

---

APPEL A CANDIDATURES PROGRAMME  
REGIONAL DE FORMATION 2019 EN  
NOUVELLE-AQUITAINE

---

Rédacteur : Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine

---

Date d'émission : 04 juillet 2018  
Date de clôture : 12 août 2018



## Sommaire

<b>Destinataire de cette consultation</b>	p 4
<b>Présentation de la Commission programme régional de formation Nouvelle-Aquitaine</b>	p 5
<b>Identification de l'organisme qui lance cette consultation</b>	p 6
<b>Contexte et enjeux de la professionnalisation en N-A</b>	p 6
<b>Appel à candidatures et dispositions générales</b>	p 7 à 12
<b>Liste des lots de l'appel à candidature pour le catalogue Inter- Entreprises et Intra-Entreprise</b>	p 13
<b>Liste des lots de l'appel à candidature pour les parcours qualifiants</b>	p 14
<b>Cahiers des charges de actions de formation</b>	P 15 à 59

## CAHIER DES CHARGES A DESTINATION DES ORGANISMES DE FORMATIONS

---

Cet appel à candidatures est à l'initiative de la [Mona](#) (Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine) dans la cadre de la construction de l'offre de formation et de professionnalisation régionale de la Nouvelle-Aquitaine pour l'année 2019. L'ensemble de ce programme est coordonné par la Commission Programme Régional de Formation de la Région Nouvelle-Aquitaine (appelée ensuite Commission PRF N-A) dont les membres sont les partenaires financeurs et les représentants de la Branche Tourisme. Ce programme est organisé avec le soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine, la DIRECCTE et AGEFOS-PME Nouvelle-Aquitaine.

**Cette consultation est à destination des organismes de formation.**

Seuls les organismes de formation référencés dans DATADOCK, et ayant un numéro d'agrément obtenu auprès des services de l'État-DIRECCTE, peuvent se positionner.

### **Le projet de la Commission PRF N-A**

**La Commission PRF N-A a pour projet de co-construire dans un premier temps et d'être garant ensuite de toute l'offre de formation proposée dans le cadre du programme régional de formation de l'année 2019 (PRF 2019).**

Pour y parvenir, la commission suivra toute la procédure d'achat des formations pour l'année 2019, de l'analyse des besoins au choix des organismes de formations. Elle veillera notamment à la bonne mise en concurrence et à l'égalité de traitement entre les prestataires de formation. Elle s'assurera également de la bonne qualité des actions de formation financées et aura pour objectif de proposer une cohérence des prix des diverses prestations.

### **Les membres de la commission PRF**

---

**DIRECCTE**

---

**Région Nouvelle-Aquitaine**

---

**AGEFOS-PME N-A**

---

**CNFPT**

---

**1 représentant du CRT**

---

**2 représentants des CDT**

---

**3 représentants des offices de tourisme communauté de communes**

---

**1 représentant des offices de tourisme station**

---

**2 représentants des offices de tourisme communauté d'agglomération**

---

**1 représentant des offices de tourisme métropole, communauté urbaine**

---

L'analyse et la synthèse de cette consultation seront transmis à la Commission PRF N-A qui se réunira le 11 septembre 2018 pour valider les choix des organismes de formations retenus. Cette même Commission s'est réunie le 07 juin 2018 afin de dresser les grandes orientations du programme 2019.

## IDENTIFICATION DE L'ORGANISME QUI LANCE L'APPEL A CANDIDATURES

---

Le commanditaire de cet appel à candidature est l'association la [MONA](#) (Mission des Offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine).

La Mona, agence régionale organisme adjudicateur de la Région est la fédération régionale des offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine. Elle est également organisme de formation référencée au Datadock.

La Mona est née le 1<sup>er</sup> janvier 2017 de la fusion de la MOPA, la FROTSI Poitou-Charentes et la FROTSI Limousin.

**La Mona coordonne les actions de professionnalisation de la Branche tourisme de la Nouvelle-Aquitaine. Ses partenaires historiques sont la Région, l'État, le CNFPT et les OCPA et principalement AGEFOS-PME (l'OPCA de la Branche).**

**Les actions prévues dans le cadre de cet appel à candidature apparaîtront dans le programme de professionnalisation 2019 à destination des salariés de la Branche Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine (Offices de tourisme, CDT/ADT, CRT). La diffusion du programme est prévue en fin d'année 2018.**

Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le numéro 72 33 0788 633 auprès de la Préfecture de la Région Nouvelle-Aquitaine.

### Adresse postale

La Mona  
60-64 Rue Joseph ABRIA  
33 000 BORDEAUX  
[monatourisme@monatourisme.fr](mailto:monatourisme@monatourisme.fr)

Responsable de l'appel à candidature : Florent Guitard

## CONTEXTE ET ENJEUX DE LA PROFESSIONNALISATION EN NOUVELLE- AQUITAINE

---

Ce programme 2019 s'inscrit dans la continuité des programmes de professionnalisation proposés à l'échelle de la Nouvelle-Aquitaine depuis 2016. Cet appel à candidature est le fruit d'un travail continu mené au quotidien grâce aux bilans qualitatifs des actions de professionnalisation et à une enquête, menée au printemps 2018, visant au recueil des besoins des acteurs de la Branche Tourisme. **Tout ce travail a été présenté à la Commission PRF N-A qui s'est réunie le 07 juin 2018 afin de dresser les grandes orientations du programme 2019.**

Quatre grands domaines de formations sont identifiés :

- **L'Accueil**
- **La Promotion et la Commercialisation**
- **Les Partenaires**
- **Le Management, les Ressources Humaines et la Gestion**

En réponse à ces thématiques prioritaires, plusieurs actions de professionnalisation ont ainsi été imaginées (des rencontres réseau, des formations d'intérêt régional en Inter-Entreprises, des formations en Intra-Entreprise, des parcours qualifiants, des clubs, des groupes de travail, des webséminaires...).

---

## APPEL A CANDIDATURES ET DISPOSITIONS GENERALES

---

### OBJET

---

La présente consultation a pour objet la sélection des prestataires amenés à concevoir et à dispenser une ou plusieurs actions de formations proposées en Nouvelle-Aquitaine, par la Mona et ses partenaires, auprès des professionnels du tourisme pour l'année civile 2019.

Ces actions de formation sont principalement proposées soit :

- **Au travers d'un catalogue de formations en Inter-Entreprises<sup>1</sup>** selon un programme de formation prédéfini.
- **Au travers d'un dispositif de formations sur-mesure :**
  - Soit en Intra-Entreprise<sup>2</sup> selon un programme de formation à adapter
  - Soit dans un Parcours Qualifiant<sup>3</sup> selon un programme de formation à adapter.

Les prestataires ont la possibilité de :

- Proposer des formats de formation en présentiel, à distance ou en apprentissage mixte.
- Formuler une réponse pour une formation en Inter-Entreprises et de proposer une adaptation pour une formation en Intra-Entreprise (celle-ci sera à retravailler afin de coller à un besoin sur-mesure)
- Répondre à un lot ou à plusieurs.

---

### DEROULEMENT DE LA CONSULTATION

---

Les offres complètes devront être envoyées au plus tard pour le **dimanche 12 août 2018 à 23h59**. Toutes les candidatures devront être envoyées uniquement à Florent Guitard par courriel à [florent.guitard@monatourisme.fr](mailto:florent.guitard@monatourisme.fr) (mettre [professionnalisation@monatourisme.fr](mailto:professionnalisation@monatourisme.fr) en copie). Au-delà, toute proposition sera écartée.

Calendrier :

- Mercredi 04 juillet 2018 : lancement de l'appel à candidature
- Dimanche 12 août 2018 : fin de l'appel à candidature
- Du 13 août 2018 au 11 septembre 2018 : dépouillement des offres et analyse des candidatures
- Mardi 11 septembre 2018 : réunion de la Commission PRF N-A pour valider les candidatures retenues

Un entretien complémentaire pourra être effectué entre le 13 août et le 11 septembre 2018 préalablement au choix définitif.

---

<sup>1</sup> Formation « Inter-Entreprises » : plusieurs salariés d'entreprises différentes suivent la même formation

<sup>2</sup> Formation « Intra-Entreprise » : les salariés d'une même entreprise suivent la même formation

<sup>3</sup> Formation « Parcours Qualifiant » : action débouchant sur le diplôme d'un individu

Les candidatures non retenues seront informées du choix de la Commission PRF N-A dans le courant du mois de septembre.

Pour tout renseignement complémentaire en rapport avec cette consultation, les candidats peuvent joindre l'équipe de la Mona au 0557570387 – [professionnalisation@monatourisme.fr](mailto:professionnalisation@monatourisme.fr)

L'ensemble des renseignements inhérents à cet appel à candidature est publié sur le site de la Mona à l'adresse :

- <https://www.monatourisme.fr/appel-a-candidatures-2019-pour-les-organismes-de-formation>

La présente consultation est envoyée à nos partenaires (la Région, Agefos-PME, Office de tourisme de France, Agence Régionale pour l'Orientation, la Formation et l'Emploi en Nouvelle-Aquitaine...) pour qu'ils puissent en faire la publicité sur les sites Internet. Elle a été envoyée aux prestataires de formation avec qui nous travaillons également.

Après sa conclusion, cet appel à candidature pourra éventuellement être modifié par des avenants.

#### VOLUME, LIEUX ET CONDITIONS D'OUVERTURE DES FORMATIONS

---

La présente consultation prévoit théoriquement une unique programmation de session par action de formation sur le territoire de la Nouvelle-Aquitaine. Néanmoins, en fonction de besoins émergents dans le courant de l'année, **d'autres sessions pourront être programmées.**

**Les dates des formations sont à caler de concert entre l'organisme de formation et la Mona** avant le démarrage du plan de communication du programme de formation.

**Les organismes de formation retenus seront référencés sur le thème de formation retenu. Ils pourront être sollicités, en 2019, pour concevoir et dispenser des formations sur-mesure notamment en Intra-Entreprise sur ces mêmes thèmes.** Les programmes de formation pourront être revus le cas échéant afin de répondre précisément aux attentes exprimées par les commanditaires.

**Les actions de formation peuvent se dérouler sur les 12 départements de la Nouvelle-Aquitaine.** Les lieux précis des formations seront communiqués ultérieurement. Dans la mesure du possible, les villes accueillantes des formations sont indiquées dans les lots du cahier des charges. Dans tous les cas, les villes identifiées n'ont pas valeur contractuelle et peuvent donc changer.

Les sessions de formation s'ouvrent théoriquement à partir de **6 stagiaires minimum.**

La Mona se réserve la possibilité de modifier ce seuil pour des raisons d'organisation régionale notamment. **La Mona se réserve le droit d'annuler les sessions dont l'effectif seuil n'est pas atteint à J-15 avant le démarrage de la formation et ce sans aucun dédommagement de l'organisme de formation.**

Les prestataires retenus doivent anticiper ces dispositions dans leur plan de charge annuel.

Si le prestataire doit reporter ou annuler une formation, cela doit être motivé et justifié par écrit à [professionnalisation@monatourisme.fr](mailto:professionnalisation@monatourisme.fr)

#### CONTENUS DES REPONSES

---

Chaque réponse devra mentionner précisément le numéro et l'intitulé précis du lot figurant dans le cahier des charges.



Chaque candidature sera envoyée sous la forme d'une **note méthodologique** prenant en compte les critères suivants :

- Présentation du prestataire de formation - raison sociale - SIRET - numéro de déclaration d'activité - effectif salarié de la structure - secteurs d'intervention et/ou domaines d'activité
- Garanties et capacités techniques, financières et professionnelles : numéro d'enregistrement en tant qu'organisme de formation, assurance professionnelle
- Si votre organisme est assujéti ou non à la TVA
- Rappels du contexte et des objectifs de la formation
- Détails des modules et de leurs objectifs pédagogiques par demi-journée
- Méthodes pédagogiques et moyens matériels envisagés par demi-journée
- Mise à disposition de supports
- Moyens humains mis à disposition : Nom, qualification et expérience de(s) intervenant(s). Ces informations seront complétées par la production d'un CV individuel détaillant les qualifications, les compétences et l'expérience de l'intervenant
- Références et actions déjà mises en œuvre ayant une finalité similaire à celle présentée dans le lot.
- Le coût global net de taxes/TTC. Merci de présenter une ventilation des coûts permettant de distinguer les coûts liés à la conception sur le volet pédagogique, des coûts annexes.
- Moyens d'évaluation (capacités acquises et niveau de satisfaction des stagiaires)
- SAV à 6 mois (propositions d'une méthode pour analyser les acquis à 6 mois)
- Proposition de dates
- Idée ou suggestion d'un lieu pour la formation (*cette ligne n'est pas un critère obligatoire*)

#### CRITERES DE SELECTION DES CANDIDATURES

---

Chaque réponse sera jugée selon les critères suivants

- **Prise en compte des éléments du cahier des charges (15%) ;**
- **Observations sur le contenu technique (20%) ;**
- **Méthodes pédagogiques (20%) ;**
- **Qualité des supports et ressources transmis à l'issue de la formation (15%) ;**
- **Expériences dans le secteur du tourisme (10%) ;**
- **Coût (20%).**

Attention : La Mona et la Commission PRF N-A porteront une attention toute particulière aux réponses intégrant les problématiques liées à la réforme des règles de l'Union Européenne en matière de protection des données (RGPD 25 mai 2018 et [loi sur les données du 20 juin 2018](#)). En effet, pour toutes les formations où ce sujet est concerné, il sera demandé aux organismes de formation de rigoureusement traiter la question.

Les candidatures seront étudiées par les commanditaires avec avis des membres de la Commission PRF N-A qui ont accès à l'ensemble des réponses et avec qui la Mona partage une même grille d'analyse des candidatures.

La Mona se réserve le droit de ne pas donner suite à une consultation en cas d'offres incomplètes ou insatisfaisantes. La Mona pourra engager une négociation avec les candidats les mieux placés afin de préciser certains éléments de la réponse (contenus pédagogiques, propositions méthodologiques, tarifs...).

Le candidat retenu est tenu de notifier à la Mona toutes modifications survenant au cours de l'exécution du marché pour le bon déroulement des prestations à venir.

Sur une même offre, **une ou plusieurs candidatures peuvent être retenues selon la pertinence du programme de formation proposé**. Le choix de retenir plusieurs propositions de formation sur une même offre peut être motivé, par la Mona et la Commission PRF N-A, afin de s'adapter et répondre à des besoins hétérogènes en matière de niveau des apprenants, de lieux des formations, de demandes de formation formulées en Intra-Entreprise, de modalités d'apprentissage variées.

A l'issue de la sélection du prestataire, un contrat sera signé entre le prestataire et la Mona. Cette contractualisation précisera notamment les modalités de réalisation ainsi que celles du règlement des prestations facturées, sous réserve de validation par nos services.

### CONDITIONS TARIFAIRES DES CANDIDATURES

---

La Mona joue son rôle de coordinateur de l'offre de formation régionale et souhaite conserver une relation de confiance à long terme avec les participants à ses actions de formation. **La Mona souhaite également que chaque prestataire de formation croit en cette entreprise commune et donc à un engagement durable**. En cela, les propositions tarifaires formulées par les prestataires qui candidatent aux formations doivent intégrer cette stratégie de collaboration basée sur la confiance.

Dans cette collaboration, la Mona assure :

- Une communication et une ingénierie préalable de professionnalisation avec un recrutement des stagiaires et un brief au formateur en amont
- Une simplification administrative (un kit administratif sera transmis à l'organisme de formation) et financière significative pour un organisme de formation (une action de formation vaut une seule facture à la Mona quel que soit la taille du groupe)
- Une organisation logistique bouclée en amont de toutes formations (lieux, salle, accueil, restauration...)
- Une reprogrammation potentielle au regard de la qualité de la prestation et de besoins exprimés
- Une négociation avec ses partenaires financiers

Il est demandé aux candidats de prendre tous ces éléments en considération dans leurs tarifs. Les prix constatés dans nos catalogues de formation varient, selon l'expertise, de 800 € nets de taxes ou TTC à 1300 € nets de taxes ou TTC pour une journée de formation (frais afférents à l'action compris comme le déplacement, la conception du programme de formation).

La Mona et la Commission PRF N-A prendront en compte, dans l'examen des tarifs, les éléments suivants :

- Nouvelle expertise ou programme de formation reconduit
- Méthodologie pédagogique innovante
- Distance entre la domiciliation de l'organisme de formation et le lieu de la formation

Pour certaines formations dont l'expertise, la mise à jour des contenus ou des spécificités techniques sont requises, demandent un travail important en matière de conception, il est conseillé de le préciser dans sa réponse.

L'organisme devra faire apparaître dans chacune de ses propositions le coût global intégrant le coût pédagogique (merci de faire la distinction des coûts liés à la conception de l'action) et les frais annexes (restauration, hébergement...). **Le coût global mentionné fera apparaître un prix HT ou net de taxes et mentionnera le montant TVA si l'organisme y est soumis.**

Pour rappel, la Commission PRF N-A a pour objectif d'assurer une cohérence dans les prix des diverses prestations.

#### MODALITES DE LA PRESTATION

---

Le marché est conclu pour une durée d'une année. Il sera signé par Madame la Présidente de la Mona, représentant légal ou par délégation, par toute personne qu'elle aura désignée.

L'offre proposée est valable durant toute la durée du marché.

Les prix indiqués et/ou renégociés seront fixes durant la durée du marché.

Les actions de formation seront facturées par l'organisme de formation prestataire à la Mona au terme de leurs réalisations. Le paiement, par la Mona, se fera à 60 jours à compter de la réception de l'ensemble des documents administratifs dûment complétés (feuilles de présences signées, attestations de fin de formation signées, décharges de remise d'attestation signées, facture...) envoyés par voie postale.

La date prévisionnelle pour le démarrage des prestations de formation est le **02 janvier 2019**.

#### MODALITES DE MISE EN OFFRE DES ACTIONS DE FORMATION

---

La Mona gère :

- La communication, la promotion et la commercialisation du programme de formation annuel
- La recherche des lieux et des salles de formation
- Le recrutement et les inscriptions des stagiaires aux sessions de formation
- Les conventions de formation
- Les convocations des stagiaires
- La facturation aux participants et/ou aux OPCA

La Mona fournit aux organismes de formation :

- Des lieux et/ou des salles de formation équipés
- Une mallette administrative (modèle de feuille de présence, attestation de fin de formation, décharge de remise des attestations de fin de formation, règlement intérieur, masque de présentation pour introduire les formations)

L'organisme de formation s'engage, en tant que sous-traitant de la Mona, à :

- Ne pas réaliser d'opération commerciale en direct auprès des stagiaires et de leurs structures ! La Mona sera soucieuse de veiller à ce point garant de la relation de confiance mutuelle.
- A introduire les actions de formation avec les diapositives fournies par la Mona
- Respecter les données personnelles des stagiaires qui pourraient lui être transmises, en ne les utilisant qu'à des fins pédagogiques pour l'action en cours, en accord avec la politique de confidentialité de la Mona

Au niveau de la conception et de l'animation des formations, l'organisme de formation s'engage à :

- Informer la Mona de toutes difficultés quant au bon déroulement de la formation
- Recueillir les attentes des participants préalablement au démarrage de la formation afin de s'assurer de la pertinence de son programme de formation (moyen laissé libre au prestataire)
- Faire une évaluation des acquis individuels dans le but de vérifier les acquis au regard des objectifs pédagogiques
- Remettre un kit des ressources pédagogiques à la Mona et aux stagiaires
- Fournir le matériel pédagogique nécessaire à l'animation de sa formation
- Informer, en amont de la formation, la Mona des spécificités sur son programme de formation (matériel, prérequis, logiciel, travail préparatoire, formation à distance...)
- Proposer à la Mona des pistes possibles pour améliorer des formations à venir
- Envoyer à la Mona, après la formation, les fiches d'émargement signées par les stagiaires et le formateur, les attestations de fin de formation, les décharges de remise des attestations et les fiches d'évaluation dûment remplies

Les formations se dérouleront soit en présentiel, soit entièrement à distance, soit en blended learning. L'approche de digitalisation de la formation sera appréciée si cela s'avère utile.

#### QUESTIONS

---

Pour tout renseignement complémentaire en rapport avec cet appel à consultations, les candidats peuvent joindre l'équipe de la Mona au 0557570387 – [professionnalisation@monatourisme.fr](mailto:professionnalisation@monatourisme.fr)

## LISTE DES LOTS DE L'APPEL A CANDIDATURE POUR LE CATALOGUE DE FORMATION INTER-ENTREPRISES ET INTRA-ENTREPRISE

---

Domaines de formation	Actions de formation	Page
<b>L'Accueil</b>	▪ FIR50 - Être commercial de son territoire	p 15
	▪ FIR40 - Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap	p 16
	▪ FIR85 - Comprendre la gestion de la relation client et l'adapter à ses différentes cibles	p 17
	▪ FIR82 - Guide : démarquez-vous avec des visites décalées et sensorielles	p 18
	▪ FIR86 - Guide : création d'un produit guidage différenciant, l'hyperpersonnalisation des guides au-delà de leur connaissance du territoire	p 19
	▪ FIR87 – RGPD : intégrer les nouvelles obligations issues du règlement européen sur la protection des données	p 22
	<b>La Promotion et la Commercialisation</b>	▪ FIR39 - Entretenir efficacement ses relations avec la presse et les communautés d'influenceurs
▪ FIR76 - L'écriture pluri-média		p 22
▪ FIR69 - Piloter une stratégie social média efficace		p 23
▪ FIR08 - Établir sa stratégie webmarketing à partir d'indicateurs fiables		p 24
▪ FIR78 - Produire grâce à mon Booster Pack		p 25
▪ FIR09 - Maîtriser les techniques d'interviews et réaliser des portraits		p 26
▪ FIR89 - Optimiser sa photothèque avec des images de qualité		p 27
▪ FIR77 - Graphisme et PAO, améliorer sa communication		p 28
▪ FIR90 - Commercialisation : Optimiser son activité (niveau avancé)		p 29
▪ FIR91 - Réussir son virage numérique en interne		p 30
▪ FIR105 – Formation MICE		p 31
<b>Les Partenaires</b>	▪ FIR71 - Yield management pour les meublés de tourisme	p 32
	▪ FIR92 - Sensibilisation au design de service	p 33
	▪ FIR70 – Proposer de nouveaux services à son réseau	p 34
	▪ FIR93 - Fédérer son réseau d'acteurs locaux	p 35
	▪ FIR94 – Développer ses compétences de coaching	p 36
	▪ FIR95 – Les bases de la création d'entreprise	p 37
<b>Le Management, les Ressources Humaines et la Gestion</b>	▪ FIR96 - Encadrer une équipe de saisonniers	p 38
	▪ FIR97 - Animer une réunion	p 39
	▪ FIR98 - Vendre son projet et s'exprimer à l'oral	p 40
	▪ FIR99 - Communication interne, coaching et techniques de communication interpersonnelle	p 41
	▪ FIR68 - Comment mieux optimiser mon temps de travail	p 42
	▪ FIR66 - Développer sa confiance et travailler en équipe	p 43
	▪ FIR100 - Bilan de parcours	p 44
	▪ FIR101 – Nouvelles formes de management ou comment être en phase avec son équipe	p 45
	▪ FIR102 – Régies de recettes et d'avances pour les structures touristiques	p 46
	▪ FIR103 - Conduite de projet	p 47
▪ FIR 104 - Cohésion d'équipe : se sentir bien dans son travail	p 48	

LISTE DES LOTS DE L'APPEL A CANDIDATURE POUR LES DEUX  
PARCOURS QUALIFIANTS PROPOSES PAR LA MONA

---

Parcours qualifiants	Actions de formation	Page
<b>Certificat de qualification professionnelle « Référents Accueils Touristiques » (CQP RAT)</b>	▪ RAT1 - Mon cœur de métier de conseiller en séjour au service du plan d'action de ma structure (Bloc 2 : mise en œuvre du plan d'action de l'accueil)	p. 49
	▪ RAT2 - Mon rôle d'animation de l'accueil sur mon territoire (bloc 2 : mise en œuvre du plan d'action de l'accueil)	p 50
	▪ RAT 3 – Être commercial de mon territoire (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)	p 51
	▪ RAT4 – La relation client à distance, le community management dans le tourisme (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)	p 52
	▪ RAT5 – Espace d'accueil, marketing expérientiel (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)	p 53
<b>Titre à finalité professionnelle « Chargé(e) de Projets e-Tourisme »</b>	▪ CPET1 - Mon rôle en tant que chargé de projets Etourisme (Bloc 1 : Proposition d'une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développement d'un plan d'action en adéquation avec la stratégie marketing)	p 54
	▪ CPET2 - Ligne éditoriale, storytelling et web-éditorial (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)	p 55
	▪ CPET3 – La photographie (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)	p 56
	▪ CPET4 – La vidéo, la prise de son et la publication de ses contenus en ligne (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)	p 57
	▪ CPET5 - Titre CPeT / Les bases du référencement pour analyser la présence en ligne de sa structure et le vulgariser auprès des acteurs locaux (Bloc 3 : Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire)	p 58
	▪ CPET6 – La commercialisation des acteurs privés (Bloc 3 : Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire)	p 59

---

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation produit d'accueil : être commercial de son territoire
<b>Code action</b>	FIR50
<b>Contexte</b>	Pour les structures qui commercialisent, l'argumentaire de vente déployé par les conseillers et conseillères en séjour est un atout majeur pour pouvoir augmenter la part de recettes et donc l'autofinancement de sa structure. Produits de séjour, produits de boutique, visites guidées, les produits peuvent être nombreux. Comment, en tant que personnel d'accueil, concrétiser davantage d'actes de ventes ? Comment l'inclure dans son acte de renseignement, son conseil éclairé ?
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maitriser son argumentaire de ventes</li> <li>▪ Adapter son approche commerciale au public face à soi</li> <li>▪ Ne pas avoir peur de vendre</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseillers en séjour / membre de l'équipe qui commercialise
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'utiliser son propre argumentaire commercial et le faire évoluer
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bayonne
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accessibilité : accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap
<b>Code action</b>	FIR40
<b>Contexte</b>	Le libre accès aux vacances, aux sports et aux loisirs représente un facteur primordial d'intégration sociale et d'épanouissement personnel pour les personnes présentant une gêne ou un handicap ». C'est un droit fondamental inscrit dans la loi dite de lutte contre les exclusions du 29 juillet 1998. Créé en 2001, le label national « tourisme et handicap » vise à concrétiser ce droit en apportant aux personnes à besoins spécifiques une information sur l'offre touristique et les loisirs accessibles et adaptés à leurs besoins. Les professionnels qui s'engagent dans le label Tourisme et Handicap apportent un soin particulier à l'accessibilité de leur structure et sont tenus au respect de certains critères de labellisation. L'intégration des touristes en situation de handicap représente un enjeu économique et social important.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Connaître et comprendre les besoins des personnes en situation de handicap dans leur vie quotidien et de surcroit en qualité de touriste</li> <li>▪ Comprendre les exigences des règles d'accessibilité et lois en vigueur</li> <li>▪ Connaître le label et les démarches à suivre pour pouvoir y concourir</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tous les salariés
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'avoir une vision claire sur ce sujet et de structurer sa démarche
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Poitiers
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises



<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accueil : comprendre la gestion de la relation client et l'adapter à ses différentes cibles (visiteurs, prestataires, habitants)
<b>Code action</b>	FIR85
<b>Contexte</b>	La relation client est au centre des questionnements des professionnels du tourisme. Tout l'enjeu repose sur la possibilité des structures à assurer un suivi personnalisé pour mieux répondre aux attentes et aux besoins de ses clients.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendre les enjeux de la relation client, ses concepts clés et ses mécanismes</li> <li>▪ Connaître les principales méthodes ou outils traditionnels et numérique de la GRC</li> <li>▪ Augmenter la satisfaction de ses clients tout en optimisant l'organisation en interne</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de partager une même connaissance et méthodologie autour de la GRC
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation guide : démarquez-vous avec des visites décalées et sensorielles
<b>Code action</b>	FIR82
<b>Contexte</b>	Créer une visite non ordinaire nécessite d'utiliser une palette de ressorts multiples. Cette formation a pour enjeu de faire réfléchir les guides sur la notion du sensoriel.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Créer des visites différentes et animées</li> <li>▪ Apporter du neuf à ses visites</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Guides
<b>Prérequis</b>	Guides avec une marge de manœuvre importante
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de proposer une nouvelle approche de ses visites
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 25 participants
<b>Lieu(x)</b>	La Rochelle
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

**Intitulé de l'action** Formation guide : création d'un produit guidage différenciant, l'hyperpersonnalisation des guides au-delà de leur connaissance du territoire

---

**Code action** FIR86

---

**Contexte** Depuis plusieurs années, nous formons les guides afin qu'ils puissent proposer des visites toujours plus en phase avec les clientèles touristiques. L'enjeu de cette formation est de poursuivre ce travail avec une accentuation de la personnalisation des guides dans leurs propres visites. Nous partons d'un constat : les visiteurs retiennent autant la personnalité du guide que le contenu de la visite.

---

**Objectifs de la formation**

- Mettre en situation
- Appréhender les techniques de personnalisation visant à humaniser le service et raconter une histoire
- Se sentir valorisé par une mise en avant de la personnalisation de sa visite

---

**Public concerné** Guides

---

**Prérequis** Guides avec une marge de manœuvre importante

---

**A l'issue de l'action, le participant sera** En capacité de proposer des visites incarnées

---

**Durée de l'action** 2 jours

---

**Période privilégiée** Année 2019

---

**Nombre par groupe** Entre 8 et 16 participants

---

**Lieu(x)** Marmande

---

**Formation** En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

---

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation RGPD : intégrer les nouvelles obligations issues du règlement européen sur la protection des données
<b>Code action</b>	FIR87
<b>Contexte</b>	Les entreprises touristiques collectent, stockent et traitent des données.... Cette formation est là pour analyser les impacts et mettre en place un plan d'actions pour se mettre en conformité avec le règlement européen
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Respecter les obligations réglementaires imposées par l'Europe</li> <li>▪ Comprendre les droits de la personne pour mieux les protéger</li> <li>▪ Maitriser l'encadrement juridictionnel</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Personne en charge de la conformité de traitements de données personnelles
<b>Prérequis</b>	Cf. public + responsables juridiques, responsables administratif (formation recommandée en binôme)
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de se conformer à la loi informatique et libertés et au RGPD
<b>Durée de l'action</b>	1 jour
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation presse et média : entretenir efficacement ses relations avec la presse et les communautés d'influenceurs
<b>Code action</b>	FIR39
<b>Contexte</b>	L'information continue, les leaders d'opinion, les multiples canaux de communication, les usagers qui prennent de plus en plus la parole provoquent des bouleversements importants dans l'environnement médiatique. Aujourd'hui, le métier d'attaché de presse est impacté au premier chef et doit intégrer pleinement les nouveaux codes médiatiques.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser ses relations presse existantes avec la presse locale, nationale, spécialisée</li> <li>▪ Intégrer une nouvelle approche et des nouveaux outils de relation médias</li> <li>▪ Réajuster ses indicateurs et ses outils méthodologiques pour avoir des relations presse efficaces et pérennes</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	En charge de la communication ou les relations presse
<b>Prérequis</b>	Avoir un temps dédié à la mission supérieur à 50% de son temps de travail
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'avoir un plan d'action pertinent et efficace avec la presse et les influenceurs
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Poitiers
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation Contenu : l'écriture pluri-média
<b>Code action</b>	FIR76
<b>Contexte</b>	Brochures, articles de blog, vidéos, en mobilité, sur les réseaux sociaux, avec les photos... Aujourd'hui, être en charge de la communication dans un organisme de gestion de destination requiert des compétences fortes en écriture et en storytelling. L'enjeu de cette formation est de permettre aux stagiaires de développer leurs stratégies en écriture sur les différents canaux de communication.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Construire une stratégie d'écriture pour sa structure</li> <li>▪ Créer une cohérence d'écriture sur les différents supports de communication utilisés en respectant la ligne éditoriale de la destination</li> <li>▪ Accroître les compétences rédactionnelles</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	En charge de la communication, des relations presse, du community management, de la création de contenu
<b>Prérequis</b>	Maitriser les fondamentaux de la communication touristique
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de créer une charte éditoriale claire et optimiser la stratégie d'écriture sur les différents supports de communication de la structure
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Poitiers
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation websocial : piloter une stratégie social média efficace
<b>Code action</b>	FIR69
<b>Contexte</b>	Depuis plusieurs années, nous formons des personnes en charge de l'animation numérique, de la création de contenu. Aujourd'hui, certaines de ces personnes gèrent l'é-réputation de leur destination. Le rôle de community manager fait d'ores et déjà partie intégrante d'une équipe dans un office de tourisme. En effet, il est nécessaire de développer cette compétence importante dans le tourisme institutionnel dans le but de piloter une stratégie « social media » de A à Z sur sa destination.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gérer l'image de sa destination</li> <li>▪ Maitriser les leviers pour proposer une stratégie de communication sur les médias sociaux</li> <li>▪ Animer, piloter les actions et analyser les résultats obtenus</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Directeur et directrice d'offices de tourisme / Manager intermédiaire / Référent stratégie digitale
<b>Prérequis</b>	Avoir une première expérience de community manager et/ou avoir une pratique aguerrie des réseaux sociaux
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de piloter son activité social média
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Angoulême
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation marketing touristique : établir sa stratégie webmarketing à partir d'indicateurs fiables
<b>Code action</b>	FIR08
<b>Contexte</b>	Attirer et séduire les visiteurs, les inciter à acheter puis les fidéliser, tels sont les principaux objectifs de la promotion sur Internet. Aujourd'hui, les structures touristiques doivent à tout moment et sur tous supports interagir de manière très ciblée avec leurs clients. La commercialisation est devenue une ressource non négligeable pour les offices de tourisme : le parcours en ligne, de la séduction à la vente a donc un objectif commercial très fort. Qu'il s'agisse d'une conclusion de vente directe, ou d'une fidélisation client, les retombées économiques sur le territoire dépendent en partie de cette stratégie webmarketing. Cette formation s'adresse donc aux chargé(e)s de promotion et/ou de commercialisation, qui mettent en place la stratégie et les actions opérationnelles de webmarketing. Il s'agit d'un niveau 2, avec donc des salariés ayant déjà mis en place une stratégie marketing
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Affiner sa stratégie webmarketing grâce à une meilleure connaissance du parcours digital du client et des leviers pour l'optimiser</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	En charge de la stratégie ou de la réalisation des actions de webmarketing
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'identifier les nouvelles opportunités webmarketing tout en optimisant la fidélisation de ses clients en suivant toutes ses actions avec les bons indicateurs
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	La Rochelle
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises



<b>Intitulé de l'action</b>	Formation contenu : produire grâce à mon Booster Pack
<b>Code action</b>	FIR78
<b>Contexte</b>	La Nouvelle-Aquitaine comptabilise une centaine de Reporters de territoire et autres productions de contenu dans le réseau des offices de tourisme. Malgré plusieurs actions de formation post-reporter depuis 2016 (fibre artistique, captation sonore, storytelling, interview, portraits...), cela reste, pour certain, encore difficile de se lancer à 100% dans cette (nouvelle) mission sans un accompagnement plus poussé. Le Booster Pack est là pour cela. L'objectif de cette formation est de permettre aux stagiaires de produire un livrable (reportage, vidéo promotionnelle, brochure...) dont sa structure a ou fait commande grâce à 6 jours de formation sur une année (journées qui mixent formation en collectif et conseil individuel).
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Établir les différentes étapes pour produire du contenu montrable</li> <li>▪ Impliquer toute son équipe dans un projet</li> <li>▪ Maîtriser sa compétence de Reporter de territoire, de producteur de contenu ou de responsable du contenu sur sa destination</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Reporter de territoire, personne en charge des contenus
<b>Prérequis</b>	Avoir une commande interne
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de produire un contenu et le livrer fini
<b>Durée de l'action</b>	6 journées sur la base de 3 jours en collectifs et 3 jours en conseil/coaching individuel
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 5 et 12 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine avec le commanditaire et les participants
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation contenu : maitriser les techniques d'interviews et réaliser des portraits
<b>Code action</b>	FIR09
<b>Contexte</b>	Cette action pédagogique est conçue comme un complément de la formation de Reporter de Territoire. Pour ce public, l'objectif est de connaître, comprendre et expérimenter les différentes modalités de captations audio-visuelles lorsqu'elles sont centrées sur un témoignage, une interview ou la valorisation de la personnalité.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acquérir de la méthode de captation sonore et vidéo pour valoriser son sujet</li> <li>▪ Monter une interview moderne, dynamique et fun</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Reporter de territoire, personne en charge des contenus
<b>Prérequis</b>	Avoir du matériel adapté et le connaître
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de produire des interviews
<b>Durée de l'action</b>	2 jour
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Limoges
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation contenu : optimiser sa photothèque avec des images de qualité
<b>Code action</b>	FIR89
<b>Contexte</b>	Depuis plusieurs années, l'image est devenue omniprésente dans notre quotidien. L'univers touristique est plus que les autres concerné et ce au plus haut chef.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gérer l'image de sa destination en maîtrisant toute la dimension visuelle de la communication</li> <li>▪ Savoir produire, faire produire et sélectionner des photos ambassadrices pour sa destination</li> <li>▪ Optimiser et faire évoluer sa banque d'images</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Directeur et directrice d'offices de tourisme / Reporter de territoire, personne en charge des contenus
<b>Prérequis</b>	Avoir la main sur la communication de sa destination et sur la gestion de la photothèque
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'optimiser la gestion de sa photothèque et la production des photos
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Poitiers
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation contenu : graphisme et PAO, améliorer sa communication
<b>Code action</b>	FIR77
<b>Contexte</b>	La présentation et la lisibilité d'un document, d'un article, d'une page web, reposent sur des qualités techniques et graphiques mises en œuvre. L'objectif de ce module est d'acquies les règles de communication visuelle, d'aborder les bases de la maquette, les formats, des couleurs, des cadrages...etc. Trois modules distincts sont à programmer : Indesign, Illustrator, Photoshop
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intégrer la communication graphique dans sa stratégie de valorisation de la destination touristique</li> <li>▪ Maitriser le graphisme pour ses productions</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Chargé de communication débutant (mais pas trop novice quand même) et qui dispose des logiciels à jour
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'investir ses savoirs pour des produits de communications modernes
<b>Durée de l'action</b>	2 jours pour chaque module
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bayonne
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation commercialisation : optimiser son activité en mode partenarial (niveau avancé)
<b>Code action</b>	FIR90
<b>Contexte</b>	Le futur de la commercialisation pour la branche institutionnelle du tourisme est interrogé. La stratégie commerciale paraît essentielle pour développer de l'autofinancement, mais les acteurs sont nombreux et le secteur concurrentiel. En se basant à la fois sur les règles du marché et sur les fondements juridiques de la commercialisation, cette formation s'attachera à donner aux responsables commerciaux des structures de type office de tourisme, mais aussi ADT/CDT, CRT, les clés pour trouver le bon angle en fonction de la stratégie de son territoire, connaître les différentes possibilités en termes de partenariat ou d'apport d'affaires, développer sa stratégie d'offre de service.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Connaître les différentes possibilités en matière de relation partenariale et leurs fondements juridiques (vente de services, apport d'affaire, commercialisation directe...)</li> <li>▪ Évaluer les opportunités pour sa structure, en fonction du marché territorial</li> <li>▪ Renouveler sa stratégie auprès de ses partenaires commerciaux</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Responsable commercial
<b>Prérequis</b>	Cf. public (niveau avancé)
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'adapter sa stratégie commerciale à son marché territorial
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Arcachon
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation digitale : réussir son virage numérique en interne
<b>Code action</b>	FIR91
<b>Contexte</b>	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées depuis une dizaine d'années. L'arrivée du numérique a bouleversé les métiers et il continue de le faire. Ces changements constituent un long virage en interne et l'accompagnement au changement est permanent.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Parler le même langage et éditer une charte commune quant à la place du digital dans la structure</li> <li>▪ Mieux comprendre les évolutions liées au digital dans sa structure</li> <li>▪ Pouvoir intégrer le virage du numérique, dans sa pratique professionnelle et dans celle de sa structure</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'intégrer cette évolution dans la vie quotidienne de la structure
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Angoulême
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation MICE
<b>Code action</b>	FIR105
<b>Contexte</b>	L'acronyme anglais MICE pour Meetings Incentives Conventions & Events présente une forme de tourisme tournée vers le tourisme d'affaire ! En effet, le tourisme d'affaire occupe une partie importante dans le tourisme avec de plus en plus d'évènements et de manifestations à destination des entreprises. Cette formation est pensée pour les responsables congrès et chargé(e)s de prestataires afin d'augmenter leurs compétences en idées, en recherche d'activités, en logistique et en planification avec les acteurs locaux.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Être en veille sur le marché du tourisme d'affaire et connaître les évolutions de ce marché</li> <li>▪ Connaître la fonction de tavel manager et être capable de travailler avec les entreprises de manière efficace et professionnelle</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Chargé(e) de congrès, chargé(e) de prestataires
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de maîtriser la fonction de gestionnaire des déplacements professionnels sur sa destination
<b>Durée de l'action</b>	2 ou 3 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Limoges
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accompagnement prestataires : yield management pour les meublés de tourisme
<b>Code action</b>	FIR71
<b>Contexte</b>	Les prestataires d'activités sont contraints par leurs clients et leurs processus de décisions et d'achats. Depuis plusieurs années, nous formons les offices de tourisme pour qu'ils donnent à leurs prestataires des conseils et s'adapter au marché touristique complexe et concurrentiel. Le but de cette action est de donner les clés aux chargés des relations "prestataires" des offices de tourisme sur les pratiques de gestion des prix, de maximisation des volumes de ventes et toutes autres actions nécessaire autour de cette tactique essentielle pour les gestionnaires des meublés de tourisme pour leur rentabilité et leur visibilité.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendre les enjeux du revenu management pour les meublés de tourisme</li> <li>▪ Assimiler les bases stratégiques et techniques nécessaires pour pouvoir accompagner les professionnels de sa destination sur cette tactique de gestion des prix</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Chargé(e) des relations prestataires
<b>Prérequis</b>	Niveau avancé / avoir suivi des formations sur l'habilitation au classement des meublés, le home staging, la fiscalité des meublés
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'utiliser le revenu management comme outil d'animation de son réseau de prestataires
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises



<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accompagnement prestataires : sensibilisation au design de service
<b>Code action</b>	FIR92
<b>Contexte</b>	Les entreprises touristiques doivent « penser client » et prendre, de plus en plus, en considération le parcours des usagers pour concevoir des solutions afin de faciliter l'accès à leur service. Pour cela il est nécessaire d'analyser les différents points de contact du parcours de l'utilisateur et du service pour en optimiser l'usage. Cette formation propose de mieux comprendre la question et permettre de réfléchir à la définition de nouveaux concepts en matière de service.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendre les interactions du parcours client dans sa structure</li> <li>▪ Comprendre la relation qui existe entre un produit et un utilisateur</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Pas de prérequis
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'explorer de nouveaux modèles de service pour ses clients
<b>Durée de l'action</b>	1 jour
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Limoges ou Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accompagnement prestataires : proposer de nouveaux services à son réseau
<b>Code action</b>	FIR70
<b>Contexte</b>	Le partenariat avec les acteurs de la destination passe en partie par une offre de services proposés par l'office de tourisme. Les régies publicitaires, services de conciergerie et autres services "plus" sont proposés aux prestataires. Cette formation s'adresse aux structurent qui souhaitent donner un nouveau souffle à leurs services. À partir de techniques de design de services, cette formation englobe à la fois les méthodes de conception et de marketing de services.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Repenser son marketing de service</li> <li>▪ Adapter sa stratégie de communication</li> <li>▪ Initier de nouveaux services pour ses acteurs locaux</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Responsable de la relation prestataires, salarié en charge d'un portefeuille de prestataires
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'adapter sa stratégie de marketing de service auprès des prestataires et initier de nouveaux services
<b>Durée de l'action</b>	2 ou 3 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Poitiers
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation accompagnement prestataires : fédérer son réseau d'acteurs locaux
<b>Code action</b>	FIR93
<b>Contexte</b>	La fédération du réseau d'acteurs locaux est un des éléments clés pour faire de l'office de tourisme un acteur incontournable de son écosystème. Parmi les rôles dont l'importance grandit pour les offices de tourisme, on retrouve l'activiste en faveur de l'attractivité de la destination, et le collaborateur, avec des réseaux stratégiques. Fédérer ses acteurs locaux passe par une stratégie de collaboration et de co-construction forte, portée par toute une équipe.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Connaître et utiliser des méthodes d'animation et de travail collaboratif</li> <li>▪ Mieux impliquer et convaincre son réseau autour de projets</li> <li>▪ Rendre pérenne l'animation de ce réseau, au sein d'une équipe</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Coordinateur / chargé de prestataires
<b>Prérequis</b>	Avoir identifié un cas d'étude propre à sa structure (projet à co-construire, action partenariale) / référents NOTT
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'avoir son rôle de chef de projet et de disposer de clés conceptuelles et opérationnelles pour construire un projet fédérateur avec ses acteurs locaux
<b>Durée de l'action</b>	2 ou 3 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Dax
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Accompagnement des porteurs de projet / prestataires : développer ses compétences de coaching
<b>Code action</b>	FIR94
<b>Contexte</b>	Les salariés en charge de l'accompagnement des prestataires ou porteurs de projets et d'activité se retrouvent confrontés à des entrepreneurs de profils variés, avec des compétences diverses, des niveaux d'autonomie hétérogène. Outre le socle de compétences techniques nécessaires, ce rôle de conseil et d'accompagnement, voire de coaching, nécessite de développer ses capacités d'écoute active, d'empathie, de reformulation, de détection des besoins.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mieux se connaître pour mieux comprendre les besoins de l'autre</li> <li>▪ Être à l'aise dans sa mission de coaching, de conseil et d'accompagnement</li> <li>▪ Accompagner en mode « coaching » un certain nombre de partenaires</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public ayant une mission clairement définie d'accompagnement individuel des partenaires ou porteurs de projets
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de muscler sa mission d'accompagnement et de développer des techniques de coaching pour améliorer sa relation aux partenaires ou futurs partenaires.
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Marmande
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Accompagnement des porteurs de projet : les bases de la création d'entreprise
<b>Code action</b>	FIR95
<b>Contexte</b>	Les offices de tourisme et/ou collectivités accompagnent, de manière plus ou moins appuyée, les porteurs de projets dans leur installation sur le territoire. Afin d'être à l'aise dans cette mission de conseil, les salariés ont besoin de maîtriser a minima les bases de la création d'une entreprise, sans devenir spécialistes de chaque domaine. Cela passe par la culture de l'entreprise, mais aussi par quelques bases de gestion privée. L'idée est de se mettre dans la peau d'un entrepreneur en passant en revue les différentes étapes de la création d'entreprise. Seront évoqués la définition du business model, les aspects juridiques, fiscaux et sociaux, la stratégie financière, les indicateurs de pilotage, la stratégie marketing et commerciale.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mieux comprendre l'état d'esprit d'un entrepreneur et ses besoins</li> <li>▪ Apporter un conseil qualitatif au porteur de projet sur les différentes étapes de la création de son activité</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public ayant une mission d'accompagnement et de conseil de porteurs de projet ou d'activité
<b>Prérequis</b>	Cf. public
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de sentir en confiance dans sa mission de conseil des porteurs de projets et d'activités
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation management : encadrer une équipe de saisonniers
<b>Code action</b>	FIR96
<b>Contexte</b>	Chaque année, la question du recrutement et de l'arrivée des saisonniers dans une structure sont des moments importants pour réussir une bonne saison touristique. Cette formation est là pour vous donner toutes les clés pour appréhender et anticiper au mieux leur arrivée.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organiser la structure en amont</li> <li>▪ Identifier les enjeux pour chaque membre de l'équipe</li> <li>▪ Transmettre des connaissances et des consignes claires</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Directeurs et directrices / managers d'équipe d'accueil et en charge des saisonniers
<b>Prérequis</b>	Intégrer une arrivée importante de saisonniers
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'encadrer une équipe de saisonnier et optimiser le fonctionnement de toute l'équipe avec l'arrivée de RH supplémentaires
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Début d'année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Arcachon
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation développement personnel : animer une réunion
<b>Code action</b>	FIR97
<b>Contexte</b>	Dans un monde où tout va plus vite et où l'attention est de plus en plus difficile à conserver lors de réunions, il convient de se remettre en cause et de proposer des moments alliant travail et esprit d'entreprise car certaines réunions sont importantes pour avancer collectivement sur un projet ou prendre une décision délicate.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser les enjeux de la réunion et la préparer</li> <li>▪ Animer la réunion de manière dynamique et pertinente pour tout le monde</li> <li>▪ Obtenir un engagement des participants</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Toute personne ayant besoin d'animer un groupe régulièrement
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de proposer des réunions en phase avec les décisions à prendre
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Angoulême
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation développement personnel : vendre son projet et s'exprimer à l'oral
<b>Code action</b>	FIR98
<b>Contexte</b>	Obtenir l'adhésion de son public va au-delà de la maîtrise technique de ses dossiers. La présentation constitue l'arme ultime pour convaincre et faire que les personnes vous suivent. Cette formation consiste à acquérir une méthodologie pour mieux défendre ses idées et se montrer persuasif et sûr de soi.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réussir à emporter l'adhésion de tous</li> <li>▪ Améliorer sa force de conviction</li> <li>▪ Être convaincu pour être convaincant</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Toute personne ayant besoin de défendre un projet
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de devenir l'acteur de son projet
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises



**Intitulé de l'action** Formation développement personnel : communication interne, coaching et techniques de communication interpersonnelle et faire ressortir les choses chez l'autre

---

**Code action** FIR99

---

**Contexte** Les transformations importantes qui ont impacté le tourisme institutionnel ont modifié les équilibres entre les équipes. La communication interne est une des fonctions les plus importantes en entreprise. Dans notre contexte actuel, ceci est encore plus vrai. Cette formation est là pour permettre aux équipes de travailler ensemble et ainsi porter des projets plus ambitieux et progresser dans les actions quotidiennes de la structure. Cette formation s'attachera également à identifier et mettre en place des outils concrets et adaptés aux diverses organisations.

---

**Objectifs de la formation**

- Prendre en main les enjeux de la communication interne
- Concevoir un fonctionnement de communication interne
- Identifier les outils concrets adaptés à son organisation

---

**Public concerné** Tout public

---

**Prérequis** Pas de prérequis

---

**A l'issue de l'action, le participant sera** En capacité de mettre en place une charte de fonctionnement interne

---

**Durée de l'action** 2 ou 3 jours

---

**Période privilégiée** Année 2019

---

**Nombre par groupe** Entre 8 et 16 participants

---

**Lieu(x)** Brive

---

**Formation** En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

---

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation développement personnel : comment mieux optimiser mon temps de travail
<b>Code action</b>	FIR68
<b>Contexte</b>	Efficacité, efficacité, rentabilité sont des leitmotivs dans la plupart des structures aujourd'hui... Termes qui souvent produisent un effet inverse à celui désiré, en introduisant un sentiment d'urgence et de stress qui nuit à une bonne gestion de son temps, et à un travail réalisé dans de bonnes conditions. Cette formation a donc pour objectif de donner des clés pour mieux gérer ses priorités, comprendre son mode de fonctionnement personnel et son style de travail pour s'organiser en fonction, utiliser des outils qui permettent de réaliser son travail plus sereinement. Elle s'adresse à toutes les personnes qui sont rapidement submergées par le travail, ou tout simplement celles qui aimeraient se doter d'outils pour mieux gérer leur temps et leurs priorités. Cette formation est donc fortement centrée sur l'individu et sa propre gestion du temps, mais l'on veillera à ne pas oublier la dimension collective.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Favoriser une prise de conscience sur les modes de fonctionnement et les styles de travail</li> <li>▪ Fournir des outils pour organiser son travail de manière plus efficace et favoriser un meilleur-être au travail</li> <li>▪ Bâtir ses propres outils pour mieux gérer son temps</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Pas de prérequis
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de comprendre son propre fonctionnement et trouver ses propres leviers de développement
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Limoges
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation développement personnel : développer sa confiance en soi et travailler en équipe
<b>Code action</b>	FIR66
<b>Contexte</b>	<p>Aujourd'hui, il est parfois difficile de retrouver sa place dans une nouvelle équipe. L'évolution des métiers et des modes de management, avec une place plus forte donnée au travail collaboratif et au management horizontal, implique que chaque collaborateur a son rôle à jouer au sein d'une équipe. Il doit donc pouvoir être force de proposition, travailler en autonomie mais aussi savoir travailler en équipe et mobiliser des méthodes et outils de travail collaboratifs. La confiance en soi, le développement d'un leadership, les méthodes de travail sont tout aussi importants que l'expertise métier. Cette formation s'adresse donc à tout type de public, pour booster sa confiance, développer son leadership, et mieux trouver sa place au sein d'une équipe. Cette formation se veut particulièrement centrée sur l'humain et les problématiques individuelles liées au travail.</p>
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accompagner au changement les individus en leur permettant de se positionner au sein d'un collectif</li> <li>▪ Booster la confiance en soi et le leadership des individus pour améliorer le relationnel au sein de la structure</li> <li>▪ Donner les clés du travail collaboratif pour favoriser l'échange et être plus efficient en équipe</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Tout public
<b>Prérequis</b>	Pas de prérequis
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de mieux se positionner dans son équipe et prendre conscience de son rôle dans sa structure
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Dax
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation Management : le bilan de parcours
<b>Code action</b>	FIR100
<b>Contexte</b>	Tous les six ans, l'entretien professionnel se transforme en bilan de parcours. Son but est de faire un état des lieux approfondi du parcours professionnel du salarié pour s'assurer de la mise en place d'actions pour l'évolution professionnelle du collaborateur. La date butoir de ce premier bilan de parcours professionnel est fixée au 7 mars 2020.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Considérer ce Rdv comme un acte fondamental du management</li> <li>▪ Aborder ce Rdv de manière sereine pour vous et pour vos collaborateurs</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Manager, DRH
<b>Prérequis</b>	Avoir des entretiens professionnels
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de comprendre les enjeux afin d'accompagner les salariés efficacement à devenir acteur de leur projet professionnel
<b>Durée de l'action</b>	1 jour
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation management : les nouvelles formes de management ou comment être en phase avec son équipe
<b>Code action</b>	FIR101
<b>Contexte</b>	La problématique d'engagement de ses collaborateurs dans l'entreprise, c'est le rôle du management. Les fonctions de managers ne sont pas basées uniquement sur le contrôle ou l'autorité. Celles des collaborateurs sont soumises quant à elles à des missions qui évoluent sans cesse et, pour qu'elles s'effectuent dans les meilleures conditions, cette formation est conçue pour réussir à impliquer, motiver et fédérer son équipe à l'image de la stratégie de la structure
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réussir à se positionner comme manager d'équipe</li> <li>▪ Stimuler l'esprit d'équipe et l'esprit d'entreprise</li> <li>▪ Identifier son style de management et apprendre à déléguer pour gagner en performance</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Manager d'équipe
<b>Prérequis</b>	Avoir envie d'évoluer dans ses pratiques managériales
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de mettre en place son propre management en phase avec ses valeurs et celles de l'équipe
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Angoulême
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Régies de recettes et d'avances pour les structures touristiques
<b>Code action</b>	FIR102
<b>Contexte</b>	La fonction de régisseur, dans les offices de tourisme ayant une comptabilité publique, est complexe. Elle est essentielle au bon fonctionnement de la structure, en particulier sur les activités commerciales. Cette formation apportera donc les clés pour mieux appréhender son rôle de régisseur, de manière opérationnelle, tout en fournissant des éléments de compréhension et de communication pour travailler de manière fluide avec son comptable public.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Appréhender son rôle de régisseur</li> <li>▪ Optimiser le fonctionnement de sa régie</li> <li>▪ Travailler de manière fluide avec le comptable public</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Régisseur(sse)s, comptables et gestionnaires administratifs et financiers des offices de tourisme sous comptabilité publique
<b>Prérequis</b>	Maîtriser les principes fondamentaux de la comptabilité publique
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de maîtriser le fonctionnement opérationnel des régies au sein de sa structure
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Bordeaux
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation management : conduite de projet
<b>Code action</b>	FIR103
<b>Contexte</b>	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets interne. Quel que soit le projet en question, les équipes dans leur globalité sont impactées et il est primordial d'acquérir de la méthode et des bonnes pratiques pour mener les projets.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bâtir les bases d'un projet en insistant sur les compétences techniques et relationnelles des membres de l'équipe</li> <li>▪ Combiner méthodologie rigoureuse et coopération collective performante</li> <li>▪ Définir des outils de suivi et des indicateurs partagés de performance afin de pouvoir s'adapter à toute éventualité</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Chef de projet / responsable d'équipes / Manager intermédiaire / référent NOTT
<b>Prérequis</b>	Personne en charge de projets
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de devenir un facilitateur interne pour la conduite de projet en toute sérénité et créer de la cohésion d'équipe
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	Limoges
<b>Formation</b>	En Inter-Entreprises mais pourra être proposée en Intra-Entreprise

<b>Intitulé de l'action</b>	Formation cohésion d'équipe : se sentir bien dans son travail
<b>Code action</b>	FIR104
<b>Contexte</b>	<p>Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles se regroupent, elles doivent apprendre à se connaître. Les problématiques d'organisation sont pour tout ou partie réglées, il est désormais grandement temps de travail auprès des hommes et des femmes qui travaillent dans ses structures.</p> <p>Cette formation émane de besoins récurrents identifiés aux quatre coins de la Nouvelle-Aquitaine. En revanche, diverses situations peuvent se présenter en fonction de l'état d'avancement des démarches orientées salarié (QVT, accompagnement au changement...).</p>
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ S'entendre sur des valeurs communes</li> <li>▪ Bâtir un esprit d'entreprise fort</li> <li>▪ Travailler de manière sereine et en collaboration</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Toute l'équipe ( <i>variable selon les cas de figure : seulement les équipes qui sont en contact avec des clients par exemple</i> )
<b>Prérequis</b>	Avoir amorcé des choses en interne
<b>A l'issue de l'action, l'équipe sera</b>	En capacité de permettre à chaque salarié de connaître sa place et d'œuvrer avec et pour le collectif
<b>Durée de l'action</b>	Entre 2 et 10 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	A définir
<b>Lieu(x)</b>	A définir
<b>Formation</b>	En Intra-Entreprise ( <i>comme plusieurs situations peuvent se présenter, le programme de formation pourra varier selon les situations</i> )



<b>Intitulé de l'action</b>	CQP RAT / Mon cœur de métier de conseiller en séjour au service du plan d'action de ma structure (Bloc 2 : mise en œuvre du plan d'action de l'accueil)
<b>Code action</b>	RAT1
<b>Contexte</b>	Devenir un référent de l'accueil touristique sur sa destination nécessite d'être bien ancré dans sa mission de conseiller en séjour voire d'expert local. Cette formation est là pour poser les bases du métier et ouvrir sur un champ des possibles large.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ancrer son rôle de conseiller en séjour expert</li> <li>▪ Être à l'aise avec sa mission de conseil éclairé</li> <li>▪ Être en capacité de poursuivre son apprentissage et de revoir sa posture de conseiller en séjour</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseiller(e) en séjour, responsable Accueil, Candidat(e) au Certificat de Qualification Professionnel Référents Accueils Touristique
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de se connaître dans son rôle de conseiller en séjour et de se remettre en cause pour acquérir de nouvelles compétences sur l'accueil
<b>Durée de l'action</b>	3 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le CQP RAT

<b>Intitulé de l'action</b>	CQP RAT / Mon rôle d'animation de l'accueil sur mon territoire (Bloc 2 : mise en œuvre du plan d'action de l'accueil)
<b>Code action</b>	RAT2
<b>Contexte</b>	Devenir un référent de l'accueil touristique sur sa destination nécessite d'être en capacité d'œuvrer sur toute la destination touristique. Cette formation est complémentaire au travail engagé sur le schéma d'accueil et de diffusion de l'information. Il s'agit de se positionner dans tout l'écosystème territorial et d'être en capacité de faire évoluer son action en recherchant de nouveaux services à proposer tant aux visiteurs qu'aux acteurs locaux.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assoir son rôle de coordinateur de l'accueil</li> <li>▪ Animer ses acteurs locaux</li> <li>▪ Rechercher sans cesse de nouveaux services</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseiller(e) en séjour, responsable Accueil, Candidat(e) au Certificat de Qualification Professionnel Référents Accueils Touristique
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de proposer de nouvelles façons de concevoir son rôle de référent de l'accueil au cœur de l'écosystème touristique local
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le CQP RAT

<b>Intitulé de l'action</b>	CQP RAT / Être commercial de mon territoire (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)
<b>Code action</b>	RAT3
<b>Contexte</b>	L'argumentaire de vente déployé par les conseillers est un atout majeur pour pouvoir augmenter la part de recettes et donc l'autofinancement de sa structure. Ceci est encore plus vrai lorsque l'on souhaite devenir un référent de l'accueil touristique sur sa destination et construire une gamme de produits remarquables. Comment, en tant que personnel d'accueil, concrétiser davantage d'actes de ventes ? Comment l'inclure dans son acte de renseignement, son conseil éclairé ?
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maitriser son argumentaire de ventes</li> <li>▪ Adapter son approche commerciale au public face à soi</li> <li>▪ Ne pas avoir peur de vendre</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseiller(e) en séjour, responsable Accueil, Candidat(e) au Certificat de Qualification Professionnel Référents Accueils Touristique
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité d'utiliser son propre argumentaire commercial et le faire évoluer pour toute l'équipe
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le CQP RAT

<b>Intitulé de l'action</b>	CQP RAT / La relation client à distance, le community management dans le tourisme (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)
<b>Code action</b>	RAT4
<b>Contexte</b>	Être référent de l'accueil touristique nécessite d'être garant de toute la démarche d'accueil et d'optimisation des renseignements à donner sur sa destination. Cela a un impact immédiat sur les informations à fournir via les réseaux sociaux notamment. Cette formation a pour but de créer des liens essentiels entre les missions du conseil en séjour et celles du community manager
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exporter son expertise sur les réseaux sociaux</li> <li>▪ Être à l'aise avec les outils digitaux</li> <li>▪ Harmoniser toute sa stratégie d'accueil tant face aux visiteurs qu'à distance</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseiller(e) en séjour, responsable Accueil, Candidat(e) au Certificat de Qualification Professionnel Référents Accueils Touristique
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de répandre son expérience de l'accueil en face à face aux outils de relation client à distance
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le CQP RAT

<b>Intitulé de l'action</b>	CQP RAT / Espace d'accueil, marketing expérientiel (Bloc 3 : accueil en vue d'une satisfaction client optimal)
<b>Code action</b>	RAT5
<b>Contexte</b>	Ce module de formation a pour objectif de sensibiliser les participants sur la méthodologie de projet à acquérir afin de mener à bien un projet d'aménagement d'Office de Tourisme. Il s'agira d'aborder les principes du marketing expérientiel/sensoriel et permettre ainsi aux participants de définir leur propre concept d'office de tourisme Nouvelle Génération.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Appréhender les composantes clés de l'aménagement des espaces d'accueils</li> <li>▪ Définir une stratégie d'aménagement cohérente</li> <li>▪ Imaginer des scénarios d'aménagement pour le confort des collègues et la découverte du côté clients</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Conseiller(e) en séjour, responsable Accueil, Candidat(e) au Certificat de Qualification Professionnel Référents Accueils Touristique
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de réfléchir à la refonte de l'espace d'accueil.
<b>Durée de l'action</b>	1 jour
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le CQP RAT

<b>Intitulé de l'action</b>	Titre CPeT / Mon rôle en tant que chargé(e) de projets Etourisme (Bloc 1 : Proposition d'une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développement d'un plan d'action en adéquation avec la stratégie marketing)
<b>Code action</b>	CPET1
<b>Contexte</b>	Devenir un chargé(e) de projets etourisme nécessite de prendre une place intégrante dans l'écosystème touristique de sa destination. Cette formation de 5 journées est pour prendre conscience du rôle majeur de cette compétence au sein des organisations touristiques modernes et le défendre avec conviction.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifier sa place dans l'écosystème numérique et maîtriser le cycle relationnel de ses clients (gestion de la e-reputation, observation, GRC, hyperpersonnalisation du conseil et de la vente...)</li> <li>▪ Animer les prestataires pour une relation clientèle de destination optimale</li> <li>▪ Pitcher un argumentaire face aux décideurs</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	ANT, Reporter de territoire, Manager numérique de destination, community manager, personne en charge du digital, candidat(e) au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de maîtriser toutes les composantes inhérentes au rôle de Chargé de projets Etourisme
<b>Durée de l'action</b>	5 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le Titre CPeT

<b>Intitulé de l'action</b>	Titre CPeT / Ligne éditoriale, storytelling et web-éditorial (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)
<b>Code action</b>	CPET2
<b>Contexte</b>	Brochures, articles de blog, vidéo, en mobilité, sur les réseaux sociaux, avec les photo... Aujourd'hui, être en charge de la communication dans un organisme de gestion de destination requiert des compétences fortes en écriture et en storytelling. L'enjeu de cette formation est de permettre aux stagiaires de développer leurs stratégies en écriture sur les différents canaux de communication.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Construire et véhiculer en interne une ligne éditoriale claire</li> <li>▪ Accroître les compétences rédactionnelles</li> <li>▪ Aiguiser son œil critique et être en veille</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	ANT, Reporter de territoire, Manager numérique de destination, community manager, personne en charge du digital, candidat(e) au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de porter et partager une ligne éditoriale pour sa structure
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le Titre CPeT

<b>Intitulé de l'action</b>	Titre CPeT / la photographie (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)
<b>Code action</b>	CPET3
<b>Contexte</b>	L'idée de cette formation est de permettre aux apprenants d'avoir 2 journées de pratique et d'apports techniques et théoriques sur la photo. Vous saurez tout pour être un « bon photographe » et la règle des tiers n'aura plus de secret pour vous.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intégrer la production photo dans la stratégie globale de la destination touristique</li> <li>▪ Être à l'aise avec son matériel pour aller sur le terrain</li> <li>▪ Produire des choses et ne pas avoir peur de les montrer</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	ANT, Reporter de territoire, Manager numérique de destination, community manager, personne en charge du digital, candidat(e) au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu Avoir visionné le contenu des épisodes du Mona Learning
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de présenter publiquement une production photo et d'asseoir cette compétence durablement sur sa destination
<b>Durée de l'action</b>	2 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le Titre CPeT



<b>Intitulé de l'action</b>	Titre CPeT / la vidéo, la prise de son et la publication de ses contenus en ligne (Bloc 2 : Participation à la stratégie de contenus. Conception et production de contenu de promotion du territoire)
<b>Code action</b>	CPET4
<b>Contexte</b>	L'idée de cette formation est de permettre aux apprenants d'avoir 4 journées de pratique et d'apports techniques et théoriques sur la vidéo. Vous serez prêt pour capter des images, mettre du son et monter une vidéo percutante et moderne.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intégrer la production vidéo dans la stratégie globale de la destination touristique</li> <li>▪ Être à l'aise avec son matériel pour aller sur le terrain (du smartphone à la caméra)</li> <li>▪ Produire des choses de qualité et ne pas avoir peur de les montrer</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	ANT, Reporter de territoire, Manager numérique de destination, community manager, personne en charge du digital, candidat(e) au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu Avoir visionné le contenu des épisodes du Mona Learning
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de présenter publiquement une production vidéo et d'asseoir cette compétence durablement sur sa destination
<b>Durée de l'action</b>	4 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le Titre CPeT

**Intitulé de l'action** Titre CPeT / Les bases du référencement pour analyser la présence en ligne de sa structure et le vulgariser auprès des acteurs locaux (Bloc 3 : Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire)

---

**Code action** CPET5

---

**Contexte** Attirer et séduire les visiteurs, les inciter à acheter puis les fidéliser, tels sont les principaux objectifs de la promotion sur Internet. Aujourd'hui, les structures touristiques doivent à tout moment et sur tous supports interagir de manière très ciblée avec leurs clients. La commercialisation est devenue une ressource non négligeable pour les offices de tourisme : le parcours en ligne, de la séduction à la vente a donc un objectif commercial très fort. Qu'il s'agisse d'une conclusion de vente directe, ou d'une fidélisation client, les retombées économiques sur le territoire dépendent en partie de cette stratégie webmarketing.

---

**Objectifs de la formation**

- Analyser la présence en ligne de sa structure
- Vulgariser cette compétence auprès des acteurs locaux
- Affiner sa stratégie webmarketing grâce à une meilleure connaissance du parcours digital du client

---

**Public concerné** ANT, Reporter de territoire, Manager numérique de destination, community manager, personne en charge du digital, candidat(e) au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme

---

**Prérequis** Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu  
1h (intro) sur les questions liées aux contenus des webséminaires

---

**A l'issue de l'action, le participant sera** En capacité d'avoir les bases du référencement pour analyser la présence en ligne de sa structure et le vulgariser auprès des acteurs locaux

---

**Durée de l'action** 2 jours

---

**Période privilégiée** Année 2019

---

**Nombre par groupe** Entre 8 et 16 participants

---

**Lieu(x)** A définir en Nouvelle-Aquitaine

---

**Formation** Intégrée avec le Titre CPeT

---

<b>Intitulé de l'action</b>	Titre CPeT / La commercialisation des acteurs privés (Bloc 3 : Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire)
<b>Code action</b>	CPET6
<b>Contexte</b>	Le futur de la commercialisation pour la branche institutionnelle du tourisme est interrogé. La stratégie commerciale paraît essentielle pour développer de l'autofinancement, mais les acteurs sont nombreux et le secteur concurrentiel. Le but de cette formation est de maîtriser le b.a.-ba de la commercialisation des privés et d'avoir le même discours qu'eux.
<b>Objectifs de la formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adopter le même jargon que mes pros (yield management...)</li> <li>▪ Décrypter des stratégies de vente et plateformes de vente en ligne</li> <li>▪ Renouveler sa stratégie auprès de ses partenaires commerciaux</li> </ul>
<b>Public concerné</b>	Candidat au Titre à finalité professionnelle Chargé de projet e-tourisme
<b>Prérequis</b>	Personne souhaitant acquérir un diplôme reconnu
<b>A l'issue de l'action, le participant sera</b>	En capacité de trouver sa place dans la mise en place d'un accompagnement des professionnels en collectif ou en individuel sur un tel sujet
<b>Durée de l'action</b>	3 jours
<b>Période privilégiée</b>	Année 2019
<b>Nombre par groupe</b>	Entre 8 et 16 participants
<b>Lieu(x)</b>	A définir en Nouvelle-Aquitaine
<b>Formation</b>	Intégrée avec le Titre CPeT