

Catalogue régional de formation

RésOT-Alsace

2012





RésOT
Alsace

SOMMAIRE

CALENDRIER DES FORMATIONS.....	p. 3 à 4
<i>Les thématiques</i>	p. 5 à 44
ACCUEIL	p. 5 à 11
QUALITÉ	p. 12 à 14
INFORMATION	p. 15 à 22
VENTE	p. 23 à 26
E-TOURISME.....	p. 27 à 32
COMMUNICATION	p. 33 à 34
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	p. 35 à 38
MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL	p. 39 à 41
FORMATIONS DANS LE CADRE DU DIF.....	p. 42 à 44
NOTES	p. 45
INFORMATIONS	p. 46

CALENDRIER DES FORMATIONS 2012

	Thème et n°	Titre	Intervenant	Dates	Lieu	N. h	P
JANVIER	INFORMATION	LEI : Personnalisation des PDF Cybtour	RésOT	3 dates au choix : 12, 19, 26	Dolleren, Obernai, Marmoutier	7 h	21
FÉVRIER	INFORMATION	LEI : Personnalisation des PDF Cybtour	RésOT	3 dates au choix : 2, 9, 23	Munster, Durrenbach, Sélestat	7 h	21
	VENTE	Mettre en valeur ses produits boutique dans l'espace d'accueil	CCI Colmar	7	CCI Colmar	7 h	23
	DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	Vendre un projet	ESGM	13 (+ 19 mars)	ESGM	14 h	37
	DIF	Utilisation du CMS Joomla (DIF)	DN Consultant	14	RésOT	7 h	43
	INFORMATION	LEI : Le LEI et la relation avec les prestataires	RésOT	14	Munster ?	7 h	19
	ACCUEIL	Conseiller en séjour : évolutions du métier par la qualification de l'offre et les techniques argumentaires	C.H. PASCO	16 et 17 (+ 3 avril)	Barr	21 h	8
	ACCUEIL	Accueil des personnes germanophones (avancé)	GRETA	A partir du 21	Sélestat	42h	5
MARS	INFORMATION	LEI : bien utiliser les données Cybtour/Demdoc	RésOT	13	Sélestat	7 h	15
	DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	Organiser, gérer et promouvoir un événement touristique	Philippe CLAVEAU	15 et 16	Colmar ?	14 h	35
	ACCUEIL	Italien : les bases linguistiques pour accueillir (perfectionnement)	GRETA	A partir du 20	Saverne	28 h	7
	INFORMATION	LEI : personnalisation des PDF Cybour	RésOT	22	RésOT	7 h	21
	E-TOURISME	Animation numérique de territoire (groupe 2)	TOURISTIC	26 et 27	Munster	14 h	28
	E-TOURISME	Animation numérique de territoire (groupe 1)	TOURISTIC	28 et 29	Munster	14 h	27
AVRIL	VENTE	Transformer l'offre touristique en propositions de visites : mise en forme de suggestions et circuits	RésOT	10 et 11 ?	Sélestat ?	14 h	25
	ACCUEIL	Accueil des personnes en situation de handicap : initiation à la langue des signes	M. GUITTOIS	12 et 13	Erstein ?	14 h	11
	E-TOURISME	Animation numérique de territoire (groupe 2)	TOURISTIC	16 et 17	À définir	14 h	28
	DEV. PERSONNEL ET MANAGEMENT	Donner la meilleure image de soi dans la vie professionnelle (étape 2)	ESGM	18	ESGM Mulhouse	7 h	40
MAI	COMMUNICATION	Décliner le code de la Marque Alsace dans ses supports de communication	À définir	10 et 11 ?	À confirmer	14 h	34
	INFORMATION	LEI : La cartographie	RésOT	15	IUT colmar	7 h	16
	E-TOURISME	Animation numérique de territoire (groupe 1)	TOURISTIC	21 et 22	À définir	14 h	27
	E-TOURISME	Animation numérique de territoire (groupe 2)	TOURISTIC	23 et 24	À définir	14h	28
	INFORMATION	LEI : Le LEI niveau débutant (Maj et Cybtour)	RésOT	29	OT participant	7 h	17
	DEV. PERSONNEL ET MANAGEMENT	Donner la meilleure image de soi dans la vie professionnelle	ESGM	30 (et 13 juin)	ESGM Mulhouse	14 h	39
JUIN	COMMUNICATION	Mettre en récit son territoire : le storytelling	François PERROY	5 et 6	Villé ?	14 h	33
	QUALITE	Animer son réseau de prestataires et application à la démarche qualité	C.H. PASCO	7 et 8 (+ 19 sept.)	Ribeauvillé ?	21 h	13
	INFORMATION	LEI : toutes les utilisations possibles du LEI sur son site web	RésOT	12	Rhinou ?	7 h	20
	VENTE	La conception du séjour : du montage à la commercialisation	RésOT, TAR, ADT	18 et 19 ?	Sélestat ?	14 h	26
	ACCUEIL	Équipes saisonnières : l'accueil touristique en Alsace	RésOT	29	Sélestat	7 h	9
SEPT.	ACCUEIL	Connaître son territoire, l'argumentaire alsacien : Le patrimoine castral alsacien	À définir	4	Centre Alsace	7 h	22
	DEV. PERSONNEL ET MANAGEMENT	Savoir évaluer : tableaux de bord et indicateurs	PROTOURISME	7 et 27	OT participant	14 h	41
	DIF	Renouer avec les finesses de la grammaire et orthographe	ESGM	10 et 11	Mulhouse	14 h	44
	ACCUEIL	Accueillir les personnes en situation de handicap (étape 2)	D. RABET	13 et 14	Guebwiller ?	14 h	10

SEPT.	VENTE	Mettre en valeur ses produits boutique dans l'espace d'accueil (étape 2)	CCI Colmar	18	CCI Colmar	7 h	24
	INFORMATION	LEI : La cartographie	RésOT	25	IUT colmar	7 h	16
	INFORMATION	LEI : rédiger et illustrer ses fiches LEI	CRT-Alsace, RésOT	26	Strasbourg	7 h	18

OCTOBRE	E-TOURISME	Web 2.0 et réseaux sociaux	BILANCE	STAGE D'OCT. 8, 9, 10	Haut-Rhin	21 h	30
	E-TOURISME	Les avis clients au service de sa stratégie	TOURISTIC	STAGE D'OCT. 8, 9, 10	Haut-Rhin	21 h	31
	E-TOURISME	Le management numérique de destination	L. DUBLANCHET	STAGE D'OCT. 8, 9, 10	Haut-Rhin	21 h	32
	INFORMATION	LEI : le LEI et la relation avec les prestataires	RésOT	23	Munster ?	7 h	19
	QUALITE	Se lancer dans la démarche Qualité Tourisme™	RésOT	25 et 26	OT participant	14 h	12
	DIF	Savoir prendre de belles photos touristiques pour mettre en valeur son territoire	Studio Chlorophylle	À définir	Mulhouse	7 h	42



ACCUEIL - Accueil des personnes germanophones (avancé)

Formation à distance : 21h

Sur site (21h) : GRETA Centre-Alsace (Lycée Koeberlé - Selestat)

Lancement de la formation : Mardi 21 février de 14h00 à 17h00

(Les autres dates seront fixées avec les participants lors de cette session de lancement, en principe les mardis après-midi, de 14 à 17h)

Coût : 491€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Attention ! Toute inscription à une formation en langues implique de suivre le cycle dans sa totalité (heures à effectuer sur site, à distance ou en suivi individuel). Le RésOT se réserve le droit de facturer toute absence, quel qu'en soit le motif (maladie ou autre), ou toute heure non effectuée à la structure concernée.

Objectifs pédagogiques

- Être capable de mieux accueillir et renseigner un client en allemand à l'accueil, au téléphone et par écrit
- Connaître les us et coutumes des germanophones afin de ne pas commettre d'impair
- Utiliser ces informations sur les brochures et le site internet
- Savoir nouer des partenariats et assurer des échanges commerciaux avec des germanophones

Programme

Accueil

- Formules de politesse, d'accueil, de congé, de remerciements
- Faire patienter, se présenter
- Orienter vers un autre service, organisme
- Se familiariser avec différents types d'accents
- Engager un contact social, s'intéresser au séjour du touriste
- Faire face à une réclamation, proposer des solutions

Renseignements courants

- Indiquer un horaire, un délai, un tarif, un itinéraire
- Nommer des lieux, des centres d'intérêt touristique, des monuments, des musées, des lieux de mémoire
- Remettre une documentation, l'expliquer
- Recommander une visite, en indiquer le déroulement
- Renseigner sur des activités, des événements, des animations, des loisirs, des sports
- Orienter, expliquer des panneaux
- Renseigner sur des infrastructures, les modes de transport, l'accessibilité
- Renseigner sur les différentes formules de logement
- Renseigner sur les modes de paiement
- Recommander un mets régional accompagné d'un vin

Communiquer par téléphone

- Formules-types
- Noter un nom, une adresse, un numéro de téléphone
- Comprendre et exprimer dates, chiffres
- Faire répéter, préciser, s'assurer que l'on a été compris
- Effectuer des réservations

Socioculturel et sociolinguistique

- Connaître les attitudes et tabous à respecter afin de ne pas commettre d'impair
- Connaître les habitudes des germanophones en matière de loisirs
- Exploiter ces informations sur le site Internet de l'OT
- Exploiter ces informations dans les brochures touristiques

Échanger des informations à l'écrit

- Formules-types, dates
- Envois de renseignements, confirmations de réservations
- Élaboration de fiches de renseignements, d'un questionnaire de satisfaction
- Les échanges par mail

Échanger avec les partenaires

- Connaître les titres des prestataires de service, des autorités locales, afin de pouvoir facilement compiler un fichier professionnel et identifier des partenaires
- Présenter l'Alsace, ses atouts, ses attraits
- Présenter un projet, un programme de visites (par téléphone et/ou par écrit)
- Réserver un autocariste, un accueil, un point de chute, un repas, une animation
- Se charger d'une annulation, d'un report
- Faire part d'une insatisfaction, d'une réclamation, trouver une solution, un compromis

Modules spécifiques en fonction des territoires : architecture, nature, thermalisme, traditionnel, Noël, culture locale, l'univers du vin et de la vigne, etc.

Méthode pédagogique

42 heures de formation

- Module de « prise en main » sur site avec le formateur : **3h**, en groupe - Présentation du parcours, de la plateforme, de la méthodologie
- Plate-forme de formation à distance : **21h minimum** (mais fréquentation illimitée) - Documents d'étude, d'écoute, d'interaction. Tous corrigés : autocorrection ou transmis au tuteur
- Individualisation (téléphone, Internet via Skype et/ou mail) : **3h**, assurées pour chaque stagiaire par le tuteur (explications personnalisées, suivi de la progression, docs complémentaires selon les besoins de chaque stagiaire)
- Regroupement : **6 x 3h**, dédiées à l'expression orale : jeux de rôle, mises en situation pour exploiter les acquis de chaque module
- Projets commun sur forum pour préparation et aide à la création de docs (questionnaires qualité, brochures, ...). Le forum permet aussi de créer une dynamique de groupe, d'échanger sur toutes sortes de sujets, et de s'entraider.

Pré - requis : un test de positionnement sera à effectuer en ligne avant le démarrage de la formation.
Formation limitée en nombre de places.

Public(s) concerné(s)

Conseiller en séjour, commerciaux (services groupes), personnels des services édition / promotion

Intervenant

GRETA Centre-Alsace



ACCUEIL - Italien : les bases linguistiques pour accueillir (perfectionnement - suite de la session 2011)

Formation sur site (28h) : GRETA Alsace du Nord (Saverne)

Lancement de la formation : Mardi 20 mars de 9h00 à 12h00

(Les autres dates seront fixées avec les participants lors de cette session de lancement, en principe les jeudis après-midi de 14 à 17h).

Coût : 283,50€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Attention ! Toute inscription à une formation en langues implique de suivre le cycle dans sa totalité (heures à effectuer sur site, à distance ou en suivi individuel). Le RésOT se réserve le droit de facturer toute absence, quel qu'en soit le motif (maladie ou autre), ou toute heure non effectuée à la structure concernée.

Objectifs pédagogiques

- Consolider et développer les connaissances acquises lors de la première session

Programme

■ Accueil

Engager un contact social, s'intéresser au séjour du touriste

■ Renseignements courants

Recommander une visite, un événement, un loisir

Renseigner sur des infrastructures, les modes de transport, les hébergements

Renseigner sur les modes de paiement

■ Communiquer par téléphone

Prendre ou passer un appel, Effectuer / prendre des réservations

■ Socioculturel et sociolinguistique

Connaître les attitudes et tabous à respecter afin de ne pas commettre d'impair

Connaître les habitudes des italiens en matière de loisirs

■ Échanger des informations à l'écrit

Envois de renseignements, Confirmations de réservations

Méthode pédagogique

28 heures de formation

- Fiches de référence, exercices, travail personnel de consolidation

- Jeux de rôles, mises en situation, activités orales reprenant les situations réelles rencontrées par les participants

Formation limitée en nombre de places.

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour - **Prérequis : avoir suivi la première session (proposée en mars 2011) ou posséder ces mêmes connaissances de base en italien.**

Intervenant

GRETA, formateur spécialiste de la formation aux adultes dans le cadre professionnel



ACCUEIL - Conseiller en séjour : évolutions du métier par la qualification de l'offre et les techniques argumentaires

Dates : Jeudi 16 et vendredi 17 février + Mardi 3 avril

Lieu : Communauté de communes de Barr

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 516 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Savoir qualifier l'offre de son territoire, structurer les informations indispensables et concrètes relatives à cette offre qualifiée pour mieux la prescrire
- Mieux connaître les clientèles présentes sur son territoire et leurs motivations, les leviers susceptibles de les faire consommer
- Appréhender les techniques de la prescription-vente et conduire un entretien ; savoir argumenter efficacement sur la destination de son offre touristique
- Savoir adapter sa prescription vente au client, sa demande et ses motivations
- Se doter d'outils d'aide à la relation client : créer des fiches « argumentaires » en fonction des demandes les plus courantes
- Maîtriser les autres applications des techniques argumentaires : réponses courriels, aménagement des espaces d'accueil

Programme

- Les attentes essentielles des clientèles, modes de consommation, types de séjour, ...
- Les techniques de qualification de l'offre
- Regardes croisés pour intégrer les éléments dominants et constitutifs de l'offre mais aussi ses points faibles
- La valeur ajoutée du conseil en séjour : clés de la personnalisation
- Repérer les styles de public, les attitudes et comportements d'achat : définir une typologie de clientèles présentes sur son territoire, les leviers susceptibles de leur faire « consommer l'offre »
- Structurer et dégager une typologie d'argumentaires qui stimulent la consommation
- La méthode des 4C dans la construction de l'entretien à vocation commerciale en vis-à-vis et au téléphone
- Traduire les valeurs des offres et applications des techniques argumentaires
 - > réponses aux demandes courriers : formuler les arguments sur les incontournables, moments phares, services, ...
 - > aménagement de l'espace d'accueil : mise en information et mise en scène de l'offre

Méthode pédagogique

- Travaux collectifs sur la qualification de l'offre, travaux de groupes sur les techniques argumentaires de vente
- Mise en situation de prescription vente en appui aux travaux de groupes
- Nombreux outils remis aux participants : grille opérationnelle pour créer des argumentaires, fiches livret-guide sur la thématique
- Suivi à distance entre les 2 sessions et apports si nécessaires, par courriel de préférence
- Appels téléphoniques et demandes courriel mystères de prescription-vente, entre les 2 sessions

Il sera demandé aux participants un travail :

- préalable à la formation ainsi que leurs attentes
- entre les 2 sessions : argumentaires ciblés à créer

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour

Intervenants

Claude - Hélène PASCO



ACCUEIL - Equipes saisonnières : l'accueil touristique en Alsace

Date : Vendredi 29 juin

Lieu : Salle Sainte Barbe - Sélestat (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 112 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Savoir accueillir les visiteurs en office de tourisme durant la haute saison touristique
- Mieux connaître les attentes des clients et être en mesure d'y répondre
- Se familiariser avec les techniques d'accueil

Programme

Les attentes des clients et comment y répondre

- Présentation des résultats de la dernière enquête de l'ORT : « enquête marketing des clientèles » : ce que le client vient chercher en Alsace, ce qu'il s'attend à voir et à vivre
- Découverte des grandes spécificités du patrimoine alsacien : bâti, gastronomie, paysages, art de vivre, ...
- Les grands sites alsaciens à connaître absolument
- Comment rassurer le client et l'étonner en même temps

Les techniques d'accueil

- Accueil en vis à vis
- Accueil téléphonique
- Réponses courriers et mails

Fonctionnement de la démarche qualité

- Remise des questionnaires de satisfaction, prise en compte des remarques et des réclamations des clients
- Les procédures et les modèles : comment les utiliser à l'accueil
- La gestion de la documentation, les stocks, ...

Méthode pédagogique

- Documents sur le patrimoine alsacien et les techniques d'accueil
- Mise en situation d'accueil en vis à vis et au téléphone

Public(s) concerné(s)

Personnel saisonnier à l'accueil

Intervenants

RésOT-Alsace : plusieurs intervenants du réseau du tourisme alsacien



ACCUEIL - Accueil des personnes en situation de handicap (étape 2)

Dates : Jeudi 13 et vendredi 14 septembre

Lieu : OT de Guebwiller-Soultz

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 312,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Renforcer la connaissance des déficiences
- Travailler sur les situations délicates rencontrées à l'accueil
- Démystifier la manipulation de quelques outils
- Savoir développer l'accueil des personnes en situation de handicap en tant compte des résultats de l'enquête réalisée par Odit France en 2009 sur les attentes des clientèles handicapées
- Avoir les arguments nécessaires à la sensibilisation des prestataires sur l'accueil des personnes en situation de handicap

Programme

1- La déficience auditive

- Mise en situation d'accueil
- Manipulation d'une boucle magnétique
- La communication écrite et gestuée

2- La déficience visuelle

- Travail à partir des brochures touristiques, affichettes réalisées par les OT
- Mise en situation d'accueil

3- La déficience mentale

- Étude de cas, partage d'expériences
- Point sur l'utilisation des pictogrammes

4- La déficience motrice

- Rappel des diverses exigences
- Mise en situation d'accueil

5- La déficience mentale

- Faire la différence entre les non labellisés mais accessibles et les non labellisés non accessibles mais persuadés de l'être !
- Création d'un argumentaire pour sensibiliser les prestataires à l'accueil des personnes en situation de handicap avec intervention des personnes responsables du label en Alsace

Méthode pédagogique

- Mises en situations, Manipulation d'outils spécifiques

Public(s) concerné(s)

Personnes ayant suivi la formation initiale « accueil des personnes en situation de handicap » (étape 1)

Intervenant

Dominique RABET, spécialiste de l'accueil des personnes en situation de handicap dans les OT



ACCUEIL - Accueil des personnes en situation de handicap : Initiation à la langue des signes

Dates : Jeudi 12 et vendredi 13 avril

Lieu : Musée Würth à Erstein (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 256 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la déficience auditive et le monde des personnes sourdes et malentendantes
- Acquérir un vocabulaire de base en LSF (langue des signes française) pour mieux communiquer
- Comprendre la logique iconique
- Acquérir des réflexes comportementaux pour éviter les blocages de communication
- Apprendre à construire une phrase simple pour orienter et renseigner la personne sourde

Programme

■ La déficience auditive :

Classification - Contexte législatif - Les types de déficience et leurs origines - Typologie des modes de communication - Le monde des sourds - Échanges : témoignage de la vie quotidienne d'une personne sourde et des besoins en vacances

■ L'apprentissage de base de la LSF :

Dactylogologie : alphabet des signes (permettra l'explication de noms propres ou termes techniques) - Chiffres (permettra les indications de temps, horaires et tarifaires) - Notions de temps - Vocabulaire de la vie courante adapté à l'office de tourisme - Apprendre à construire une phrase - Élaboration de dialogues - Étude bibliographique - Visionnage de reportages (extrait de médiation culturelle en LSF, et conte en signe pour prendre conscience des expressions de visage)

■ Techniques d'adaptation

Conseils techniques professionnels : les placements face à une personne sourde, apprendre à manipuler une brochure en même temps que l'on signe... - Mises en situations professionnelles - Corrections sur visionnage des mises en situations - Temps d'échanges

Méthode pédagogique

- Apports théoriques
- Mises en situations professionnelles
- Film
- Visionnage de reportages
- Présentation bibliographique
- Supports pédagogiques remis en fin de formation : livret de vocabulaire et notes de stage

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour

Intervenant

Marina GUITTOIS, spécialiste de l'accueil en langue des signes dans les OT



QUALITÉ - Se lancer dans la démarche qualité (support : référentiel de la marque QUALITÉ TOURISME™)

Dates : Jeudi 25 et vendredi 26 octobre

Lieu : en fonction des OT participants

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 225 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la démarche qualité
- Être en mesure de se lancer dans la démarche qualité en équipe (direction, référent qualité, toute l'équipe)
- Savoir utiliser les outils qualité pour la mise en place de son système qualité
- Savoir utiliser l'outil d'autoévaluation Kalosori

Programme

1 - Qu'est-ce que la qualité ?

- Définitions
- Présentation du référentiel de la marque QUALITÉ TOURISME™

2 - Les acteurs de la démarche qualité

- Une démarche d'équipe / management par la qualité
- Le référent qualité
- La direction
- Le groupe de travail local
- Le client

3 - Le principe de la qualité et les outils pour y arriver

- Plan : organiser et décrire son fonctionnement (la rédaction des documents qualité)
- Do : faire ce qu'on a décrit (création d'outils pratiques pour faire ce qu'on a décrit)
- Act : vérifier ce qu'on fait avec les « indicateurs qualité » (satisfaction client et prise en compte des incidents internes)
- Check : mettre en place des actions correctives si besoin (bilans qualité, groupe de travail local)

4 - S'autoévaluer avec l'outil qualité kalosori

5 - Bilan

- Synthèse et premières actions à mettre en place

.Méthode pédagogique

- Support de la formation et exemples de documents qualité donnés aux participants
- Mise en situation pour la rédaction des procédures

Public(s) concerné(s)

Toute l'équipe d'un office de tourisme souhaitant se lancer dans la démarche qualité : référent qualité, personnel d'accueil, direction, administrateurs.

Intervenant :

Line DILLENSEGER : Animatrice de la démarche qualité pour les OT alsaciens



QUALITÉ - Animation de son réseau de prestataires et application à la démarche qualité

Dates : Jeudi 7 et vendredi 8 juin + mercredi 19 septembre

Lieu : Ribeauvillé ? (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 516 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Qualifier les « prestataires » et comprendre leurs attentes vis-à-vis du tourisme, du territoire, des OT
- Apprendre à réaliser un diagnostic de l'organisation touristique du territoire et des acteurs qui le composent pour positionner l'action touristique locale, les services et les compétences de l'office de tourisme
- Apprendre à stimuler les prestataires dans les actions les concernant et en partager les résultats conformément aux engagements de l'office de tourisme (classement et démarche qualité)
- Savoir coordonner, animer un réseau de prestataires
- Savoir communiquer auprès des différentes cibles
- Savoir gérer les litiges avec les prestataires
- Pérenniser les relations entre l'OT et les acteurs locaux du tourisme, les prestataires

Programme

- Le rôle et attentes réciproques des élus, des techniciens, des prestataires dans le contexte des OT et du développement touristique local
- La typologie des prestataires (état des lieux sur son territoire et diagnostic)
- Déterminer pour le réseau de prestataires :
 - les attentes des prestataires (promotion, conseil, relais d'information, partenariat...)
 - les attentes des OT (fiabilité des informations, participation actions...)
 - les services à développer (assistance technique, veille, échanges...)
 - les outils (visites, éductours, réunions « productives », supports spécifiques...)
- L'OT vis à vis des prestataires : état des lieux des actions, services, outils et communication mis en place
- L'expertise : le croisement de l'état des lieux et des prestataires partenaires - des services perçus, attendus, rendus et compétences associées des OT, des moyens, outils : les priorités
- Les stratégies et actions collectives, le travail en réseau, adaptés à chaque OT :
 - choix des axes et objectifs opérationnels par types de prestataires
 - les services à développer : assistance technique, veille, échanges
 - techniques pour faire vivre un réseau, conditions de coopération des partenaires
 - les outils de l'animation (à quel moment est-il utile d'organiser des réunions, pour quoi faire, les règles pour la conduite de réunion, les rencontres individuelles...)
- Les stratégies et actions collectives, travail en réseau... : exemples sur d'autres territoires avec mobilisation des ressources, valorisation des missions et des services d'un OT au profit des prestataires
- Les moyens pour renforcer les relations entre l'OT et le potentiel de son territoire : comités locaux du tourisme, démarches qualité, formation des personnels, observatoire... ; intérêt et comment les initier, les faire vivre, les partager avec les prestataires ; les résultats attendus
- Évaluation de ses actions : indicateurs, critères d'évaluation adaptés
- Les techniques argumentaires et leurs applications aux actions envisagées
- Cibler, communiquer et promouvoir le « réseau » dans les phases « avant, pendant et après », sur quoi communiquer et pour dire quoi, auprès de qui, ... application aux projets des participants
- Les outils de communication : guide de partenariat, site dédié, newsletter, guides techniques...
- La gestion des litiges avec les prestataires ; ce qu'il convient de « faire » et « ne pas faire » vis-à-vis des prestataires concernés. Litiges : entre OT et prestataires, entre client et prestataire (réclamation)

- Détecter les situations conflictuelles pour les anticiper. Les outils d'anticipation et leur exploitation : cahiers de suggestion, feuilles de remarques, baromètres de satisfaction
- Mises en pratique en travaux de groupes, expertise et préconisations
 - diagnostic croisé : prestataires - office de tourisme
 - les attentes et services auprès des prestataires, les moyens-outils associés
 - appui sur les projets et actions conduits par les OT et qui concernent les prestataires (ex. stimulation de l'offre, partenariats pour gestion de l'accueil et de l'information, observatoire, production et commercialisation touristiques, gestion commerciale, démarche qualité (engagements envers les socioprofessionnels et animation du GTL)... avec des retombées clairement identifiées, mesurables et partagées
 - les priorités des actions collectives à mener, les rendre opérationnelles pour les prestataires et l'OT
 - à partir d'une méthodologie adaptée, réalisation d'une feuille de route pour chacun des projets des participants, actions, services et outils associés pour l'animation-mobilisation des prestataires, l'évaluation (indicateurs), la communication, les argumentaires
 - et aussi, conception du guide de visite, eductour, guide partenariat, newsletter, site pro... et communication via des tiers (mairies...)
- Application particulière aux critères du référentiel QUALITÉ TOURISME™
 - Comment rendre opérationnels les engagements envers les prestataires : les actions prioritaires dont celles partagées, les visites avec un objectif qui va au-delà de la connaissance de l'offre, les moyens et contenu de la formation dont ciblées, rédaction argumentaires qualité
 - Faire vivre le GTL : les priorités « qualité » à l'échelle du territoire (identifier qui est concerné), les outils de satisfaction clients mais aussi ceux des prestataires (feuilles de remarques concertées, baromètre de satisfaction/actions de l'OT), réclamations, contenu des bilans qualité, préparer et rendre efficaces les réunions

Méthode pédagogique

- Apports méthodologiques et études de cas concrets, travaux de groupes sur diagnostics et projets
- Démarches sur d'autres territoires, étude de cas des participants, mises en situation et analyses, fiches techniques
- Dossier « papier » complet remis à chaque participant. (si souhaité, documents supplémentaires fournis sur support clé usb)

Un travail préalable à la formation sera demandé aux participants sur leurs projets et/ou actions conduites - outils. (ces éléments seront à transmettre par courriel à l'intervenante ; ils seront expertisés et enrichis collectivement)

Public(s) concerné(s)

Personnels d'offices de tourisme engagés dans la démarche qualité ou détenteurs de la Marque Qualité Tourisme™

Intervenant :

Claude-Hélène PASCO, consultante



INFORMATION - LEI : bien utiliser les données Cybtour/Demdoc

Date : Mardi 13 mars

Lieu : RésOT-Alsace, Sélestat (à confirmer en fonction des inscriptions)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le logiciel cybtour afin d'exploiter au mieux les données saisies dans la base LEI

Programme

- Réalisation et paramétrage d'extractions Excel
- Exploitation des ces tableaux Excel (pour brochures, pour statistiques ...)
- Réalisation et paramétrage de fichiers pdf (manifestations, liste de fiches, disponibilités)
- Comment générer des questionnaires pdf à envoyer à vos prestataires
- Comment utiliser au mieux cybtour dans vos relations clients

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge de la saisie et des extractions du LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - LEI : la cartographie

DEUX DATES au choix :

Mardi 15 mai ou Mardi 25 septembre

Lieu : IUT de Colmar (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le module cartographique afin de l'exploiter au mieux sur vos sites Internet

Programme

- Comment créer et paramétrer le module cartographique (paramétrage des icônes du menu, des fiches LEI à afficher sur la carte ...)
- Comment intégrer le module cartographique à vos sites
- Tracer et afficher sur la carte des « produits complexes » tels que les chemins de randonnées, les itinéraires découvertes ...

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge de la saisie et des extractions du LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - Le LEI niveau débutants (Maj et Cybtour)

Date : Mardi 29 mai

Lieu : dans l'un des OT participants (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Savoir optimiser l'exploitation de la base données du LEI dans la gestion de l'OT
- Etre en mesure de saisir les informations dans le LEI, d'exploiter les données (pour réaliser brochures, listes, statistiques, fiches, sites internet....)
- Savoir travailler de manière approfondie en utilisant la MAJLEI, dispoLEI, les sites Internet et la gestion des bases locales

Programme

- Rappel de l'intérêt de l'utilisation des bases de donnée
- Présentation et utilisation des nouvelles fonctionnalités des outils du SIT (Système d'information touristique)
- Travaux sur les attentes spécifiques de chaque stagiaire
- Création de critères spécifiques pour répondre aux besoins particuliers de chaque office de tourisme

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge de la saisie et des extractions du LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - Rédiger et illustrer ses fiches LEI

Date : Mercredi 26 septembre

Lieu : OMNIS Strasbourg (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Etre capable de rédiger ses fiches LEI de manière attractive et dynamique
- Illustrer ses fiches LEI
- Savoir rédiger des commentaires adaptés au web (sites internet) et aux brochures

Programme

- La saisie des fiches : critères, commentaires, photos
- Les règles pour un bon commentaire : conseils, erreurs à éviter
- Application en fonction des thématiques de fiches : hôtels, meublés, restaurants, activités, événements, manifestations, ...
- Maîtriser les techniques de bases pour bien illustrer ses fiches (retouches photo, redimensionnement...)

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge de la saisie et des extractions du LEI

Intervenant

CRT Alsace : Nadège MOREAU (chargée de communication multimédia)
RésOT-Alsace



INFORMATION - Le LEI et la relation avec les prestataires

DEUX DATES au choix :

Mardi 14 février ou Mardi 23 octobre

Lieu : Munster (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser l'ensemble des fonctionnalités et outils du LEI qui peuvent être mis à disposition par l'OT pour les prestataires

Programme

- Paramétrage de flux RSS
- Paramétrage de marque blanche
- Paramétrage de pdf automatique
- Paramétrage de vignette de disponibilités
- Paramétrage de cartes
- Paramétrage de widget demdoc (pour les OT utilisant cet outils)

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge de la saisie et des extractions du LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - LEI : toutes les utilisations possibles du LEI sur son site Web

Date : Mardi 12 juin

Lieu : OT de Rhinau (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Connaître et maîtriser l'ensemble des fonctionnalités qu'offre le LEI pour une bonne utilisation sur les sites Internet

Programme

- Analyse des bonnes pratiques du LEI certains sites
- Où et comment utiliser les données du LEI sur un site
- Analyse de toutes les fonctionnalités du LEI (filtres, tris, affichage, base et fiches locales....)
- Ensemble des outils pouvant être inclus sur les sites internet (carte, pdf, widget, disponibilités ...)

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes maîtrisant le LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - LEI : personnalisation des PDF Cybtour

SEPT SESSIONS « TERRITORIALES »

*Les jeudis : 12 janvier, 19 janvier, 26 janvier,
2 février, 9 février, 23 février
22 mars*

Lieu : déterminé en fonction des participants

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Apprendre à maîtriser l'outil LEIPUB qui permet de :
 - personnaliser les pdf Cybtour
 - paramétrer les flux RSS
 - paramétrer les marques blanches LEI
- Saisir et exploiter les fiches « idées de visites » (saisie + sortie pdf)

Programme

- Réalisation de cas pratiques (personnalisation des pdf listes, fiches, séjours, calendriers). Paramétrage de marques blanches, flux RSS. Réalisation et saisie de fiches « idées de séjours »

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC
Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes qui ont une bonne maîtrise du LEI

Intervenant

Jean-François BAAS, administrateur de la base de données LEI en Alsace



INFORMATION - Connaître son territoire - L'argumentaire alsacien : Le patrimoine castral en Alsace

Date : Mardi 4 septembre (à confirmer)

Lieu : Sélestat (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 112,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Mieux connaître les traditions alsaciennes, en particulier le patrimoine castral
- Savoir mettre en valeur ces spécificités régionales
- Être en mesure de parler des principaux châteaux en Alsace et connaître leurs spécificités
- Continuer l'argumentaire alsacien "rassurer / étonner" (commencé en 2008) sur les thèmes proposés

Programme - version non définitive, à affiner avec les intervenants

- Repères historiques
- Châteaux forts, châteaux de plaine
- Ruines castrales
- L'histoire médiévale en Alsace et les figures incontournables
- ...

Méthode pédagogique

- Apports théoriques
- Support documentaire remis aux participants
- Éventuelle visite d'un château alsacien

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour
Responsables / directeurs
Administrateurs

Intervenant

Plusieurs intervenants, historiens, guide-conférenciers...



VENTE - Mettre en valeur ses produits boutique dans l'espace d'accueil

Le mardi 7 février

Lieu : à confirmer (Pôle formation CCI Colmar ou dans l'un des OT participant)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 150€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Acquérir des outils et des méthodes simples et concrets pour une démarche commerciale efficace et profitable
- Maîtriser les techniques de mise en avant de l'offre produit pour augmenter la part de chiffre d'affaires

Programme

Les règles de base du Merchandising

- Les objectifs et les fondamentaux : les erreurs à éviter absolument, les conseils efficaces
- Susciter l'achat « coup de coeur »

L'environnement

- Vitrine et surface de vente : comment les utiliser au mieux
- Les outils : circulation, éclairage, rotations, ...
- Créer des « univers » pour mettre en valeur son territoire

La réglementation des produits alimentaires

- Date limite de consommation / date limitée d'utilisation optimale
- Chaîne du froid
- Alcools (vins)
- Affichage des prix (réglementation et lisibilité de l'offre) et de provenance des produits

Suivre et mesurer les résultats

Méthode pédagogiques

- Apports théoriques avec exemples concrets
- Support transmis aux participants
- Étude sur la partie « boutique » du référentiel de la marque QUALITÉ TOURISME™
- Mises en situations à l'OT

■ **Travail à faire avant la formation** : envoyer par mail à Line : quelques photos de l'espace boutique, un plan de l'espace accueil, la liste des produits en vente à l'OT et en quelques lignes la typologie de vos clients. Ces infos sont transmises à la formatrice pour pouvoir travailler directement sur vos problématiques.

Public

Toutes les personnes amenées à vendre les produits boutique de l'OT, en particulier les conseillers en séjour

Intervenant

Michèle DISTLER, intervenante au Pôle Formation CCI de Colmar, spécialisée dans la dynamisation commerciale des petites et moyennes structures.



VENTE - Mettre en valeur ses produits boutique dans l'espace d'accueil - étape 2

Date : Mardi 18 septembre

Lieu : Pôle formation CCI Colmar

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 150€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Partager les différentes mises en application des acquis de la première journée
- Valider le respect des standards et aller plus loin dans la démarche de valorisation du produit. Une place importante sera réservée au marketing sensoriel.

Programme

- Point et analyse avec les stagiaires sur les applications et les résultats de la 1ère journée de formation
- La théâtralisation du point de vente ou le déclencheur d'acte d'achat. Les enjeux, les contraintes. Quelles sont les critères à respecter ?
- Le marketing sensoriel ; l'utilisation des 5 sens pour vendre un produit ou un service permet aux entreprises d'optimiser leurs ventes, en suscitant chez le client des émotions particulières.
 - quels sont les différents axes ?
 - comment travailler les sens ?
 - comment optimiser les résultats ?

Cet axe permettra aux stagiaires d'élaborer et de mettre en œuvre un plan d'actions en matière de marketing sensoriel sur le lieu de vente et d'augmenter le chiffre d'affaires de l'office de tourisme.

Méthode pédagogiques

- Apports théoriques avec exemples concrets
- Support transmis aux participants
- Mises en situations appliquées aux OT

Public

Toutes les personnes amenées à vendre les produits boutique de l'OT, en particulier les conseillers en séjour

Attention : cette seconde journée est réservée aux personnes ayant suivi le module 1 (proposé en 2011 ou février 2012).

Intervenant

Michèle DISTLER, intervenante au Pôle Formation CCI de Colmar, spécialisée dans la dynamisation commerciale des petites et moyennes structures.



VENTE - Transformer l'offre touristique en propositions de visites : mise en forme de suggestions et circuits

Dates : Mardi 10 et mercredi 11 avril (à confirmer)

Lieu : Sélestat (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 225€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Concevoir des offres de circuits et suggestions à partir de l'offre touristique existante
- Mettre en forme ces circuits, les valoriser
- Savoir saisir les circuits sur le LEI

Programme

Positionner son territoire

- Motivations de visites
- Les incontournables
- Les cibles
- Les avantages concurrentiels

Le montage de propositions de visites et de circuits

- Différence entre produits et suggestions de circuits
- Le rapport au temps
- Conception du circuit, proposition d'itinéraires, de circuits par motivations
- Rédiger ses suggestions de visite et descriptifs des circuits

Les outils pour valoriser ces suggestions de visites et circuits

- Saisie des fiches sur MAJLEI : quels éléments saisir et comment ?
- Affichage sur l'application mobile régionale
- Édition automatique de PDF: circuits et produits touristiques

Méthode pédagogiques

- Apports théoriques, exemples et étude de cas - mise en pratique (via LEI)

Public

Personnels d'accueil, chargés de promotion

Intervenants

RésOT-Alsace, ADT, CRT



VENTE - La conception du séjour : du montage à la commercialisation

Dates : Lundi 18 et mardi 19 juin (à confirmer)

Lieu : Sélestat (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 225 € (gratuit pour si OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Connaître les différentes étapes du montage et de la conception d'un séjour et suggestion de circuits
- Comprendre les mécanismes de mise en marché de séjours touristiques
- Maîtriser les outils pour commercialiser ses produits et séjours (dont Tourisme Alsace Réservation)
- Savoir saisir ses produits et séjours sur le LEI

Programme

Le montage et la commercialisation de séjours

- Atouts du territoire
- Thématiques touristiques
- Conception du séjour
- Choix des prestataires
- Négociation tarifaire
- Montage d'un tableau de coûts, calcul d'un prix de vente
- Rédaction d'un programme
- Commercialisation / Distribution

Les outils TAR et le LEI pour la commercialisation des séjours et produits touristiques

- Remontée des informations sur l'outil TAR
- Saisie des fiches produits touristiques et séjours sur MAJLEI : quels éléments saisir et comment ?
- Création d'itinéraires et de circuits
- Édition automatique de PDF: circuits, séjours et produits touristiques

Méthode pédagogiques

- Apports théoriques, exemples et étude de cas - mise en pratique (via LEI)

Public

Agents d'accueil, personnes en charge de la commercialisation et montage de produits touristiques ou de séjours.

Intervenants

Angélique BENOIN (Tourisme Alsace Réservation), Laetitia LAEMMEL (ADT67), Jean-François BAAS (RésOT-Alsace)



E-TOURISME - Animation numérique de territoire (groupe 1)

*Dates (suite et fin du cycle de formation) :
mercredi 28 et jeudi 29 mars, lundi 21 et mardi 22 mai*

Lieu : sera communiqué pour chaque module

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 788€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

ATTENTION : cette formation fait partie du cycle « formation à l'animation numérique de territoire » et reconnu au niveau national, dans le cadre de la « période de professionnalisation ». Les structures dont les salariés viennent à cette formation, s'engagent à suivre en entier ce cycle (Le RésOT se réserve le droit de facturer toute absence, quel qu'en soit le motif ou toute heure non effectuée à la structure concernée).

Objectifs pédagogiques

- Éviter la fracture numérique dans le tourisme et rester compétitif !
- Savoir animer numériquement son territoire : conduire un état des lieux numérique de l'offre touristique de son territoire, définir un plan d'actions numérique, assurer une veille qualifiée sur l'etourisme
- A terme : être en mesure d'accompagner ses prestataires dans la mise en valeur de leur offre grâce au numérique

Programme

Fin du programme débuté en 2010-2011 (cf fiche pédagogique page suivante)

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC - Exercices pratiques : **Ordinateurs portables à apporter**

Public(s) concerné(s)

Responsables ou techniciens Internet d'offices de tourisme

Personnel des ADT et CRT en charge du développement du site internet et de la communication

Attention : Seules les personnes ayant suivi les journées de formation précédentes peuvent s'inscrire à cette session (groupe 1)

Intervenant

Pierre ELOY, consultant en etourisme, directeur de la société TOURISTIC



E-TOURISME - Animation numérique de territoire (groupe 2)

*Dates : (6 journées en 2012 + 4 journées en 2013) :
lundi 26 et mardi 27 mars, lundi 16 et mardi 17 avril, mercredi
23 et jeudi 24 mai 2012*

Lieu : sera communiqué pour chaque module

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 1 181€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

ATTENTION : cette formation fait partie d'un cycle de 10 jours, appelé « formation à l'animation numérique de territoire » et reconnu au niveau national, dans le cadre de la « période de professionnalisation ». Les structures dont les salariés viennent à cette formation, s'engagent à suivre en entier ce cycle de 10 jours (Le RésOT se réserve le droit de facturer toute absence, quel qu'en soit le motif ou toute heure non effectuée à la structure concernée.

A l'issue de ce module 2012, il restera 4 journées planifiées en 2013 : les lundi 21 et mardi 22 janvier, lundi 4 et mardi 5 mars.

Objectifs pédagogiques

- Éviter la fracture numérique dans le tourisme et rester compétitif !
- Savoir animer numériquement son territoire : conduire un état des lieux numérique de l'offre touristique de son territoire, définir un plan d'actions numérique, assurer une veille qualifiée sur l'e-tourisme
- A terme : être en mesure d'accompagner ses prestataires dans la mise en valeur de leur offre grâce au numérique

Programme

1 - Connaître le jargon e-tourisme

- Apprentissage du jargon « internet » de 2010 pour démystifier l'outil et ses termes techniques

2 - Connaître les internautes « Touristes » en terme d'utilisation

- Le touristaunaute et ses pratiques sur le web
- Les tendances Web touristiques du moment, ergonomies de sites touristiques institutionnels
- L'univers mobile

3 - Connaître les outils numériques et collaboratifs d'animation

- Outils pédagogiques d'animation (powerpoint)
- Créer un espace d'animation en ligne : les plateformes web à disposition
- Les outils de partage en ligne

4 - Etablir un état des lieux numérique

- Mesurer la performance marketing de son territoire
- L'e-reputation de la destination outils de mesure

5 - Etablir un plan d'actions et lancer une stratégie emarketing complète

- Le multicanal
- Le web marketing
- Les possibilités d'action collective sur le web

6 - Savoir organiser un programme d'animation à destination des socioprofessionnels

- L'audit, l'accompagnement, le conseil individuel
- Les accompagnements en groupe : de la sensibilisation à la formation
- L'animation au quotidien, les nouveaux services aux prestataires

7 - Découvrir le monde du Travel 2.0 et des réseaux communautaires

- Les réseaux sociaux

- Les sites d'avis
- Les outils de voyage collaboratif
- Les plate-formes d'échanges de contenu

8 - Devenir autonome dans la création de contenu Web multimédia

- Découverte de l'infographie
- Publier les images et les vidéos
- Exploiter les sites communautaires photographiques
- Les brochures en ligne

9 - Savoir intervenir sur un site web

- Les solutions de création ou refonte de site
- Connaître les règles du référencement naturel et payant
- Analyser ses statistiques, approche juridique des contenus mis en ligne

10 - Conduire une veille, évaluer, transférer

- La veille stratégique et concurrentielle sur Internet en terme de e-tourisme
- Les outils de veille
- Établir des indicateurs
- Transférer des compétences à son équipe ou à son réseau

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC - Exercices pratiques : **Ordinateurs portables à apporter**

Public(s) concerné(s)

Responsables ou techniciens Internet d'offices de tourisme

Personnel des ADT et CRT en charge du développement du site internet et de la communication

Intervenant

Pierre ELOY, consultant en e-tourisme, directeur de la société TOURISTIC



E-TOURISME - Web 2.0 et réseaux sociaux

Dates : STAGE D'OCTOBRE : lundi 8, mardi 9 et mercredi 10 octobre

Lieu : Haut-Rhin (à définir)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 375€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

à définir

Programme

Programme en cours de définition - Fiche provisoire

Méthode pédagogique

Apports théoriques, mises en situation pratiques

Public(s) concerné(s)

Intervenant

Beer BERGMAN, consultante pour la société Bilance - CRT-Alsace



E-TOURISME - Les avis clients au service de sa stratégie

Dates : STAGE D'OCTOBRE : lundi 8, mardi 9 et mercredi 10 octobre

Lieu : Haut-Rhin (à définir)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 590€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffre d'affaires
- Profiter des avis clients pour optimiser sa relation client
- Collecter des avis clients pour être encore plus visible, être capable de répondre à un avis
- Surveiller sa e-reputation en ligne

Programme

■ Connaître ou mettre à jour son jargon e-touristique version 2012 :

Le jargon « internet » de 2012 pour démystifier l'outil et ses termes techniques - Les tendances de fond sur l'internet touristique : ergonomie, plateformes...

■ Optimiser sa relation client avant, pendant et après le séjour :

Les bonnes pratiques dont on peut s'inspirer pour sa stratégie web en 2012 - Les supports pour échanger en « live » avec ses clients - Les cycles du voyageur, Le continuum relationnel : comment rester en contact avec ses clients - Welcome mail, Remember mail, Thanks mail...la relation client passe avant tout par l'email

■ Les avis clients, un univers subjectif mais incontournable

Avant, pendant, après le séjour... l'avis client est à toutes les étapes du voyage ! - Découverte des grandes plateformes d'avis clients par type d'activité des participants - Solutions gratuites et payantes pour être bien positionné dans les sites d'avis clients - L'avenir des plateformes d'avis clients...l'avis certifié - Les réseaux s'associent aux plateformes d'avis

■ Bien plus qu'un témoignage...un outil de recherche redoutable

Le cercle vertueux des avis clients : collecter, afficher, animer
Les avis clients, leur importance dans la recherche d'une activité touristique

■ La Google Adresse, le catalyseur d'avis & de votre e-reputation

Google et les avis clients, Google Adresses et sa version mobile, ...

■ Les avis clients prennent une autre dimension sur le mobile

La notion d'internet de séjour et son impact sur la collecte d'avis - Les principales applications mobiles

■ Motiver la récolte d'avis clients sur ses supports de communication

Depuis son site internet, sa page facebook, son email, sans sa signature d'email, sur ses supports papiers

■ Diffuser ses avis clients sur ses supports de communication

Mise en pratique sur sa page Facebook, son site internet

■ E-reputation et réponses aux avis clients

Les outils de veille sur la réputation de ma structure - Revendiquer ses fiches d'entreprises pour être alertés - Répondre à un avis positif, mitigé ou négatif - Affichage de ces réponses sur les plateformes, ...

Méthode pédagogique

Apports théoriques, exercices pratiques sur ordinateur, tablette, smartphone...

Public(s) concerné(s)

Techniciens Internet d'offices de tourisme, Personnel des ADT et CRT en charge du développement du site internet et de la communication

Intervenant

Pierre ELOY, consultant en e-tourisme, directeur de la société TOURISTIC



E-TOURISME - Le management numérique de destination

Dates : STAGE D'OCTOBRE : lundi 8, mardi 9 et mercredi 10 octobre

Lieu : Haut-Rhin (à définir)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 450€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Considérer l'e-tourisme comme un élément global dans l'économie et l'organisation touristique
- Analyser comment son territoire est adapté aux nouveaux modes de vie et de consommation (apparition du Web 2.0, mobilité...)
- Réflexion autour de plusieurs axes stratégiques :
 - le site ou les sites web de la destination, leurs cohérences avec la stratégie marketing
 - la façon dont le territoire existe dans les réseaux sociaux
 - comment le territoire est adapté à la mobilité
 - comment le numérique est intégré à la stratégie d'accueil
 - comment les entreprises touristiques du territoire sont accompagnées
 - réflexion sur l'organisation territoriale, l'adaptation des ressources humaines, la stratégie de formation professionnelle continue.

Programme

Savoir faire l'état des lieux numérique de sa destination

- Le site web de destination
- Le diagnostic territorial des prestataires et de leur présence sur le web
- La présence de la destination et des entreprises touristiques sur les réseaux sociaux, leur accompagnement (ANT)
- État des lieux mtourisme
- État des lieux des infrastructures en mobilité (couverture réseau, wifi, signalétique numérique...)
- État des lieux de l'accueil numérique

Élaborer sa stratégie numérique en tenant compte des forces et faiblesses du diagnostic :

- Quelle est la bonne échelle pour le bon outil ? Penser client avant de penser structure
- Construire un plan d'action numérique
- Comment l'arrivée du numérique impacte l'organisation de l'office de tourisme ?
- Les nouvelles missions assurées par l'office de tourisme
- La formation des équipes
- L'organisation interne (RH) L'organisation externe (mutualisation, collaboration)
- La veille

Méthode pédagogique

Appports théoriques, mises en situation pratiques

Public(s) concerné(s)

Directeurs et responsables des offices de tourisme (en particulier pour les offices dont une personne est formée à l'animation numérique de territoire)

Intervenant

Ludovic DUBLANCHET, consultant en etourisme, webmarketing, mobilité



COMMUNICATION - Mettre en récit son territoire : le storytelling

Dates : Mardi 5 et Mercredi 6 juin

Lieu : Communauté de Communes de Villé (?) (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 400 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le storytelling comme composante de la communication de l'office de tourisme vers ses publics finaux (touristes) et vers ses partenaires (prestataires)
- Apprendre à construire une trame de communication en storytelling (le scénario)
- Apprendre à produire des éléments narratifs de cette communication
- Évaluer les points forts et points faibles, les résultats d'une campagne en storytelling

Programme

- Un exemple de storytelling appliqué et analyse des 3 temps : capter l'attention, captiver l'auditoire, influencer les réactions de celui-ci
- Champs d'utilisation : vers les touristes, les prestataires ou les élus
- Exercice collectif (possibilité d'un webdocu en photos) :
 - Le décor : poser une problématique
 - L'exposition du problème : envisager une réponse qui recourt au storytelling
 - L'argumentation : scénario (construction de la mécanique narrative) et production concrète
 - La révélation : une solution est apportée
 - Résultats : l'aboutissement et ses effets
- Exercice individuel : adapté à une situation locale pour chaque participant ou en binôme
- Grille technique pour réussir son storytelling :
 - Simplicité de l'histoire, Caractère inattendu de celle-ci, Crédibilité, Emotion, Incitation à l'action
 - Remettre le storytelling à sa juste place : les + et les - du procédé

Méthode pédagogique

- Appel à expériences des participants
- Apprentissage par la création et le déploiement d'un récit imagé (collectif dans un premier temps et particulier pour chaque participant ou en binôme)
- Support transmis aux participants

Public(s) concerné(s)

Agents d'accueil, conseillers en séjour, responsables de promotion, directeurs, chargés de promotion

Intervenant

François PERROY, Emotio Tourisme : <http://emotiotourisme.fr>



COMMUNICATION - Décliner le code de la Marque Alsace dans ses supports de communication

Dates : Jeudi 10 et vendredi 11 mai (à confirmer)

Lieu : (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 300 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le code de Marque Alsace, sa charte et conditions d'utilisation
- Intégrer le code de Marque aux supports de communication de son office de tourisme

Programme

Fiche provisoire - programme à venir (après sortie du code de la Marque Alsace)

Méthode pédagogique

à définir

Public(s) concerné(s)

Personnel des offices de tourisme

Intervenant

A définir



DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE : Organiser, gérer et promouvoir un événement touristique

Dates : Jeudi 15 et vendredi 16 mars

Lieu : Colmar ? (à confirmer)

Horaires : 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Coût : 250 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Donner une vue d'ensemble des points à traiter pour réussir un événement, quel que soit son type ou son ampleur
- Rendre accessible à tous l'organisation d'événements en donnant des méthodes, des outils, des exemples concrets...
- Inciter à se poser les bonnes questions sur les axes prioritaires à maîtriser : contraintes juridico-administratives, promotion de l'événement...

Programme

Avant propos et introduction

- Pourquoi faire des événements, notion de marketing événementiel, analyse comparative avec d'autres supports de communication
- Une quantité infinie d'événements possibles en fonction du lieu, du type d'activité, de la durée...mais une cinématique et des méthodes communes
- Les facteurs clés de réussite en événementiel et les principaux risques d'échecs
- Tour de table des organisations d'événements déjà réalisés (réussis ou non) et partage d'expériences

La création et l'organisation d'un événement

- Critères minimums de faisabilité d'un événement (période, site, public...), notion de décideurs (unique, pluriel, privé, public...)
- Faire le cahier des charges d'un événement et préparer les indicateurs d'évaluation : méthode PAPER
- La planification des tâches dans l'organisation d'événements : intérêts et contraintes, notion de « dead line »
- Présentation de différents outils et méthodes de planification (PERT, Gantt)
- Mise en oeuvre sur des études de cas

La gestion budgétaire d'un événement

- Mise en évidence de la nécessité d'un montage prévisionnel avec présentation de ses utilisations possibles : vérification de la faisabilité, recherche de subventions ou de sponsors (nombreux exemples de BP...)
- Méthodes pour évaluer les besoins sur un événement : techniques, animations, promotionnel... et propositions de « listes » (non exhaustives mais génériques) en fonction du lieu et du type de l'événement (plein ou urbain, privé ou public, sportif ou culturel...)
- Aspects juridiques (appels d'offres, gestion des contrats...) et aspects fiscaux (TVA, achats à l'international) dans le montage d'un budget
- Gestion des demandes de subventions publiques (exemples de formulaires) avec critères d'éligibilité et destinataires (quoi demander à qui ?)
- Recherche de sponsors et/ou de mécènes : la démarche marketing/vente dans la recherche de partenaires, les outils nécessaires à la recherche de sponsors, que peut-on attendre d'un sponsor (aide matérielle, aide financière...), notions d'exclusivité (totale ou partielle), exemples de sponsoring
- Mise en oeuvre sur des études de cas

Les aspects administratifs et réglementaires liés aux événements :

- Rapport avec la Mairie : demande d'autorisations, sécurité des installations et des personnes, circulation, droit d'emprise...
- Rapport avec la Préfecture : cas des événements commerciaux, des compétitions sportives, des événements aériens ou automobiles...
- Les assurances à contracter : RC, RC d'organisateur, RC exposant ou prestataire, perte d'exploitation ou annulation...
- Les ERP (établissements recevant du public et en particulier les CTS (chapiteaux)) : commission sécurité, pièces à fournir au SDIS, normes de sécurité (feu, circulation, issues de secours...)
- La gestion des droits d'auteur et leur calcul (musique, crédit photo...) et les droits à l'image
- La sécurité : rôle du gardiennage, nécessité d'un poste de secours (médicalisé ou non), la sécurité dans la restauration (hygiène traiteur)...
- Promouvoir son événement en toute légalité : droit de pose de banderoles ou d'affiches, contraintes dans la réalisation d'un flyer, déclaration de base de données, etc.
- L'encadrement des événements sportifs : rôle et limites des bénévoles, les obligations imposées par la loi de 84, cascade des responsabilités juridiques
- Les contraintes réglementaires dans l'organisation d'événements culturels : critères d'obtention de la licence « organisateur de spectacles »

Promotion et commercialisation d'un événement

- Entreprendre une démarche « marketing/vente » sur son événement : quel public et visé avec quels médias et quel budget ?
- Mise en place d'un plan de communication : création de visuel, création de supports internes (plaquette, dossier technique, dossier de presse...)
- Etat des lieux des médias disponibles, arbitrages et achats d'espaces publicitaires adaptés (respect du budget, respect des plannings,...)
- Conseils et exemples de plans média efficaces en fonction des types d'événements, de la période, durée...
- Rôle de la Relation Presse dans la promotion d'un événement : communiqué de presse, dossier de presse, relations avec les journalistes...
- Les outils à mettre en oeuvre dans le cas de vente de prestations d'un événement : vente de stand de salon, vente d'espaces publicitaires, ...

Méthode pédagogique

- Apports théoriques, connaissances des outils et méthodes
- Exercices, réflexions et échanges de pratiques
- Documents et supports remis aux participants

Public(s) concerné(s)

Chargés de mission marketing et développement, personnes en charge de l'organisation d'événements touristiques...

Intervenants

Philippe CLAVEAU



Dates : Lundi 13 février + lundi 19 mars

Lieu : ESGM Mulhouse (à confirmer)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 297,50 € (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'enjeu d'une réunion de présentation d'un projet, s'y préparer
- Argumenter et convaincre
- Produire et diffuser visuellement ses projets, exploiter au mieux les capacités graphiques
- Formuler de façon lisible et convaincante les informations
- Adapter le message en fonction des destinataires

Programme

Jours 1 : Vendre un projet

- Préparer une présentation :
 - les éléments nécessaires à la préparation d'un dossier de présentation de projet : questions à se poser, informations à transmettre, forme de la présentation, supports...
 - l'argumentaire : comment construire un argument et le rendre convaincant
 - les motivations qui font vendre
- La présentation :
 - structurer son intervention : être au clair avec son objectif, se centrer sur les autres, être conscients de ses filtres personnels, adapter la structure de son discours en fonction de son auditoire et du contexte, se préparer mentalement et physiquement, quelques méthodes
 - élargir son registre et son comportement vocal : le training vocal, l'entraînement 'complet', savoir varier la composante d'autorité dans sa voix
 - remporter la conviction : argumenter pour 'vendre un message', améliorer l'image qu'on veut donner par la cohérence des messages verbaux et non verbaux, intéresser pour convaincre, développer des effets persuasifs, la cascade des 'oui', personnaliser et donner du cœur à ses interventions
- Adopter un comportement efficace dans les situations difficiles :
 - éviter les pièges de la communication : repérer et désamorcer les questions pièges, rester maître de ses émotions, développer sa 'fluidité' verbale, les incontournables face aux objections, déjouer la mauvaise foi
 - traiter les objections : comprendre, reformuler, traiter

Jour 2 : Rendre ses présentations écrites convaincantes

- Analyser l'information pour bien la traiter :
 - se poser les bonnes questions (à qui s'adresse le message et avec quel objectif ?)
 - à partir d'informations éparées, concevoir un plan, structurer ses idées et ses arguments
 - identifier les messages principaux, les messages secondaires
- Valoriser la communication écrite :
 - le contenu du message : structurer les informations selon un plan logique, vendeur, choisir une information transparente et vérifiable, adapter les informations de façon claire précise et percutante, mettre en avant les arguments vendeurs, rappel des critères de lisibilité)
 - choisir le support de présentation : dossier individuel, powerpoint...

■ Les étapes de la visualisation :

- élaborer une représentation visuelle de base (photographies, dessins, graphiques, schémas, tableaux, textes)
- disposer spatialement la composition
- traduire en éléments graphiques ou variables visuelles (taille d'un élément, orientation dans l'espace, valeur, grain, couleur, forme)

Méthode pédagogique

- Alternance de théorie et de cas pratiques issus du quotidien des participants
- Mise en pratique sur son propre territoire et OT en fonction de sa problématique
- Exercices d'application en sous-groupe
- Jeux de rôles...

Afin de disposer d'exemples concrets, les participants peuvent se munir de projets à formaliser (ou de mise en pratique entre les jours 1 et 2).

Public(s) concerné(s)

Personnels d'offices de tourisme amenés à présenter, vendre et défendre des projets
Responsables / directeurs

Intervenants

ESGM - Philippe HELMSTETTER (module 1) et Carine WALCH (module 2)



Dates : le mercredi 30 mai et mercredi 13 juin

Lieu : ESGM Mulhouse ou dans l'un des OT participants

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 297,50€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Apprendre à communiquer une image positive
- Apprendre à se mettre en valeur
- Optimiser son capital « présence »

Programme

Les couleurs

- Êtes-vous « or » ou « argent »
- Les couleurs qui vous font rayonner
- L'harmonie des couleurs
- La mise en application sur chaque participant
- Le symbolisme des couleurs dans la vie professionnelle

La gestion de la silhouette, le bon vêtement au bon moment

- Les différents types de morphologie et leur gestion optimale

Le look de l'emploi - les attitudes et les gestes

- La tenue vestimentaire adaptée à l'emploi
- L'importance du regard, du sourire
- Apprendre à se présenter
- L'attitude à adopter devant un client

Le maquillage

- Les techniques de base
- L'harmonie des couleurs
- La mise en application sur chaque participant

L'image et ses accessoires (hommes et femmes)

- Les accessoires d'un look irréprochable : le choix des lunettes, de la montre, des ceintures, du sac, des chaussures

Hygiène et respect de soi

- L'hygiène du corps dans son détail
- Les bons réflexes de chaque jour
- La coiffure, la manucure

Méthode pédagogique

- Alternance de théorie et de pratique sous un aspect ludique et évolutif
- Nombreux exercices, tests variés, échanges
- Documentation pédagogique remise à chaque participant

Public

Toute personne en contact avec le public ou souhaitant améliorer son image (hommes et femmes)

Intervenant

ESGM - Anna VALENTIN, conseillère en image



Date : *le mercredi 18 avril*

Lieu : ESGM Mulhouse ou dans l'un des OT participants

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 149€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Apprendre à communiquer une image positive et se mettre en valeur (suite du module entamé en 2011)

Programme

Poursuite des thèmes qui n'avaient pas pu être abordés lors de la première journée (notamment tout ce qui a rapport avec la garde-robe)

La gestion de la silhouette, le bon vêtement au bon moment

- Les différents types de morphologie et leur gestion optimale

Le look de l'emploi - les attitudes et les gestes

- La tenue vestimentaire adaptée à l'emploi
- L'importance du regard, du sourire
- Apprendre à se présenter
- L'attitude à adopter devant un client

Le maquillage

- Les techniques de base
- L'harmonie des couleurs
- La mise en application sur chaque participant

L'image et ses accessoires (hommes et femmes)

- Les accessoires d'un look irréprochable : le choix des lunettes, de la montre, des ceintures, du sac, des chaussures

Hygiène et respect de soi

- L'hygiène du corps dans son détail
- Les bons réflexes de chaque jour
- La coiffure, la manucure

Méthode pédagogique

- Alternance de théorie et de pratique sous un aspect ludique et évolutif
- Nombreux exercices, tests variés, échanges
- Documentation pédagogique remise à chaque participant

Public

Toute personne en contact avec le public ou souhaitant améliorer son image (hommes et femmes)

Attention : cette formation est destinée aux personnes ayant suivi le jour 1 de formation en janvier 2011

Intervenant

ESGM - Anna VALENTIN, conseillère en image



Dates : le vendredi 7 et mercredi 27 septembre

Lieu : dans l'un des OT participants (à définir)

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Coût : 225€ (gratuit pour les OT cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser à l'intérêt de l'observatoire touristique
- Utiliser les indicateurs dans sa stratégie touristique et son management
- Identifier les organismes pourvoyeurs de données, initier la notion de veille
- Définir les besoins d'observation, maîtriser les méthodes de collecte, traitement et analyse des données
- Règles de base de communication et vulgarisation sur les données statistiques

Programme

Les principes de base

- L'intérêt de l'observation locale
- La définition du périmètre d'observation
- La notion de veille

Définition des indicateurs

- Les indicateurs de l'offre touristique : parc des hébergements, lieux de visite, activités et animations, équipements structurants, services liés au tourisme
- Les indicateurs de la demande touristique : nombre de visiteurs des équipements, nombre de nuitées dans les hébergements, chiffres d'affaires, satisfaction, profil, comportements de consommation
- Les indicateurs de l'activité touristique : retombées économiques, emplois, taxe de séjour...

Collecte et traitement des données

- Les différents modes de collecte possibles
- Comment organiser la collecte
- Comment traiter les données

Analyse et communication des données

- Comment analyser les données
- Comment diffuser les résultats

Méthode pédagogique

- Apport théorique et application pratique : tableaux de bord excel
- Exercices pratiques sur PC

Public

Responsables, directeurs d'offices de tourisme

Intervenant

PROTOURISME



DIF - Savoir prendre de belles photos touristiques pour mettre en valeur son territoire

Date : à définir (octobre)

Lieu : Mulhouse

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Cette formation peut s'effectuer dans le cadre du DIF (coût de la formation en fonction du nombre de participants)

Objectifs pédagogiques

- Améliorer sa communication par l'image
- Acquérir les connaissances de base d'un appareil numérique et des aspects artistiques de l'image
- Savoir utiliser l'intégration de photos dans la promotion touristique

Programme

1 - Connaissances de base d'un appareil photo

- Les principes de base de la photographie
- Les fonctionnalités de l'appareil et les règles artistiques d'écriture de l'image
- Obtenir des images qui soient le reflet de l'expression désirée (à travers des exemples concrets)
- Pratique : exercice de prise de photos

2 - L'image et son message

- Véhiculer un message simple et évocateur à travers une photo : ambiance, valeur, vision, ...
- Transformer une simple image en outil de promotion et en vecteur de communication
- Cas pratique avec des photos réalisées par les stagiaires

3 - Workshop et post-traitement

- Apprentissage du flux de traitement, depuis l'importation des photos, le catalogue et le post-traitement, jusqu'à la publication des photos sur le web
- Maîtrise du post-traitement de base : colorimétrie, recadrage, amélioration de l'image ...
- Les retouches de base : suppression d'un élément gênant, rajout d'un élément, d'un texte, ...

4 - Le droit à l'image

- Les principes de base du droit à l'image

Méthode pédagogique

- Nombreux exercices pratiques
- Avant la formation : questionnaire envoyé aux stagiaires pour mieux connaître leur niveau et pour adapter la formation en fonction des besoins exprimés

Matériel :

- Venir avec son appareil photo (Bridge, Reflex ...), éventuellement avec son flash, une carte mémoire et une batterie chargée (chargeur préconisé)
- Venir avec son ordinateur portable, équipé si possible avec Photoshop ou Gimp (logiciel gratuit)

Public

- Personnels chargés de la promotion

Intervenant

- Studio Chlorophylle



Date : Mardi 14 février

Lieu : RésOT-Alsace

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Cette formation peut s'effectuer dans le cadre du DIF (coût de la formation en fonction du nombre de participants)

Objectifs pédagogiques

- Connaître et maîtriser le fonctionnement du CMS open source Joomla pour administrer un site web

Programme

- Savoir paramétrer le CMS Joomla
- Connaître le fonctionnement du CMS
- Savoir préparer une architecture de site
- Maîtriser la gestion des articles
- Maîtriser la gestion des menus
- Maîtriser la gestion des modules
- Maîtriser la gestion des templates
- Savoir installer / désinstaller des extensions et des templates
- Connaître un ensemble d'extensions pratiques (traductions, galeries de photos, météo, etc.)

Méthode pédagogique

- Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques effectués par les participants

Public

- Tout public souhaitant s'initier au CMS Joomla, son utilisation et ces fonctionnalités
- Prérequis : connaissance bureautique et internet de base

Intervenant

- Nicolas DREYFUS, consultant



Lundi 10 et mardi 11 septembre

Lieu déterminé en fonction des participants

Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30

Cette formation peut s'effectuer dans le cadre du DIF (coût de la formation en fonction du nombre de participants)

Objectifs pédagogiques

- Être sensibilisé à l'importance d'une orthographe correcte pour la qualité d'un écrit
- Revoir les règles parfois oubliées de l'orthographe et de la grammaire
- Adopter des outils et des techniques pour éviter les pièges de la langue française

Programme

État des lieux

- Analyse des attentes individuelles des participants
- Inventaire des points faibles, des difficultés et définitions d'objectifs

Les règles d'orthographe

- Liste des pièges et des erreurs courantes
- Principaux automatismes de l'orthographe d'usage
- Remise en mémoire des principales règles d'orthographe grammaticale
- Exceptions cachées

Les règles de la grammaire

- Rappel de quelques définitions de base : les accords, les exceptions
- Conjugaison et usage du temps
- Notions de correspondance de temps

Le vocabulaire

- Étude des familles de mots et des origines
- Racines, préfixes, suffixes,
- Synonymes, antonymes

Méthode pédagogique

- Préalable à la formation : test via questionnaire pour permettre à chacun de mesurer ses difficultés et construire son plan de progrès
- Alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application progressifs, individuels, collectifs ou en sous-groupes
- Test de positionnement
- Nombreux exercices développant les qualités visuelles, d'observation et d'attention ; la mémorisation, la fluidité mentale et verbale ; les réflexes et les automatismes
- Remise d'une documentation pédagogique
- Établissement d'un plan de progrès personnel (un outil sera remis aux participants à cet effet)

Public

Tout public souhaitant revoir et appliquer les règles de l'orthographe et de la grammaire française

Intervenant

ESGM Formation - Francine ETTWILLER

Comment s'inscrire ?

1. connectez-vous (avec identifiant et mot de passe) sur www.resot-alsace.fr sous-rubrique « formations 2012 » : en cliquant sur l'intitulé de chaque formation, vous pourrez vous inscrire et consulter, en bas de la page, le programme détaillé de la formation (PDF).
2. le RésOT-Alsace vous envoie alors une fiche d'inscription plus officielle en fonction de votre statut (privé ou public), avec demande de signature. Cette fiche est à renvoyer au plus vite (au RésOT ou au CNFPT en fonction du statut) : c'est elle qui valide votre inscription. Dès lors, votre inscription est définitive. Toute absence ou désistement, quel qu'en soit le motif (maladie ou autre), impliquera le règlement par la structure employant le participant de la totalité des coûts pédagogiques de la formation.

Combien me coûtent ces formations ?

Pour le personnel des offices de tourisme avec statut de droit privé :

Les offices de tourisme qui cotisent au « compte-groupe régional » géré par AGEFOS-PME Alsace (appel à cotisation envoyé en début d'année et à hauteur de 0,7% de la masse salariale) ne paient pas les coûts pédagogiques pour ces formations.

L'AGEFOS-PME verse également, aux entreprises dont les salariés participent aux formations, une allocation de formation et un forfait salaire (fixés par heure/stagiaire).

Pour le personnel des structures touristiques avec statut de droit public :

Le partenariat signé entre le CNFPT Alsace-Moselle et le RésOT-Alsace garantit à toutes ces personnes le droit de participer à certaines formations du catalogue sans frais.

Qui contacter pour une question sur les formations ?

Contenu pédagogique, gestion du plan de formation, autres dispositifs de formation	Inscriptions, versements AGEFOS
Line DILLESEGER ldillenseger@resot-alsace.fr 03 90 56 40 84	Catherine METZGER cmetzger@resot-alsace.fr 03 90 56 40 80