au RGPD des collectivités locales, organismes publics et sociétés.



Christian GOSSEAUME – Avocat



Ancien directeur adjoint puis conseiller juridique de la FNOTSI, Christian GOSSEAUME est désormais avocat, spécialisé en droit du tourisme, du travail et des collectivités territoriales. C'est pourquoi de nombreux OT, CDT, CRT et syndicats professionnels font appel à ses services de formateur.



Marie-Flo GUY – OTN Formation



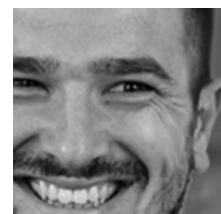
Au sein d'OTN, Marie-Flo GUY accompagne les OT normands à la mise en place et au suivi de la Marque Qualité Tourisme. Son approche : rendre les OT acteurs de leur démarche qualité.



Pierre ANTOINE – Logitourisme



Expert en stratégie digitale, stratégie de présence, techniques et analyse web éditorial, animation numérique, e-réputation, après un plusieurs années passées chez Atout France, Pierre ANTOINE accompagne et forme désormais les acteurs du tourisme sur ces sujets.



Fabienne LEROUX – EPRH



Consultante/formatrice et coach professionnelle certifiée, Fabienne LEROUX possède une longue expérience du management, ayant exercé les fonctions de gérante, responsable d'équipes ou des ressources humaines au sein de diverses entreprises.





Emmanuelle L'HERMITE - Aveis

Emmanuelle L'HERMITE occupe une triple-fonction : consultante, auditrice et formatrice Qualité Sécurité Environnement chez AVEIS. Elle a durant plusieurs années exercé les fonctions de responsable Qualité Sécurité Environnement chez un gestionnaire d'équipements en station de montagne.



Florent LIONNET – Akina Stratégies

Consultant spécialiste en conduite du changement et en innovation, coach certifié de dirigeants d'entreprise, formateur expert en management, Florent LIONNET intervient dans l'accompagnement stratégique et humain de ses clients et sur des formations-actions en management.



Didier MARCEILLAC - SIFG

Avec ses 35 années d'expérience dans le tourisme réceptif, Didier MARCEILLAC est expert dans la mise en marché de l'offre touristique et passionné de randonnée. Il vous fera bénéficier de ses compétences en matière de commercialisation de produits liés à l'itinérance.



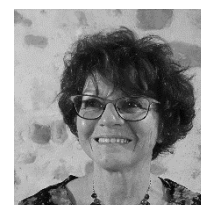
Sophie PAPIN - AccessiTour

Passionnée par le tourisme, Sophie PAPIN est auditrice Qualité Tourisme™, Famille Plus et Tourisme et Handicap. Elle a par ailleurs été chargée de mission Tourisme et Handicap à la Coordination Handicap Normandie durant plusieurs années.



Claude-Helene PASCO - Consultante

Après avoir été directrice d'Office de Tourisme, Claude-Helene PASCO s'est appuyée sur son expertise pour se reconvertir comme consultante-formatrice dans le secteur touristique. Véritable experte de ce domaine, elle collabore et accompagne les acteurs du tourisme depuis plus de 20 ans, au travers de formations sur les thèmes de l'accueil, de la production et de la commercialisation.



Bruno TAMAILLON – Tams Consultants

Depuis 10 ans, Bruno TAMAILLON apporte son expertise sur le marché des familles et des jeunes publics, associant exigence pédagogique et efficacité de concepts ludiques. Il accompagne les dirigeants du monde du tourisme, réseaux, labels ou territoires.





Emmanuel TRICOIRE – OTN Formation

Chargé de mission à OTN, Emmanuel TRICOIRE accompagne les Offices de Tourisme à la mise en place d'observatoires de l'activité touristique locale, en leur transmettant des outils et méthodes conçus avec le réseau. Il est également référent régional du dispositif pilot destiné à doter les OT d'éléments d'analyse de leurs indicateurs socio-économiques internes.



Cécile VIGNESOULT – Association Museum & Industries

Cécile VIGNESOULT est consultante en gestion et marketing culturel. Depuis 2008, elle effectue des missions d'audit, de conseil et de formation pour les boutiques et espaces d'accueil de sites culturels et touristiques.



Serge LACROIX – Tourisme et Loisirs

Riches d'une expérience dans le tourisme réceptif (montagne, littoral, campagne et patrimonial) depuis plus de 30 années, notamment en tant que directeur d'OT en SPL, Serge LACROIX accompagne des entreprises de tourisme et gestionnaires de destinations dans leur développement et leurs projets.



CHARLOTTE GENET – Guest & Strategy

Après avoir dirigé plusieurs offices de tourisme et participé activement à l'accompagnement de porteurs de projets touristiques, Charlotte GENET a intégré l'équipe de Guest & Strategy en 2020, apportant cette double vision (institutionnels et prestataires touristiques).



Brigitte LE BLEVENNEC – AccessiTour

Animatrice départementale à la Fédération des Offices de Tourisme des Côtes d'Armor pendant plusieurs années, Brigitte LE BLEVENNEC est aujourd'hui auditrice Qualité Tourisme™ pour les Offices de Tourisme et accompagne de nombreux établissements dans la mise en place de leurs démarches qualité.





COMMENT S'INSCRIRE AUX FORMATIONS ?

PRÉALABLE



Pour bénéficier du programme de formations d'OTN, l'OT doit être à jour de sa cotisation annuelle à la fédération. Les structures employant du personnel de droit privé doivent en outre, avoir réglé leur contribution annuelle à leur OPCO.

ÉTAPE 1 : CHOISIR SON/SES MODULE(S) DE FORMATION



Veiller à faire valider vos choix par votre hiérarchie (Directeur/Président/Responsable RH/Chef de service).

ÉTAPE 2 : S'INSCRIRE AUX FORMATIONS



Il suffit de vous pré-inscrire en ligne via le lien suivant : [Formulaire de préinscription](#)

ÉTAPE 3 : VALIDER SON INSCRIPTION



En retour, vous recevez par mail :

- Une convention de formation pré-remplie par OTN, à compléter et à nous retourner signée. En l'absence de ce document, votre inscription ne sera pas prise en compte.
- Un programme de formation.
- Pour les salariés de droit privé : la demande de prise en charge est à saisir 30 jours avant le début de la formation sur le site web de l'AFDAS (www.afdas.com) en se connectant au compte adhérent de l'OT.

ÉTAPE 4 : CONVOCATION



OTN vous envoie 15 jours avant le début de la formation une convocation nominative par mail, précisant le lieu et les horaires de la formation, ainsi que la liste des inscrits pour favoriser le covoiturage, le cas échéant.

ÉTAPE 5 : RÈGLEMENT



Pour les salariés de droit privé, après accord de prise en charge confirmé par l'AFDAS, OTN facture les coûts correspondants à l'OPCO (l'éventuel restant dû est facturé à l'OT par OTN).

Pour les agents de droits public, les coûts de la formation sont facturés à l'OT par OTN.

Les factures émises par OTN vous sont adressées dans les 30 jours suivant la formation.

A l'issue de la formation, vous recevrez par mail un questionnaire de satisfaction et une attestation de formation nominative.



PARTICIPER AUX FORMATIONS

LIEUX DES FORMATIONS



Les lieux de formations sont déterminés en fonction de l'origine géographique des participants.

ANNULATION D'UNE FORMATION



OTN se réserve le droit de reporter ou d'annuler les formations, si le nombre de participants est insuffisant. En cas d'annulation, l'OT est informé dans les meilleurs délais par mail.

DÉSISTEMENT, ABSENCE



En cas d'empêchement d'un participant, l'OT ne peut le remplacer par une autre personne.

En cas d'absence d'un stagiaire sur une partie de la formation, les frais pédagogiques ne pourront pas faire l'objet d'une prise en charge par l'AFDAS.

Toute annulation à une formation devra faire l'objet d'un mail à l'adresse suivante :

etricoire@ottnormandie.fr / dcordray@ottnormandie.fr

Pour toute annulation, le coût pédagogique et les frais d'inscription inscrits dans la convention de formation seront facturés à l'entreprise intégralement.

DISPOSITIONS LIEES AU COVID-19



Nous nous engageons à ce que les formations proposées puissent se dérouler dans le strict respect des règles sanitaires en vigueur.

A cette fin, nous veillerons à ce que les lieux d'accueil des formations aient mis en place les protocoles sanitaires requis et qu'ils soient suffisamment grands pour que les règles de distanciation sociale soient respectées. Si la situation sanitaire l'exige, nous pourrions être amenés à transformer les formations prévues en présentiel en formations à distance, ou bien à les reporter quand le format à distance ne sera pas possible.

Par ailleurs, nous rappellerons à chaque stagiaire et formateur les règles sanitaires à respecter (masque et gel hydroalcoolique, ordinateur personnel, aération régulière des espaces).

VOS INTERLOCUTEURS



EMMANUEL TRICOIRE



02 72 88 02 44



etricoire@ottnormandie.fr



DÉBORAH CORDRAY



02 31 44 82 97



dcordray@ottnormandie.fr

N° de déclaration d'activité auprès du préfet de région de Normandie :
28140309814. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

N° de SIRET : 38985811900057 / Code APE : 7990Z

OTN Formation est inscrit au catalogue de référence des financeurs de la
formation professionnelle (Datadock)



Offices de Tourisme & Territoires de Normandie
9, rue Jean-Baptiste Colbert
14 000 CAEN

Tél. 02 31 44 82 97
contact@ottnormandie.fr

Avec le soutien de

