

Plan régional de formation 2014

DÉFI CULTUREL - DÉFI QUALITÉ & MISE EN RÉSEAU - DÉFI NUMÉRIQUE - DÉFI RESSOURCES INTERNES - SO MANAGEMENT



Édito

1 plan, 5 défis, 2 nouveautés

En 2014, nous réaffirmons les défis qui sont les nôtres à travers un nouveau plan modulaire. Plus lisible, il entend mettre en lumière les orientations prises par la Fédération Régionale en lien avec les relais territoriaux pour accompagner la formation continue des professionnels du tourisme en Midi-Pyrénées. Pour la seconde année consécutive, au travers de **41 nouveaux modules**, ce plan décline des thématiques fortes et porteuses d'avenir pour le tourisme régional : le **Défi qualité & mise en réseau**, le **Défi numérique**, le **Défi ressources internes** et une **nouveauté inter régionale "So Management"**. Cette année est également marquée par la création d'un dispositif inédit sous le **Défi culturel**, la **Valorisation de l'Accueil en Midi-Pyrénées (VAMP)** qui vise à accompagner les conseillers en séjour dans l'assimilation des diverses mutations ayant cours en Offices de Tourisme.

Vous l'aurez compris, ce plan se veut en mouvement, à l'image d'un parcours de formation ponctué par l'actualisation, le perfectionnement et l'acquisition de ses compétences, savoir-faire et savoir-être. Pour garantir la pérennité de notre action autant que la pertinence des orientations suivies, nous tenons à souligner l'implication de nos partenaires historiques, **AGEFOS PME** et le **CNFPT**, ainsi que le soutien de la **Région Midi-Pyrénées**.

Le Président de la Fédération Régionale,
Louis Escande

Une équipe à votre écoute

 **Pierre Verdier**
Directeur

 **Véronique Mercadier**
Chargée de Mission

 **Maryse Boy**
Chargée de Mission

 **Laurence Vires**
Assistante

Offices de Tourisme de France
Fédération Régionale de Midi-Pyrénées

15 rue Rivals - BP41417 - 31014 Toulouse - Cedex 6

Tél. : 05 61 13 55 77 - Fax : 05 61 13 55 09

E-mail : frotsi-midi-pyrenees@frotsi.com

Sommaire

Les nouveautés 2014	p.04-05
Conditions d'inscription	p.06-07
Calendrier des formations	p.09-11

Modules

Défi culturel	p.12-14
Défi qualité & mise en réseau	p.15-17
Défi numérique	p.18-22
Défi ressources internes	p.23-45
So management	p.46-48

OTF - Fédération Régionale Midi-Pyrénées est organisme de formation.

N° de déclaration d'activité : 73 31 05383 31 - N° SIRET : 32015342200037 - Code NAF : 719Z

Les prestataires du Plan Régional

AD Formation

annecaussanel@hotmail.fr

Adtap

stephane.meurisse@
ariegepyrenees.com

Artoris

v.gatier@artoris.com

CCI Aveyron

s.fabie@aveyron.cci.fr

CFR

cfr@rando-09-formation.fr

CNFPT

Corinne.fouche@cnfpt.fr

Comité Handisport

pascale.dossetto@laposte.net

CRP Consulting

e.chevalier@crpconsulting.net

ERF

e.rouzet@free.fr

Euroformation

stephanie.l@
euroformationsud.com

Gers Initiatives

christine.sans.pro@gmail.com

Imotep

felix@imotep.com

Les ateliers de la relation

sandrinescherrer@gmail.com

Lyncis Conseil

f.fernandez@lyncis-conseil.com

Me C. Gosseaume

gosseaume.avocat@gmail.com

Qualitaixpertise

qualitaixpertise@orange.fr

Touristic

pierre@touristic.fr

Les nouveautés 2014

2 nouveaux Défis voient le jour

La Valorisation de l'Accueil en Midi-Pyrénées (VAMP)

➤ Chiffres-clés (octobre 2013)

15,7 millions de touristes accueillis en Midi-Pyrénées ;
83,2 millions de nuitées - **5,3** nuits (durée moyenne des voyages des Français) ;
48€ dépense moyenne par nuit et par personne d'un touriste français en Midi-Pyrénées (49^e au niveau national) ;
4,5 milliards d'euros environ par an de consommation touristique ;
5 millions d'euros environ de taxe de séjour collectée ;
7% du PIB régional ;
44 000 emplois salariés touristiques (4,5% de l'emploi salarié régional) ;
85% de la clientèle totale est française 3^{ème} région touristique intérieure (hors littoral) sur le marché national (voyages personnels) ;
6^{ème} région française sur le marché international (4,3% de part de marché) ;
Près de **2,9 millions** d'habitants (+11% en 20 ans) soit 64 habitants /km² ;
8 départements, **3 020 communes** et près de **300 cantons**.

➤ Les conseillers en séjour de demain

A la notion traditionnelle d'accueil se substituent peu à peu celles d'accueil touristique, physique et numérique en Offices de Tourisme. C'est pour intégrer ces 3 dimensions et dessiner le profil du nouveau Conseiller en séjour, que le dispositif VAMP a été créé. L'enjeu : former des conseillers en séjour incarnant l'image du tourisme en Midi-Pyrénées, dotés de capacités d'adaptation nouvelles, à la fois observateurs et acteurs, rompus à tous les modes de découverte d'un territoire, prescripteurs de prestations et promoteurs de l'ensemble du tourisme régional.

➤ Le parcours en bref

Organisé autour de 5 modules, le parcours VAMP engage le stagiaire dans une période de formation de 10 jours alliant apports théoriques, interventions de professionnels et formation sur le terrain.

➤ Le parcours VAMP Excellence

Parcours complet composé, des 70h du module VAMP + 80h de formation en langue et 28h du module « Solutions touristiques », avec obtention d'un « Certificat de compétence » en cours de reconnaissance. (détail p.14)

Euroformation est le partenaire privilégié pour les formations en langues.

La formation s'effectue en FOAD (formation ouverte et à distance) et le parcours individuel est à définir en fonction des besoins, avec utilisation d'une plateforme pour les cours et exercices.

Anglais, Espagnol, Allemand, Néerlandais, Italien, Langue des Signes (LSF) sont proposées.

Contact : Stéphanie Lopez

06 01 14 69 08

05 61 49 14 99

stephanie.l@euroformationsud.com

www.euroformationsud.com

So Management

Le parcours innovant inter-régional «**So Management**» 2014 est le fruit d'un travail commun de quatre RT/relais territoriaux régionaux (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Limousin, Poitou-Charentes).

➤ Les axes principaux de ce parcours inter-régional sont les suivants :

Les 8 thèmes identifiés répondent aux besoins actuels des managers en Office de Tourisme (Ces modules de formation sont exclusivement réservés aux directeurs(trices) des OT des 4 régions) :

- **Management par la qualité** (2 jours/Toulouse)
- **Optimisation des ressources humaines** : mutualisation (groupement d'employeurs, partage de salariés), contrat de travail intermittent, loi sur la sécurisation de l'emploi (2 jours/Toulouse)
- **Optimiser la rentabilité de son espace d'accueil** : la boutique, l'affichage, la billetterie (2 jours/Bordeaux)
- **Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information SADI** (2 jours/Bordeaux)
- **Manager Numérique de Destination** (4 jours/Limoges)
- **Accompagner ses équipes vers le changement** (2 jours/Limoges)
- **Management par le projet** (2 jours/Poitiers)
- **Gestion d'un Office de Tourisme en EPIC** (2 jour/Poitiers)

➤ Les principes de la mutualisation du parcours inter-régional :

L'Office de Tourisme s'inscrit auprès de son RT, aux conditions de son RT.

Par groupe : 50 % des places sont réservées à la région organisatrice et l'autre moitié pour les trois autres régions (entre 12 & 18 participants max par formation).

Cette première expérimentation s'inscrit dans une dynamique interrégionale qui sera ajustée dans les années à venir en fonction des retours et résultats.

Conditions d'inscription

La qualité de la formation des professionnels en Midi-Pyrénées est un levier primordial du développement du tourisme régional. Entre l'identification des besoins, la sélection des modules et l'inscription, cette démarche demande à la fois réflexion et engagement.

Ci-après les modalités permettant de faciliter vos démarches et planifier votre programme de formation 2014.

La marche à suivre en 4 étapes

+ 1- Choisir ses modules de formation

Veillez à les inscrire sur votre agenda et au planning de l'OT

+ 2- S'inscrire à l'aide du bulletin d'inscription

Il vous suffit de remplir le bulletin par voie informatique et de l'adresser à la Fédération Régionale Midi-Pyrénées **après validation de votre hiérarchie** par email ou par fax.

+ 3- Vous recevez confirmation de votre parcours de formation

Mi-février, la Fédération Régionale vous adresse un email vous confirmant votre programme individuel de formation pour 2014.

+ 4- Vous recevez une convocation nominative

Dix jours avant chaque formation, une convocation nominative vous est envoyée par email (copie à la direction de l'Office de Tourisme et à l'union départementale) vous précisant le lieu et les horaires de la formation. Merci de vérifier l'adresse mail mentionnée sur le bulletin afin d'être sûr de recevoir les convocations.

Les lieux de formation indiqués sur les modules sont susceptibles de changer en fonction de l'origine géographique des inscrits.

L'ensemble du Plan de formation est-il accessible à tous les salariés ?

OUI. Quel que soit votre statut vous avez accès au plan de formation.

Puis-je opter pour une seule formation ?

OUI. Le plan est toujours accessible sans minimum d'heures requis. Nous vous invitons cependant à engager une réflexion globale sur vos besoins afin de construire le programme personnalisé le plus pertinent possible.

Les frais occasionnés par la formation (repas, hébergement...) restent-ils à ma charge ?

OUI. Les frais annexes de formation ne sont pas inclus dans le coût de la formation tel qu'indiqué ci-dessus, ils demeurent à la charge du stagiaire.

Combien ça coûte ?

100 €/participant que vous soyez salarié :

- * de la Fonction Publique Territoriale
- * d'une structure de moins de 10 salariés cotisant au collecteur Agefos-pme
- * d'une structure de plus de 10 salariés cotisant au collecteur Agefos-pme.

Les directeurs des structures de plus de 10 salariés devront se rapprocher de Pierre Verdier (p.verdier@frotsi.com), directeur de la Fédération Régionale Midi-Pyrénées, pour connaître les modalités pratiques de mise en oeuvre.

Concernant les formations en langue, celles-ci sont prises en charge exclusivement pour les salariés cotisant à Agefos-pme.

Puis-je annuler mon inscription à certains modules en cours d'année ?

NON. En dehors de cas de force majeure et pour des raisons évidentes d'organisation, chaque inscription prise en compte par la Fédération Régionale Midi-Pyrénées est considérée comme ferme et définitive. Aucun remboursement ne sera effectué en cas d'annulation et des pénalités pourront être appliquées. Nous attirons votre attention sur l'importance de votre engagement.



Pour contacter votre
AGEFOS PME régionale,
appelez le 05 62 26 83 26

Comment m'inscrire ?

C'est très simple, il vous suffit de remplir le bulletin qui accompagne le présent document, uniquement par voie informatique pour faciliter son traitement (voir bulletin pour plus de détails).

Veillez à bien remplir toutes les rubriques du bulletin.

Nous vous prions d'adresser ce bulletin par email ou par fax à la Fédération Régionale Midi-Pyrénées **avant le vendredi 31 janvier 2014.**

Le règlement

Il doit être effectué par **chèque** libellé et adressé à l'OTF - Fédération Régionale de Midi-Pyrénées.

Calendrier des formations

N° du module	Thème	Intervenant(s)	Lieu(x)	Durée	Date(s) 2014	Page
--------------	-------	----------------	---------	-------	--------------	------

DÉFI CULTUREL

01	VAMP Valorisation de l'Accueil en Midi-Pyrénées	voir détails page 12	dans chaque préfecture de Midi-Pyrénées	70h	voir détails page 13	12
02	VAMP Excellence	Euroformation	Toulouse (+ téléphone)	192h	formation ouverte à distance	14

DÉFI QUALITÉ & MISE EN RÉSEAU

03	Animer la démarche qualité	CCI Aveyron	Toulouse	14h	19 & 20 juin	15
04	L'OT s'engage dans la démarche qualité Module initiation	CCI Aveyron	Toulouse	14h	5 & 6 juin	16
05	Quels indicateurs pour la démarche qualité	Quali- taixpertise	Toulouse	21h	14-15-16 avril	17

DÉFI NUMÉRIQUE

06	Animer ses réseaux sociaux et sa e-réputation	Adtap	Foix	7h	29 septembre	16
07	Production de contenus multi-médias : photo, vidéo	Adtap	Toulouse	14h	7 & 8 octobre	19
08	Maîtriser le wifi dans son OT	Imotep	Toulouse	7h	17 juin	20
09	Animateur Numérique de Territoire	Touristic	Toulouse	70h	voir détails page 21	21
10	Suivi ANT	Touristic	Toulouse	14h	13 & 14 mai	22

Calendrier des formations

N° du module	Thème	Intervenant(s)	Lieu(x)	Durée	Date(s) 2014	Page
DÉFI RESSOURCES INTERNES						
11	Réussir et optimiser mon management	Artoris	Toulouse 20 ch. de la Cépière	14h	10 & 11 avril	23
12	Animer une réunion avec mes prestataires	AD Formation	Toulouse	7h	11 septembre	24
13	Metteur en scène : Sensibilisation des élus sur les actions de mon OT	Lyncis Conseil	Toulouse	14h	18 & 19 mars	25
14	Metteur en scène : Sensibilisation des prestataires de mon OT	Lyncis Conseil	Toulouse	14h	22 & 23 mai	26
15	Commercialisation, montage de produits : Le cadre légal	Me C. Gosseume	Toulouse	7h	20 mai	27
16	Accompagner et réussir un accueil presse	Artoris	Toulouse 20 ch. de la Cépière	7h	17 avril	28
17	Langues des signes - Initiation	Comité Handisport	Tarbes	30h	08 & 09 + 15 & 16 + 22 & 23 sept.	29
18	Langues des signes - Perfectionnement	Comité Handisport	Tarbes	30h	06 & 07 + 13 & 14 + 20 & 21 avril	30
19	Langues des signes - Maintien	Comité Handisport	Tarbes	20h	03 & 04 avril + 06 & 07 octobre	31
20	Créer et gérer une boutique : "autre mission" de l'OT	Gérard Seguin	Toulouse	14h	3 & 12 juin	32
21	La randonnée pédestre : Maîtriser les outils pour bien prescrire	CRF	Toulouse	7h	8 avril	33

Calendrier des formations

N° du module	Thème	Intervenant(s)	Lieu(x)	Durée	Date(s) 2014	Page
DÉFI RESSOURCES INTERNES (Formations dispensées par le CNFPT)						
22	Excel perfectionnement	CNFPT	Tarbes Cahors	14h	20 & 27 mars	34
23	Les Echos Gestes en OT	Sabine Coma	Toulouse	7h	6 novembre	35
24	Repositionner la stratégie commerciale de mon OT	Karine Estaun	Toulouse	14h	27 & 28 novembre	36
25	Intéresser son auditoire : Animer une visite	Cécile Naud	Toulouse	14h	27 & 28 février	37
26	Réussir sa communication	Karine Estaun	Toulouse	14h	17 & 18 avril	38
27	Tourisme & Handicap	Karine Estaun	Toulouse	14h	3 & 14 février	39
28	Le classement des OT	Sabine Coma	Toulouse	7h	10 octobre	40
29	Aménagement, décoration et mise en valeur d'un site touristique ou d'un OT	Sabine Coma	Toulouse	14h	11 & 12 décembre	41
30	La taxe de séjour	Sabine Coma	Toulouse	7h	1 ^{er} avril	42
31	Le publipostage	CNFPT	Tarbes Cahors	7h	9 octobre	43
32	Gestes et postures au travail	CNFPT	Albi	12h	12 & 13 mai	44
33	Management et gestion des conflits en OT	Sabine Coma	Toulouse	14h	18 & 19 septembre	45

Calendrier des formations

N° du module	Thème	Intervenant(s)	Lieu(x)	Durée	Date(s) 2014	Page
--------------	-------	----------------	---------	-------	--------------	------

SO MANAGEMENT

So.34	Management par la Qualité	Sabine Coma	Toulouse	14h	27 & 28 mars	46
So.35	Optimisation des ressources humaines	ADT Ariège Pyrénées	Toulouse	14h	17 & 18 mars	47
So.36	Optimiser la rentabilité de son espace d'accueil	MOPA	Bordeaux	14h	11 & 13 septembre	48
So.37	Mettre en place un SADI	MOPA	Bordeaux	14h	13 & 14 février	48
So.38	Manager Numérique de Destination	en cours	Limoges	14h	dates en cours	48
So.39	Accompagner ses équipes vers le changement	en cours	Limoges	14h	dates en cours	48
So.40	Management par le projet	en cours	Poitiers	14h	dates en cours	48
So.41	Gestion des OT en EPIC	en cours	Poitiers	14h	dates en cours	48

Durée 70 heures

Public visé

Conseillers en séjour en poste
en Midi-Pyrénées

Intervenants

Émilie Chevalier - **CRP Consulting**
Christine Sans - **Gers Initiatives**
Sandrine Scherrer - **Les ateliers de la relation**
Frédéric Fernandez - **Lyncis Conseil**
Karine Estaun - **Tourism'Development**

Objectifs

Ce nouveau programme de formation de 10 jours s'adresse aux conseillers en séjour en poste, et a plusieurs objectifs :

- Accompagner le groupe dans la **construction collective d'une définition de la posture d'accueil** et valoriser les acquis professionnels ;
- **Favoriser l'émergence d'un "réseau"** apprenant à remettre l'accueil au centre du dispositif de l'office de tourisme, que ce soit l'accueil au comptoir, l'accueil à distance, ou l'accueil déporté sur le territoire ;
- **Redonner un sens à ce métier**, valoriser les conseillers en séjour, leur apporter une nouvelle énergie ;
- Accompagner ces personnels dans la **maîtrise des outils numériques** et dans l'observation/évaluation des clientèles ;
- Accompagner le **groupe dans le bouclage du cycle**.

Donner une nouvelle dimension à l'accueil touristique, physique et numérique dans les Offices de Tourisme de Midi-Pyrénées

Méthodologie /moyens pédagogiques

Formation-Action

(présentations et mise en place d'outils),

Alternance **apports théoriques** fondamentaux et **exercices pratiques**,

Mises en situation collectives et travail collaboratif en **face à face**,

Séances de simulation

(jeux de rôles, études de cas pratiques),

Mise en situation pour analyse des acquis et des pratiques individuelles,

Recueil et échanges de pratiques, partage d'expériences,

Apports techniques,

Benchmarking,

Réflexion commentée,

Débats,

Présentation power point,

Support pédagogique,

Techniques d'accompagnement

adaptées à la finalité de chaque séance,

Bilan de formation.

VAMP : Valorisation de l'Accueil en Midi-Pyrénées

	Date(s)	Programme
Auch (32) I-Front Office II-Back Office	du 27 au 31 janvier du 22 au 26 septembre	<p>I-FRONT OFFICE</p> <p>Partie 1 (1 jour)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le parcours VAMP Présentation du cursus, des objectifs et des engagements en présence du relais territorial régional, des stagiaires et leurs responsables OT <p>Partie 2 (2 jours)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les techniques de communication relationnelle : <ul style="list-style-type: none"> - création d'une relation de confiance avec le visiteur ; - développer des capacités relationnelles avec les clients en OT : Mises en situation. <p>Partie 3 (2 jours)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le métier de conseiller en séjour <ul style="list-style-type: none"> - processus d'accueil standardisé et mission d'accueil personnalisé ; - spécificités du conseil engagé et de la prescription. - l'accueil hors les murs <p>II-BACK OFFICE</p> <p>Partie 4 (2 jours)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication et Marketing <ul style="list-style-type: none"> - prendre conscience de l'image véhiculée par votre OT. Etre capable de répertorier la gamme de produits proposée aux visiteurs ; - quels seraient les produits à mettre en place afin de conquérir de nouveaux clients ? Fidéliser ses visiteurs et impliquer les socio-professionnels de son territoire. <p>Partie 5 (2 jours)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Médiation Numérique <ul style="list-style-type: none"> - le virage numérique pour les conseillers séjours ; - les outils au service de l'accueil, les outils d'observation et de veille... <p>Partie 6 (1 jour)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bouclage du parcours VAMP Les acquis de la formation, points clés et plan d'actions à venir.
Albi (81) I-Front Office II-Back Office	du 3 au 7 février du 29 septembre au 3 octobre	
Cahors (46) I-Front Office II-Back Office	du 10 au 14 février du 3 au 7 novembre	
Rodez (12) I-Front Office II-Back Office	du 17 au 21 février du 13 au 17 octobre	
Montauban (82) I-Front Office II-Back Office	du 24 au 28 février du 6 au 10 octobre	
Toulouse (31) I-Front Office II-Back Office	du 31 mars au 4 avril du 1^{er} au 5 décembre	
Tarbes (65) I-Front Office II-Back Office	du 7 au 11 avril du 17 au 21 novembre	
Foix (09) I-Front Office II-Back Office	du 24 au 28 mars du 24 au 28 novembre	

VALORISER SON TERRITOIRE PAR LA CONSTRUCTION
DE NOUVELLES SOLUTIONS SÉJOURS MULTI-PARAMÈTRES

VAMP Excellence

Durée 192 heures Intervenant(s) Euroformation

Lieu Toulouse + téléphone

Date(s) A venir
Nous contacter

Public visé

Tout public

Objectifs

Bien plus que proposer une documentation touristique, le conseiller en séjour doit aujourd'hui proposer au visiteur des solutions, des idées de visites, de prestations, de séjours et construire avec lui la solution qui lui conviendra le mieux.

Pour toujours mieux accueillir et conseiller le visiteur, la formation linguistique vous permettra de parfaire vos compétences en langues et ainsi être toujours plus efficace dans l'accueil des publics en OT.

Programme

Le Parcours VAMP Excellence se constitue de 192 heures de formation réparties comme suit :

Partie 1 : (70 heures)

Module VAMP (voir contenu page précédente)

Partie 2 : (80 heures)

Formation Linguistique en formation à distance

Partie 3 : (4 heures)

Prise en main des outils de formation

Partie 4 : (28 heures - à distance)

Module Solutions touristiques :

- Faire un **état des lieux des prestations** à vendre dans son Office de Tourisme ;
- Savoir **proposer des prestations complémentaires** et les composer entre elles ;
- **Concevoir un argumentaire de vente** pour les différentes prestations proposées ;
- **Maîtriser ses prestations touristiques et créer des prestations nouvelles :**
Nouveaux concepts de visites : visites générales, visites à thèmes, balades nocturnes, des visites adaptées aux différents types de visiteurs ;
- **S'adapter à la demande qui évolue ;**
- S'approprier les documents de l'office de tourisme et savoir les utiliser comme "**outils d'aide à la vente**".

Partie 5 : (4 heures - à distance)

Préparation à l'examen

Partie 6 : (8 heures)

Examen

Animer la Démarche Qualité

Durée 14 heures **Intervenant(s)** CCI Aveyron

Lieu Toulouse

Date(s) 5 & 6 juin 2014

Public visé

Relais Territoriaux
Départementaux et Régional

Objectifs

Appréhender les différentes étapes et les différents outils pour animer et piloter un dispositif qualité collectif auprès de vos offices de tourisme.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Echange et tour de table sur les étapes et les approches concrètes à mettre en œuvre.

Apports théoriques et pratiques.

Pédagogie fortement active et participative.

Programme

- **Définir la Qualité**
- **Enjeux d'une démarche qualité**
- **Orientation client**
- **Outil de reconnaissance**
 - vis à vis des partenaires et des clients ;
 - implication de la direction.
- **Définir la Politique Qualité**
 - rationaliser le fonctionnement d'une entreprise ;
 - faire un état des lieux par rapport au référentiel.
- **Définir un plan d'action de mise à niveau**
 - sensibiliser le personnel ;
 - définir les rôles et missions de chacun.
- **Mettre en en place des outils de communication interne**
 - auditer les pratiques définies.
- **Mesurer les progrès de votre démarche qualité**
- **Mettre en place un système de suivi pour pérenniser la démarche**
- **Audit externe**

Démarche Qualité et organisation - Module initiation

Durée 21 heures **Intervenant(s)** Qualitaixpertise

Lieu Toulouse

Date(s) 14-15-16 avril 2014

Public visé

Directeurs et référents qualité des OT

Objectifs

Développer la connaissance des salariés à la démarche qualité des OT-SI et au management par la qualité

Former au référentiel spécifique 2012

Mettre en place sa structure documentaire

Méthodologie / moyens pédagogiques

Présentation théorique

Étude de cas

Mise en situation

Remise de supports informatique type "boîte à outils"

Programme

Jour 1

Enjeux d'une démarche qualité et principes de base :

- qualité attendue et qualité perçue ;
- présentation des principes de management par la qualité.

Présentation de la notion de client au cœur du système qualité :

- satisfaction des attentes des clients ;
- connaître les attentes clientèles, les analyser, les sélectionner, les formaliser.

Mesurer la satisfaction des clients

L'implication de la hiérarchie

Rôle et missions du référent qualité

Jours 2 et 3

Présentation du référentiel national des OT-SI

(historique, structuration, points forts et points faibles)

Présentation des 9 types d'engagements

Illustration des demandes de mise en conformité (ex. concrets de réalisation pour chaque type d'engagement)

La documentation Qualité

- le Manuel Qualité : sommaire et fondamentaux ;
- élaborer des fiches d'instruction, les procédures.

Mettre en place des indicateurs exigés par la démarche (enquêtes de satisfaction client, indicateurs)

La Démarche Qualité : Quels indicateurs ?

Durée 14 heures **Intervenant(s)** CCI Aveyron

Lieu Toulouse

Date(s) 19 & 20 juin 2014

Public visé

Responsable et Animateur Qualité

Objectifs

Intégrer les principes de sensibilisation à l'utilisation de questionnaire

Optimiser l'utilisation de tableaux dynamiques

Comment utiliser les résultats des questionnaires avec quels objectifs et suivi du plan d'actions

Méthodologie / moyens pédagogiques

Etude de cas :

Evaluer un questionnaire

Définir un outil de communication interne

Interpréter les résultats et définir les axes d'amélioration.

Présenter des outils simples comme Excel et élaborés comme Sphinx

Programme

- **Définir les objectifs des enquêtes suivant la typologie clients et les attentes de l'OT**
- **Définir le questionnaire** (questions ouvertes/ fermées)
 - rédiger le questionnaire ;
 - tester le questionnaire (rapide - facile à renseigner - critère objectif) ;
 - administrer le questionnaire (technique et échantillonnage).
- **Saisir les résultats**
- **Traiter les réponses et analyses** statistiques (tri à plat et tri croisé)
- **Croiser plusieurs variables** (AFC)
- **Analyse verbatim**
- **Présenter les résultats** (synthèse et graphique)
- **Comparer ces résultats** avec des indicateurs (suivi des réclamations - suggestions...)
- **Communiquer les résultats** aux personnes concernées
- **Définir des axes d'améliorations** en fonction des résultats (Objectifs - Cibles et délai)
- **Fixer des indicateurs** associés
- **Mettre en place un plan d'action** (date et responsables)
- **Mesurer l'efficacité de l'action**

Animer ses réseaux sociaux et sa e-réputation

Durée 7 heures **Intervenant(s)** ADT Ariège Pyrénées

Lieu Foix

Date(s) 29 septembre 2014

Public visé

Professionnels des OT :
Chargés des Nouvelles Technologies
et de l'Information

Objectifs

Comprendre la visibilité 2.0 en général, les enjeux liés aux réseaux sociaux et leurs impacts sur l'entreprise
Faire de la démarche et de sa présence sur les réseaux sociaux un véritable outil de marketing
Comprendre et maîtriser les mécanismes du marketing d'influence
Générer du bouche-à-oreille et infiltrer les communautés virtuelles
Optimiser vos actions de promotion et de visibilité en utilisant une méthodologie adaptée

Méthodologie / moyens pédagogiques

Salle de cours avec connexion internet et un ordinateur par personne
Exposés théoriques et exercices pratiques
Travail sur des situations concrètes
Diffusion d'outils et de documents au format numérique

Programme

Quelle différence entre média et réseau social ?

- historique et état des lieux ;
- panorama des outils du «Social Virtual Tourisme».

Choisir efficacement les réseaux sociaux adaptés à vos cibles

- rédiger des contenus appropriés ;
- recruter des fans, des followers... pour intégrer cet univers et rejoindre le consommateur.

Le buzz et le marketing viral (principes, acteurs et conditions du succès, études de cas, exemples marquants)

De la génération X aux Digital Natives :

- adapter son discours aux divergences générationnelles ;
- enjeux de la réputation et de la veille on-line : une e-réputation, ça se gère !

Identifier vos espaces de communication

Veille efficace : revue des meilleurs outils et méthodes

Agir et réagir : Que faut-il faire en cas de crise ?

Comment répondre à un internaute

- dans un forum ;
- sur les réseaux sociaux Community management.

Quelles règles à adopter ?

Les bonnes pratiques pour créer de l'engagement

Production de contenus multimédias : photos et vidéos

Durée 14 heures **Intervenant(s)** ADT Ariège Pyrénées

Lieu Toulouse

Date(s) 7 & 8 octobre 2014

Public visé

Professionnels des OT :
Chargés des Nouvelles Technologies
et de l'Information

Objectifs

Acquérir les connaissances nécessaires à la réalisation de photographies et de films promotionnels du territoire, des prestataires... pour dynamiser sa communication et valoriser son territoire.

De l'image "produit" vers l'image "destination":
Autoproduire ses photos/vidéos avec les moyens interne pour sa promotion (brochures, réseaux sociaux...).

Méthodologie / moyens pédagogiques

Chaque stagiaire apportera
un ordinateur portable

Matériel de prise de vue

Apports théoriques et situation
concrète sur le terrain : "in situ"

Programme

LA PHOTOGRAPHIE

Notions de base de droits à l'image,
droits d'auteur (valable pour photo et vidéo)

Les différents courants de la photographie
(du paysage aux techniques strobistes) :
le domaine du possible.

Appréhender le vocabulaire autour de l'image,
a photographie.

Créer de façon autonome des contenus
(cas pratique)

- se familiariser et utiliser les variables de base ;
- tests des paramètres de la prise de vue ;
- résolution (format des fichiers, résolutions, poids) ;
- procédure d'amélioration de la qualité.

Réflexion sur le tri et le stockage des fichiers

LA VIDÉO

Du smartphone au reflex :

- exposé sur le matériel ;
- les différents formats de prises de vue et formats d'encodage.

Rédaction d'un synopsis ou d'un scénario

- préparation à la prise de vue, cadrage, choix des plans...

Les mouvements de base en vidéo

- prise en main et exercices ;
- trier et sélectionner les rushs ;
- choix de la musique et des logiciels.

Réflexion sur le tri et stockage

Les plateformes vidéo sur le net

Maîtriser le Wi-Fi dans un Office de Tourisme

Durée

7 heures

Intervenant(s)

Imotep

Lieu Toulouse

Date(s) 17 juin 2014

Public visé

Responsable technique

Objectifs

Connaître la législation

Comprendre les aspects techniques d'une connexion Wi-Fi dans l'OT

Développer un argumentaire autour de l'internet de séjour

Méthodologie / moyens pédagogiques

Ordinateur, iPad, iPhone,
vidéo-projecteur,
Présentation PowerPoint.

Programme

- **La réglementation**

- obligations liées à la fourniture d'un accès Wi-Fi gratuit ;
- collecte et stockage des données ;
- normes techniques d'émission d'ondes ;
- libertés individuelles des utilisateurs ;
- règles de concurrences.

- **Quelles solutions techniques :**

- Wi-Fi, bande passante et portée du signal ;
- monter son réseau ;
- passer par un opérateur ;
- le Wi-Fi à l'extérieur immédiat de l'OT ;
- le Wi-Fi sur ma zone ;
- connexion data Edge ou 3 et 4G ;
- connexion Wi-Fi.

- **Internet de séjour, comment répondre à la demande des "wifinautes" ?**

- technologie et outils numériques ;
- stratégie d'accueil ;
- mettre en œuvre sa stratégie ;
- incidence budgétaire.

Animateur Numérique de Territoire - "ANT"

Durée 70 heures **Intervenant(s)** Touristic

Lieu Toulouse

Date(s) 29 & 30 janvier 2014
13 & 14 février 2014
24 & 25 février 2014
24 & 25 mars 2014
10 & 11 avril 2014

Public visé

Sera soumis à évaluation

Objectifs

Connaître le jargon e-tourisme
Conduire un état des lieux numérique de l'offre touristique de son territoire ou de sa filière
Définir un plan d'actions numérique à destination de ses partenaires privés ou institutionnels
Animer un réseau en accompagnant ces partenaires de façon collective (ateliers, réunions de sensibilisation, animation de blogs...) ou individuelle
Evaluer son action d'animation
Assurer une veille qualifiée sur le e-tourisme

Méthodologie /moyens pédagogiques

Travail en situation réelle, les participants doivent venir avec leur propre ordinateur
Apports d'exemples de sites Web touristique et support visuel permettant d'animer la journée
Post mission :
réalisation d'une note de synthèse

Programme

- **Découverte des bulles numériques** et du jargon e-tourisme
- **Découverte du touristonaute**, avant mise en pratique Google+ Local et Yelp
- **Valorisation de la destination touristique** par la photo et la vidéo, la cartographie touristique
- **Les réseaux sociaux**, fantasme ou réelle opportunité ?
- **La Relation Client par le numérique** Et sur un smartphone ou une tablette ?
- **Comment transférer ses compétences** à son équipe ?
- **Recentrer sa structure** au cœur de l'accompagnement des prestataires touristiques de mon territoire
- Développer et mettre en application **les notions de marketing des services** sur mon territoire

Suivi animateur Numérique de Territoire - "ANT"

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Touristic

Lieu Toulouse

Date(s) 13 & 14 mai 2014

Public visé

Public ayant déjà suivi la formation "ANT"

Objectifs

Ces éléments ne constituent pas un programme figé

Acquérir les bases et connaître les étapes d'une campagne E-Marketing réussie

Analyser et évaluer sa campagne de social média

Connaître le contexte de la commercialisation en ligne

Etre en mesure de préparer des accompagnements pertinents pour ma cible hébergeurs

Méthodologie / moyens pédagogiques

Post mission, **réalisation d'une note de synthèse** (le Vade-Mecum éditorial) rappelant les points clefs de la formation

Nécessité de pouvoir travailler en situation réelle : nous recommandons aux participants de **venir avec leur propre ordinateur** pour une mise en pratique optimale.

Programme

- **La campagne social média**
 - les étapes d'une campagne e-marketing ;
 - quels outils/canaux pour ma cible ?
- **Le message**
 - infographies, photos, vidéos, affiches...
- **De la théorie à la pratique :**
 - rédigier pour les différents canaux.
- **Comment évaluer ma campagne**
 - et la faire évoluer dans le temps ?
- **La commercialisation en ligne**
 - un enjeu majeur !
 - quelles solutions pour mes prestataires ;
 - tour d'horizon des solutions existantes sur le marché ;
 - pour mes prestataires hébergeurs ;
 - quels conseils, quelles solutions ?
- **Le suivi des actions ANT**
 - créer un tableau de bord Évaluer et mesurer mes résultats ;
 - adapter mes actions, mon plan d'action pour l'année suivante.
- **Le faire savoir... une clé pour la réussite ANT 1 jour, ANT toujours !**
 - comment conserver la motivation et l'implication de mes prestataires.
- **Une des clés de la réussite :** être pro dans le suivi de mes missions et de la concrétisation de mes actions.

Réussir et optimiser mon management

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Artoris

Lieu 20 ch. de la cépière - Toulouse

Date(s) 10 & 11 avril 2014

Public visé

Manager d'encadrement,
responsable d'unité, encadrant,
chef de projet

Objectifs

Être ou devenir un manager performant
Donner le goût du challenge à ses équipes.
Manager et coacher : les mots pour le dire

Méthodologie / moyens pédagogiques

Apports théoriques, règles
Ateliers
Mises en situation

Programme

- **Manager, oui, mais comment ?**
 - quel type de management pour quel manager ?
 - développer son leadership.
- **Le manager communicant :**
 - développer une communication efficace.
L'écoute active pour mieux connaître ses collaborateurs ;
 - questionnement : comment faire ?
 - son attitude face au groupe, face à l'individu ;
 - faire passer un message, énoncer clairement ;
 - susciter l'adhésion ;
 - vérifier la transmission, travailler sur la reformulation.
- **Le manager coach :**
 - accompagner, conduire vers le changement ;
 - le manager positif ;
 - aider ses collaborateurs à exprimer leur potentiel ;
 - travailler avec des personnalités "difficiles".
- **Le travail d'équipe :**
 - déléguer sans "tout donner" ;
 - cohérence et adéquation entre objectifs et moyens ;
 - écouter, expliquer, impliquer ;
 - donner des objectifs ;
 - motiver.
- **Évaluer**
 - aider ses collaborateurs à évoluer ;
 - mise en valeur des compétences des collaborateurs ;
 - transmettre, former de nouvelles équipes ;
 - entretiens individuels.

Animer une réunion avec mes prestataires

Durée 7 heures **Intervenant(s)** AD Formation

Lieu Toulouse

Date(s) 11 septembre 2014

Public visé

Directeurs et responsables d'OTSI

Objectifs

- Maîtriser les "fondamentaux" de la préparation d'une réunion
- Acquérir les techniques de communication et d'animation d'un groupe
- Renforcer son impact en gagnant en assurance et aisance

Méthodologie / moyens pédagogiques

- Alternance entre apports théoriques et pratiques
- Mises en situation d'animation de réunion avec analyse et conseils personnalisés
- Remise d'un support pédagogique

Programme

Accueil (30min)

Présentation de l'intervenante et tour de table
Présentation des objectifs, des méthodes de travail et des "règles de fonctionnement"
Recueil des attentes

Partie 1: Préparer une réunion (1h)

Le TOP de la réunion : thème, objectifs, plan
 Etablir le fil rouge de son intervention
 Choisir la méthode d'animation selon le type de réunion informative ou participative

Partie 2: Valoriser son image de communicant (2h)

identifier son style d'orateur
 Utiliser efficacement voix, gestuelle, regard
 Mobiliser son énergie
 Etre clair et synthétique
 Faire vivre son discours

Partie 3: Lancer la réunion (30 min)

Capter l'attention de son auditoire
 Réussir la prise de contact
 Présenter le déroulement de la réunion

Partie 4: Animer avec aisance (2h30)

Lancer la discussion
 Faire progresser, recentrer
 Donner du rythme
 Synthétiser, valoriser
 Faire face aux situations déstabilisantes

Conclusion (30 min)

Tour de table de fin de journée,
 évaluations orale et écrite

Metteur en scène : Sensibilisation des élus sur les actions de mon OT

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Lyncis Conseil - F. Fernandez

Lieu Toulouse

Date(s) 20 & 21 Mars

Public visé

Directeurs des OT et SI

Programme

Rappel du cadre juridique et local de la compétence tourisme et développement économique.

- **Rôle et attente des élus :**
 - élus "généraliste" ;
 - élus "spécialistes" (délégués au Tourisme, finances, sports, culture).
- **Identifier leur vision du tourisme, leurs valeurs.**
- **Identifier les opposants** au développement touristique et/ou à l'office de tourisme et analyser leur logique, leurs motivations exprimées et sous-jacentes.
- **Repérer les élus "points d'appuis"** pour en faire de véritables ambassadeurs.
- **Élaboration d'une cartographie par OT**, type Mindmap, synthétisant les rôles, les influences, les pouvoirs des acteurs autour de l'office de tourisme.
- **Déterminer les indicateurs** lisibles et compréhensibles de **performance et économiques.**
- **Identifier les messages** pour les cibles d'élus prioritaires.
- **Définition des objectifs de communication**,
 - mise en place d'un plan d'action "segmenté",
 - choix des outils et des canaux.
- **Identifier les rôles internes vecteurs de communication** : salariés, directeur, administrateurs.

Objectifs

- Comment **gagner l'écoute** des élus ?
- Qui sont les **opposants** et qui sont les **ambassadeurs** de l'Office du Tourisme ?
- Doit-on considérer les **élus** comme une **cible de communication** ?

Vous permettre d'analyser les attentes de vos élus, de clarifier vos actions pour mieux vous faire comprendre, de mettre en place un plan d'action pour convaincre.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Mise en situation d'agir, de s'entraîner pour mémoriser, comprendre et s'appropriier la méthodologie.

Apport didactique et mise en situation à l'aide de situations pédagogiques variées : outils de créativité, jeux de rôles, utilisation logiciel de Mind mapping...

Projection PowerPoint & support imprimé
Moyen matériel : Ordinateur, vidéo projecteur, tableau papier

Metteur en scène : Sensibilisation des prestataires de mon OT

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Lyncis Conseil - F. Fernandez

Lieu Toulouse

Date(s) 22 & 23 mai 2014

Public visé

Directeur/responsable accueil
ou animateur de réseau de
prestataires

Objectifs

- **Gagner l'écoute des prestataires** en "segmentant" les acteurs et en identifiant les attentes, en passant d'une logique de consommation à une logique de partenariat.
- **Valoriser le rôle de l'OT** à travers une communication adaptée et en utilisant les différentes occasions de communications : CA de l'OT, AG... Mieux choisir ses indicateurs pour mieux communiquer.
- **Clarifier son organisation** pour mieux se faire connaître et comprendre.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Mettre le participant en situation d'agir, de s'entraîner pour mémoriser, comprendre et s'approprier la méthodologie.

Alternance d'apports didactiques et mise en situation (outils de créativité, jeux de rôles, utilisation logiciel de Mind mapping...).

Projection PowerPoint et support imprimé fourni, moyen matériel : Ordinateur, vidéo projecteur, tableau papier.

Programme

Alternance d'apports didactiques et d'ateliers en groupe

APPORTS DIDACTIQUES

- adhérents versus partenaires ;
- méthodologie d'une cartographie des prestataires ;
- la segmentation ;
- les outils ;
- méthodologie d'un plan d'action ;
- panorama des outils de communications utilisables ;
- méthodes dynamiques et créatives d'animation avec les prestataires ;
- manager son organisation.

TRAVAUX EN ATELIER

Les séances de travail en groupe utiliseront les techniques d'animations et de créativité vu en apport didactique

- Quelle offre de service ?
- Quelles sont les attentes de mes prestataires de services traditionnels des services nouveaux ?
- Segmentation et cartographie ;
- Travail commun sur comment présenter son équipe et son organisation.

Commercialisation, montage de produits : Le cadre légal

Durée 7 heures **Intervenant(s)** M^e C. Gosseume

Lieu Toulouse

Date(s) 20 mai 2014

Public visé

Dirigeants et responsables OT & SI, CRT & ADT, responsables commerciaux, administratifs et financiers.

Objectifs

S'approprier le régime légal, réglementaire et fiscal des opérateurs de voyages.

Former le personnel concerné et sensibiliser les partenaires pour l'organisation et la gestion des produits.

Comprendre et maîtriser les différentes étapes du montage de produits touristiques : la méthodologie.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Sur une base de méthode magistrale permettant de rappeler, de mettre à niveau ou de permettre l'acquisition de connaissances, mixée avec une méthode active et participative.

Illustration à l'aide d'exemples concrets adaptés aux activités des participants.

PowerPoint remis à chaque participant le jour de la formation et un document pédagogique à l'issue.

Programme

Partie 1

Les obligations légales, réglementaires et fiscales des opérateurs de voyages

• l'immatriculation

- les limites (la concurrence, la ZGI...), la responsabilité, les garanties, les obligations à l'égard du client...
- les différents types de produits : la "boutique", le produits sec, le forfait, le package, la formule...
- le e-commerce : les règles spécifiques, la fiscalité applicable.

Partie 2

• L'étude de marché

- le potentiel et les moyens ;
- connaître les marchés de son secteur d'activité à susciter... ;
- connaître le fonctionnement des partenaires prestataires potentiels ;
- former le personnel concerné.

Partie 3

• Les étapes de la conception des produits

- définir les produits (support papier, web, contenu, nom, caractéristiques, thématiques...);
- le prix et la rentabilité des produits ;
- les techniques et outils de promotion ;
- développement et adaptation des produits aux marchés.

Accompagner et réussir un accueil presse

Durée 7 heures **Intervenant(s)** Artoris

Lieu 20 ch. de la Cépière - Toulouse

Date(s) 17 avril 2014

Public visé

Tout public en relation avec la presse écrite et audiovisuelle, responsable de communication, responsable relation presse, chargé de communication, responsable RH, cadre dirigeant.

Objectifs

Optimiser les relations avec les journalistes.

Du communiqué de presse à l'organisation d'un événement presse.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Apports théoriques,

Ateliers

Mises en situation, exemples

Programme

- **Le fichier journaliste**
 - comment le constituer, qui contacter ?
 - chercher le support, le contact.
- **Le contact avec les journalistes**
 - identifier les acteurs concernés.
- **Délivrer l'information aux journalistes**
 - forme et astuces ;
 - communiqué et dossier de presse.
- **Les relations avec les journalistes**
 - que dire ?
 - comment faire passer les messages ?
 - les journalistes sont des gens occupés, comment en tenir compte ?
 - éviter les pièges des journalistes.
- **Organiser un événement presse**
 - quel type d'événement pour quel produit ?
 - Idées et exemples.
- **L'accueil sur place, la conférence de presse**
 - gérer les demandes particulières des journalistes : prise de son, interviews, images, photos...
 - prévoir communiqués, infos à diffuser, matériel...
- **D'autres types d'événement**
 - le voyage de presse, le déjeuner...
- **Assurer ses arrières... les retombées presse.**
 - checker sans "fliquer" ;
 - présenter un press-book à son client.

Langues des signes - Initiation

Durée 30 heures **Intervenant(s)** Comité Handisport

Lieu Tarbes

Date(s) 08 & 09 + 15 & 16 +
22 & 23 Septembre 2014

Public visé

Conseillers en séjour

Programme

- **Découverte du monde des Sourds**, de sa culture et de l'historique de la Langue des Signes.
- **Acquisition de l'alphabet**, des chiffres et des couleurs.
- **Apprentissage du vocabulaire de base** en rapport avec les expressions courantes, le thème de la famille, les notions de temps, la grammaire LSF.
- **Travail de traduction de phrases** et de mises en situations professionnelles.
- **Mise en situations professionnelles** filmées.
- **Réponses aux questions** des stagiaires.

Objectifs

Sensibilisation au handicap auditif.
Acquisition du vocabulaire de base.
Acquisition de la syntaxe typée.
Travail de traduction de phrases et de mises en situation.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Par une découverte progressive de cette langue, les stagiaires sont amenés à communiquer de plus en plus par signes.
Des documents écrits sont mis à disposition ainsi que des vidéos.

Langues des signes - Perfectionnement

Durée 30 heures **Intervenant(s)** Comité Handisport

Lieu Tarbes

Date(s) 06 & 07 + 13 & 14 +
20 & 21 novembre 2014

Public visé

Conseillers en séjour
ayant déjà suivi une initiation
à la langue des signes

Objectifs

Etre capable de converser par signes
avec des déficients auditifs.

Acquérir de manière parfaite l'alphabet,
les chiffres, les couleurs et le vocabulaire
de l'initiation.

Acquérir du nouveau vocabulaire.

Travailler la syntaxe typée.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Par l'acquisition des signes spécifiques
au tourisme, les stagiaires sont amenés
à développer des mises en situations
professionnelles en Langue des Signes.

Des documents écrits sont mis à
disposition ainsi que des vidéos.

Programme

- **Révision des connaissances** acquises lors de l'initiation.
- **Acquisition de nouveau vocabulaire** en lien avec le tourisme, l'accueil.
- **Travail de traduction de phrases et mises en situations** professionnelles pour mieux comprendre la syntaxe spécifique de cette langue.

Langues des signes - Maintien

Durée 20 heures **Intervenant(s)** Comité Handisport

Lieu Tarbes

Date(s) 03 & 04 avril +
06 & 07 octobre 2014

Public visé

Conseillers en séjour ayant déjà suivi une Initiation et un "Perfectionnement" à la langue des signes

Objectifs

Etre capable de converser par signes avec des déficients auditifs.

Approfondir les connaissances des stagiaires sur le handicap auditif et pratiquer la langue des signes.

Méthodologie /moyens pédagogiques

Durant ces quatre journées, les stagiaires doivent s'exprimer, exclusivement, en Langue des Signes.

Des documents écrits sont mis à disposition ainsi que des vidéos.

Programme

- **Révision des connaissances** acquises lors de l'initiation et du perfectionnement.
- **Acquisition de nouveau vocabulaire** en fonction des besoins des stagiaires.
- **Approfondissement de la syntaxe typée** par un travail de traduction de phrases et de **mises en situation** professionnelles filmées.
- **Réponses aux questions** des stagiaires.

Créer et gérer une boutique : "autre mission" de l'OT

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Gérard Seguin

Lieu Toulouse

Date(s) 3 & 12 juin 2014

Public visé

Responsable "boutique" et
Agent d'accueil en OT

Objectifs

Permettre aux participants d'acquérir le savoir-faire nécessaire à la mise en place d'une démarche commerciale dynamique.

Organiser l'activité du point de vente dans l'office (aménagement, ergonomie, gestion des équipes...).

Utiliser les techniques de gestion d'un point de vente adaptées au mode de fonctionnement d'un office de tourisme.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Analyse sur photos des aménagements des boutiques des participants.

Présentation d'exemples.

Définition d'un plan d'actions.

Programme

Jour 1 : Aménagement du point de vente (7h)

Comment **mettre en place un point "boutique"** dans un office de tourisme ?

- **Comment organiser** son découpage en "espaces de valorisation" des produits présentés ?
- **Comment dynamiser** l'attractivité de son point de vente (présentation des produits, information...)
- **Comment assurer une attractivité** de son point de vente par des thématiques de décoration adaptées aux animations de l'Office ?
- **Diagnostics et applications** sur les offices des participants.

Jour 2 : Gestion du point de vente (7h)

- **Quelle politique de produits** mettre en place pour son point boutique ?
- **Comment organiser la gestion** de son point de vente ?
- **Comment rationaliser sa politique d'achat** (de dépôt-vente...) pour assurer la rentabilité de l'activité ?
- **Quels outils de gestion commerciale** mettre en place pour assurer l'activité au quotidien ?
Quels choix effectuer en matière de politique de produit ?
- **Techniques de vente** (argumentation, traitement des remarques des clients...)

La randonnée pédestre : maîtriser les outils pour bien prescrire

Durée 7 heures **Intervenant(s)** CFR

Lieu Toulouse

Date(s) 8 avril 2014

Public visé

Conseiller en séjour des OT-SI
Personnel accueil des OT-SI

Objectifs

Mener des **actions d'information**, de **conseils** et **prescriptions** en direction des pratiquants.

Être capable d'**appréhender les différents publics** pratiquants en matière d'informations et de conseils (Connaissances des publics et des pratiques.).

Savoir **structurer son temps d'intervention**.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Matériels techniques présentés et évoqués (cartes, GPS topos, différents supports de communication...).

Diaporamas PowerPoint (vidéo projecteur) :

- "Les différents pratiquants"
- "Les risques objectifs en randonnée"
- Sensibilisation à la pratique de la randonnée.

Exercices pratiques.

Programme

Accueil (1h)

Tour de table pour mieux appréhender les attentes des stagiaires et les moyens dont ils disposent à ce jour (échanges, bonnes pratiques...)

Partie 1 (1h)

- **Analyse des différents publics pratiquants** (caractéristiques et spécificités...)
- **Les profils du randonneur.**
- **Les différentes pratiques** de randonnée.

Partie 2 (3h)

- **Présentation des différents outils**
 - d'information ;
 - de conseil ;
 - de pratique.
- **Travail sur la qualification d'une randonnée** (exercices pratiques)

Partie 3 (1h)

- **Respect des autres utilisateurs et de l'environnement.**
- Abordé à partir de documents existants flyers, diaporamas (prévention...).

Excel perfectionnement

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Prestataires CNFPT

Lieu 1 Session à Tarbes
1 Session à Cahors

Date(s) 20 & 27 mars 2014

Public visé

Personnels d'OT, SI

Objectifs

Créer et analyser un tableau croisé dynamique ;

Développer ses connaissances des formules de calcul pour automatiser ses résultats ;

Utiliser la fonction "valeur cible" et le solveur pour résoudre des applications professionnelles ;

Personnaliser ses documents pour en améliorer la pertinence.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Exercices pratiques sur ordinateur.

Programme

- **Améliorer sa saisie de données et ses graphiques**
 - renommer une ou plusieurs cellules ;
 - restreindre la saisie d'une cellule ;
 - utiliser la barre d'outils dessin ;
 - insérer une zone de texte et/ou un lien hypertexte ;
 - mettre en forme des objets.
- **Créer une base de données**
 - saisir et trier une base de données ;
 - définir un ou plusieurs filtres ;
 - utiliser les fonctions bases de données ;
 - calculer des sous-totaux.
- **Utiliser les tableaux croisés dynamiques**
 - créer et modifier un tableau croisé dynamique ;
 - représenter graphiquement un tableau croisé dynamique et l'analyser ;
 - générer et modifier la consolidation d'un tableau.
- **Approfondir l'utilisation des formules de calcul**
 - les notions de référence relative, absolue et mixte ;
 - les fonctions logiques (statistiques, conditions, etc.) ;
 - les fonctions date, heure et texte ;
 - les fonctions de recherche : "Recherchev ()", "Rechercheh ()" ;
 - la fonction "valeur cible".
- **Résoudre des applications professionnelles avec le solveur**
 - maximiser ou minimiser sa fonction ;
 - insérer une ou plusieurs contraintes (strictes, inégalités, etc.) ;
 - rechercher une ou plusieurs "valeurs cibles" ;
 - analyser les résultats obtenus.

Les Echos Gestes en OT

Durée 7 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma

Lieu Toulouse

Date(s) 6 novembre 2014

Public visé

Agent de développement
en structure touristique

Programme

- **Enjeux du développement durable**
 - protection de l'environnement ;
 - équité sociale ;
 - efficacité économique ;
 - gouvernance ;
 - principes de base : principe de précaution, de responsabilité, de solidarité...

- **Le développement durable dans la vie de tous les jours** : les gestes éco-citoyens dans la collectivité.
 - Pourquoi et comment ?**
 - économiser l'eau ;
 - économiser l'électricité ;
 - économiser le chauffage et la climatisation ;
 - réduire ses émissions de gaz à effet de serre ;
 - réduire et recycler les déchets ;
 - moins polluer en se déplaçant ;
 - consommer de manière responsable.

- **Améliorez vos résultats** en impliquant vos visiteurs pour mieux les satisfaire.

- **Les obligations de développement durable** et de sensibilisation pour les **OT classés**.

Objectifs

Comprendre les enjeux du développement durable dans la vie de tous les jours.

Apprendre à mettre en oeuvre des gestes éco-citoyens dans le cadre personnel et professionnel en termes d'économies.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Apports théoriques.

Études de cas.

Échanges de pratiques.

Repositionner la stratégie commerciale de mon OT

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Karine Estaun

Lieu Toulouse

Date(s) 27 & 28 novembre 2013

Public visé

Directeurs des offices de tourisme

Objectifs

Repositionner la stratégie commerciale de l'Office de Tourisme et bien communiquer sur celle-ci afin d'obtenir l'**adhésion** de l'ensemble **des équipes**.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Réflexions commentées,
apports théoriques et techniques.
Conseils à la mise en place d'outils.
Présentation power-point.
Un document pédagogique sera
remis à chaque participant.

Programme

- **Formaliser la stratégie commerciale de ma structure**
 - Poser et formaliser la stratégie commerciale de l'OT ;
 - Afficher la stratégie commerciale selon la clientèle groupe (B to B) et individuelle (B to C) ;
 - Ajuster la stratégie en tenant compte des enjeux du territoire (stratégique, géographique, touristique, politique, économique et financier...).

- **Comment communiquer cette stratégie auprès des équipes ?**
Faciliter l'adhésion de toute l'équipe à cette stratégie.

Intéresser son auditoire : Animer une visite

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Cécile Naud
(comédienne et conteuse)

Lieu Toulouse

Date(s) 27 & 28 février 2014

Public visé

Personnels d'OT, SI

Programme

Partie 1 (1 jour)

- **État des lieux entrant** : nommer les besoins.
- **Connaître ses outils, le corps et la voix**
 - habiter l'espace, s'engager corporellement ;
 - "Musicaliser" le discours (apprivoiser la rupture, les différences rythmiques, développer les nuances d'intonations...).

Partie 2 (1 jour)

- **Nourrir et organiser son discours** :
apposer la structure du conte au discours usuel pour faire émerger un nouveau visage du discours.
- **Communiquer** :
repérer les ressources présentes dans l'imaginaire de chacun de manière à les mettre au service du discours, adapter son discours au présent, aux conditions réelles.
- **État des lieux sortant** :
évaluation de fin de parcours.

Objectifs

Permettre à chacun de développer une nouvelle assise corporelle et vocale tout en nourrissant le contenu de sa visite ou de sa médiation.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Exercices pratiques partant des supports de visite des stagiaires.

Réussir sa communication

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Karine Estaun

Lieu Toulouse

Date(s) 17 & 18 avril 2014

Public visé

Tous publics : salariés et directeurs des structures touristiques

Objectifs

Etre capable d'analyser la communication disponible et relative à votre activité.
Savoir choisir le média approprié à votre cible
Avoir la connaissance des principes de construction d'un plan média.
Pourvoir privilégier les médias opportuns dans un contexte de tourisme local.
Etre capable de solliciter les partenaires professionnels ou prescripteurs intéressants.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Réflexions commentées, apports théoriques et techniques.
Travail sur des supports de communication déjà réalisés.
Un document pédagogique sera remis à chaque participant.
Possibilité de coaching post formation

Programme

- **Les objectifs de la communication commerciale.**
 - Les actions possibles sur les cibles ;
 - Les buts à atteindre :
 - > développer le CA ;
 - > faire visiter votre site Internet ;
 - > amener le prospect à se renseigner ;
 - > faire découvrir votre commune ;
 - > ou un musée, un monument.
- **Les différents éléments de la communication commerciale.**
 - le graphisme de marque permet de vous identifier ;
 - les moyens de communication média ;
 - les moyens de communication hors média.
- **L'élaboration d'une campagne publicitaire :**
 - la définition des objectifs publicitaires ;
 - la détermination des cibles ;
 - la fixation du budget ;
 - la copy-strategy.
- **L'élaboration du plan média :**
 - choisir les médias ;
 - choisir les supports selon des indicateurs de sélection ;
 - la détermination des cadences d'insertion.
- **L'évaluation de la campagne publicitaire.**

Tourisme & Handicap

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Karine Estaun

Lieu Toulouse

Date(s) 13 & 14 février 2014

Public visé

Agents des collectivités et des structures territoriales à vocation touristique

Objectifs

Avoir une meilleure connaissance des déficiences pour les prendre en compte dans l'accueil et l'information touristiques.

Bien connaître le label Tourisme et Handicap pour adapter sa structure et pour accompagner les prestataires de son territoire d'intervention.

Apporter une information fiable descriptive et objective de l'accessibilité des sites en tenant compte de tous types d'handicaps.

Développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre générale.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Réflexions commentées, apports théoriques et techniques.

Conseils à la mise en place d'outils.

Présentation PowerPoint.

Un document pédagogique sera remis à chaque participant.

Programme

- **Connaître pour savoir accueillir :**
les principales familles de déficience.
- **Une réalité économique :**
les personnes handicapées en chiffres, leur pouvoir d'achat, la pyramide des âges.
- **L'accueil des clientèles :**
 - recevoir et informer le public ;
 - sensibiliser tout le personnel ;
 - leurs motivations pour choisir les activités ;
 - les critères pour choisir la structure de loisirs ;
 - les modes de départ en vacances.
- **Mettre en œuvre l'accessibilité :**
(selon le public, le formateur oriente ce chapitre)
- **Les aménagements techniques :**
 - le trajet jusqu' à l'entrée ;
 - l'entrée et la zone d'accueil ;
 - circuler à travers l'établissement ;
 - se repérer et repérer ;
 - la sécurité ;
 - les sanitaires.
- **Demander et obtenir le label « tourisme et handicap » :**
 - les étapes de la labellisation ;
 - l'attribution.

Le classement des OT

Durée 7 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma

Lieu Toulouse

Date(s) 10 octobre 2014

Public visé

Agent de développement en structure touristique.

Objectifs

Comprendre la réforme du classement et analyser les critères des OT.

Connaitre et appréhender les aspects réglementaires de la réforme.

Approche du montage et mise en place du dossier de candidature.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Apports théoriques.

Études de cas.

Échanges de pratiques.

Programme

- Une réforme nécessaire
- Les enjeux de la réforme
- Le nouveau classement comme outil de management
- Les outils à disposition

(Aménagement et décoration) Mise en valeur d'un site touristique ou d'un OT**Durée** 14 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma**Lieu** Toulouse**Date(s)** 11 & 12 décembre 2014**Public visé**Agent de développement
en structure touristique**Objectifs**Connaître les obligations d'aménagement
en fonction de son classement.Valoriser son site ou son territoire à travers
les aménagements et les animations.**Méthodologie / moyens pédagogiques**

Apports théoriques.

Études de cas.

Échanges de pratiques.

Programme

- **Les obligations d'aménagements réglementaires** en fonction du nouveau classement des OTSI :
- Catégorie I, II, III
- **Moduler ses aménagements** en fonction des **flux saisonniers**.
- **Moduler ses aménagements** par espaces dédiés en utilisant le **merchandising** (points chauds, froids...).
- **Identifier et utiliser les savoir-faire locaux** pour valoriser son site ou son territoire en maîtrisant son budget (expositions temporaires artisanat, photos...).
- **Mettre en valeur son site ou son territoire** à travers la décoration et les animations.

La taxe de séjour

Durée 7 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma

Lieu Toulouse

Date(s) 1^{er} avril 2014

Public visé

Directeurs et agents
de développement des OT

Objectifs

Définir le management de qualité dans le secteur touristique vecteur économique.

Mette en place des outils de gestion de la qualité.

Adopter une stratégie de différenciation et de performance.

Perfectionner la gestion des interactions humaines.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Apports théoriques et illustration.

Programme

• Taxe de séjour : les modalités

- la réforme de 2007 ;
- les conditions d'installation & instauration.

• Taxe de séjour : Mode d'emploi

- tarification ;
- perception de la taxe ;
- affectation du produit de la taxe ;
- taxe départementale.

• Mise en place de la taxe de séjour

- exemples et simulation ;
- retour d'expérience ;
- mise en place d'une veille.

Le publipostage

Durée 7 heures **Intervenant(s)** Prestataires CNFPT

Lieu 1 Session à Tarbes
1 Session à Cahors

Date(s) 9 octobre 2014

Public visé

Personnels d'OT, SI

Objectifs

Apprendre à créer
et à utiliser le publipostage.

Etre en mesure de faire des courriers
en publipostage avec facilité.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Exercices pratiques sur ordinateur.

Programme

- **Présentation du publipostage**
 - le menu Outils/Publipostage ;
 - créer et modifier les barres d'outils.
- **Ecrire une lettre type**
 - créer un modèle de document, concevoir une lettre type ;
 - modifier un modèle en vue d'un publipostage.
- **Insérer des champs**
 - les champs de fusion ;
 - les mots clés.
- **Concevoir et gérer une source de données**
 - créer et gérer un fichier d'adresses sous Word ;
 - créer et gérer un fichier d'adresses sous Excel ;
 - importer une liste de destinataires à partir d'Outlook ou d'Access.
- **Envoyer des mailings ciblés**

Trier et filtrer les enregistrements selon certains critères.
- **Imprimer des étiquettes, des enveloppes**
 - créer des enveloppes personnalisées ;
 - créer des étiquettes personnalisées.
- **Fusionner les documents**
 - stocker les lettres fusionnées dans un nouveau document ;
 - distribuer les lettres fusionnées par messagerie électronique ou télécopie.

Gestes et postures au travail

Durée 12 heures **Intervenant(s)** Prestataires CNFPT

Lieu Albi

Date(s) 12 & 13 mai 2014

Public visé

Personnels d'OT, SI

Objectifs

Travailler en toute sécurité en utilisant les postures et techniques qui vont permettre d'économiser l'effort et préserver les agents des TMS.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Cas pratiques

Simulation d'exercices

Programme

- **Les risques liés à l'activité physique pendant l'exercice professionnel :**
 - rappel des notions d'anatomie ;
 - la réglementation ;
 - les accidents de manutention.
- **La prévention des accidents :**
 - l'utilisation des EPI ;
 - exécuter les bons gestes pour ne pas se faire mal.

Management et gestion des conflits en OT

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma

Lieu Toulouse

Date(s) 18 & 19 septembre 2014

Public visé

Agent en situation de management en OT

Objectifs

Identifier les différentes causes de conflits.

Repérer et d'anticiper les conflits potentiels afin de les désamorcer.

Être capable de connaître et d'analyser ses réactions personnelles dans un situation conflictuelle.

Intégrer les gestion des conflits comme une composante naturelle de management.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et de travaux pratiques en intégrant des expériences des participants dans leurs pratiques d'encadrements.

Support cours : présentation PowerPoint.

Programme

Partie 1

Les différentes sources de conflits

- les malentendus ;
- les conflits d'intérêts ;
- les conflits de personnalités.

Objectifs pédagogiques

être capable pour l'agent de diagnostiquer les différentes sources et les analyser.

Partie 2

Intégrer une situation conflictuelle dans son management.

- établir une bonne communication ;
- adopter une démarche de résolution de problèmes ;
- les comportements manipulateurs à éviter.

Objectifs pédagogiques

- adopter une attitude juste faces aux différents problèmes posés ;
- utiliser ses ressources et ses compétences personnelles.

Partie 3

Résolutions & Stratégies

- comment résoudre ?
- les stratégies et démarches.

Objectifs pédagogiques

- inviter les participants à maîtriser toutes les techniques ;
- ne pas hésiter à faire appel à une tierce personne pour trouver une solution (un médiateur, un gestionnaire).

Optimisation des ressources humaines

Durée 14 heures **Intervenant(s)** ADT Ariège Pyrénées

Lieu Midi-Pyrénées - Toulouse

Date(s) 17 & 18 mars 2014

Public visé

Directeur d'OT

Objectifs

La mutualisation de l'emploi entre les OT est souvent le prolongement d'une coopération préexistante, au service d'un projet de développement.

Cette formation abordera les approches juridiques et réglementaires de la mutualisation et de façon plus pragmatique la gestion des ressources humaines dans le cadre de la mutualisation.

Méthodologie / moyens pédagogiques

Etude de cas :

Mutualiser un emploi de guide conférencier

Mutualiser un emploi de "comptable"

Mutualiser un emploi d'animateur numérique du territoire

Programme

• Optimisation des RH

- identifier précisément les besoins ;
- notion du coût d'un salarié ;
- possibilité d'embauche à temps partiel ou à durée limitée.

• Approche réglementaire des RH

- les différents contrats ;
- les grands principes ;
- les organisations du temps de travail ;
- les aides financières à l'embauche.

• Approche réglementaire et juridique de la mutualisation

- les différents contrats ;
- conséquences des différentes formes juridiques des OT sur la mutualisation.

• Gestion des RH mutualisées

- responsabilités : risques juridiques et sociaux ;
- accident du travail ;
- convention collective ;
- formation professionnelle ;
- litiges.

• Présentation des Groupements d'Employeurs, l'exemple du GEAP

- avantages et inconvénients ;
- le réseau en France et en Midi Pyrénées ;
- fonctionnement et Prestations.

Le tout appuyé sur des études de cas à intégrer dans la formation au cours de la journée et en fonction des besoins éventuels des OT : Guide, Comptable, Animateur Numérique.

Management par la Qualité

Durée 14 heures **Intervenant(s)** Sabine Coma

Lieu Midi-Pyrénées - Toulouse

Date(s) 27 & 28 mars 2014

Public visé

Directeur d'OT

Objectifs

Définir le management de qualité dans le secteur touristique vecteur économique.

Mette en place des outils de gestion de la qualité.

Adopter une stratégie de différenciation et de performance.

Perfectionner la gestion des interactions humaines.

Méthodologie /moyens pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et de travaux pratiques en intégrant des expériences des participants dans leurs pratiques managériales.

Support formation : présentation PowerPoint.

Programme

- **Enjeux de la démarche qualité**
 - intérêts ;
 - objectifs ;
 - philosophie.

- **Panorama dynamique des outils de qualité**
 - codes ;
 - chartes ;
 - labels ;
 - classement...

- **Adopter son management**
 - Prévoir et anticiper la changement ;
 - Réaliser un diagnostic ;
 - Animer la qualité au quotidien.

Le parcours innovant inter-régional «**So Management**» 2014 est le fruit d'un travail commun de quatre RT/relais territoriaux régionaux (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Limousin, Poitou-Charentes).

Si vous êtes intéressés par l'un de ses modules rapprochez-vous directement des contacts régionaux ci-dessous.

L'inscription se fait directement auprès de votre relais territorial régional.

Voici les modules proposés par les régions partenaires :

Région Aquitaine

Module So. N°36

11 & 13 septembre 2014 à Bordeaux - (2 jours)

Optimiser la rentabilité de son espace d'accueil

Module So. N°37

13 & 14 février 2014 à Bordeaux - (2 jours)

Mettre en place un SADI

Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Pour en savoir plus :

MOPA

Fabien Raimbaud

05 57 57 03 89

fabien.raimbaud@aquitaine-mopa.fr

Région Limousin

Module So. N°38

Dates en cours - à Limoges - (2 jours)

Manager Numérique de Destination

Module So. N°39

Dates en cours - à Limoges - (2 jours)

Accompagner ses équipes vers le changement

Pour en savoir plus :

CRT-Limousin

Florent Guitard

05 55 11 05 97

fguitard@crt-limousin.fr

FROTSI Limousin

Sophie Marnier

05 55 11 06 01

smarnier@crt-limousin.fr

Région Poitou-Charentes

Module So. N°40

Dates en cours - à Poitiers - (2 jours)

Management par le projet

Module So. N°41

Dates en cours - à Poitiers - (2 jours)

Gestion des OT en EPIC

Pour en savoir plus :

FROTSI Poitou-Charentes

Marie Le Bihan

05 49 50 90 47

mlb.frotsi@crtpch.com

OTF - Fédération régionale Midi-Pyrénées : une équipe au service du réseau

Formation et professionnalisation des acteurs du tourisme

- Mission de veille des besoins en formation
- Définition, gestion et promotion du Plan Régional de Formation

Assistance technique auprès des OTSI de Midi-Pyrénées et de leurs Unions Départementales

- Programme d'aménagement, de restructuration et de modernisation des structures
- Appui aux structures dans le cadre des politiques territoriales

Démarche Qualité Régionale Midi-Pyrénées

- Accompagnement et développement d'une méthode à partir du référentiel spécifique OT Midi-Pyrénées
- Coordination et suivi avec les Unions Départementales

Embellissement et amélioration du cadre de vie

- Organisation et promotion du Concours « Villes et Villages Fleuris »
- Sensibilisation et conseil auprès des collectivités locales sur les pratiques respectueuses de l'environnement



Offices de
Tourisme
de France

Fédération Régionale
Midi-Pyrénées

OTF - Fédération régionale Midi-Pyrénées

15 rue Rivals- BP41417 - 31014 Toulouse - Cedex 6

Tél. : 05 61 13 55 77 - Fax : 05 61 13 55 09

E-mail : frotsi-midi-pyrenees@frotsi.com