

Catalogue régional de formation

RésOT-Alsace 2010

Pourquoi se former ?

Former, c'est, en reprenant les définitions, donner une forme, façonner, ... c'est donc faire exister ! La formation ne se définit pas seulement comme une adaptation entre des compétences et un poste occupé mais il s'agit aussi de préparer l'avenir, d'anticiper les évolutions de nos métiers. La formation concourt à la fois au dynamisme de la structure et au développement personnel du salarié. C'est une véritable démarche de progression qui en fait un formidable outil de management.

Les 20 formations du plan régional

Choisies en concertation avec les directeurs et responsables des OT alsaciens, elles reprennent les thématiques 2009 : accueil, information, communication, site internet, management, développement touristique. Plusieurs d'entre elles appelées « étape 2 » sont une continuité des formations réalisées les années précédentes et permettent aux stagiaires de se perfectionner dans le domaine concerné.

Le rendez-vous de l'année, le traditionnel stage d'octobre, sera réservé aux thématiques suivantes : « management de la stratégie webmarketing » et « s'exprimer de manière professionnelle ».

Plans locaux

L'Alsace Centrale, le Pays de Thur Doller et l'Alsace du Nord continueront cette année leurs actions de formation dans le cadre des plans locaux.

Les territoires qui souhaiteraient se lancer dans une démarche de professionnalisation territoriale sont invités à se rapprocher du RésOT.

DIF - Nouveauté 2010

Tout salarié en CDI et de plus d'un an dans l'entreprise bénéficie du Droit Individuel à la Formation ; il comptabilise un droit de 20h par an.

Cette année le RésOT propose aux salariés une sélection de formations complémentaires du plan régional, visant à développer leur champs de compétences.

Les dates et lieux de ces formations seront définis en fonction du nombre de personnes intéressées (cf. formulaire d'inscription).

AGEFOS-PME

La nouvelle convention signée confie à l'AGEFOS-PME Alsace pour trois ans la collecte et la gestion de la contribution des OT.

Le compte-groupe régional, alimenté par le versement volontaire des OT, permet aux OT cotisant à ce compte-groupe de bénéficier d'un remboursement total des frais pédagogiques.

CNFPT

Le partenariat est reconduit cette année par avenant. Il permet ainsi aux fonctionnaires titulaires ou contractuels du domaine du tourisme d'être intégralement remboursés pour les formations choisies (frais pédagogiques + forfait de frais annexes).

Modalités d'inscription

- 1 - Remplir le bulletin d'inscription en ligne
- 2 - Le RésOT vous renvoie une fiche d'inscription selon votre statut (associatif ou public)
- 3 - Cette fiche est à retourner signée au RésOT

Accueil

Information

Communication

Internet

Management

Dev. touristique

Plans locaux

DIF





SOMMAIRE

CALENDRIER DES FORMATIONS.....	p. 3
<i>Les thématiques</i>	p. 4 à 36
ACCUEIL.....	p. 4 à 13
INFORMATION.....	p. 14 à 19
COMMUNICATION.....	p. 20 à 23
INTERNET.....	p. 24 à 26
MANAGEMENT.....	p. 27 à 31
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE.....	p. 32 à 34
PLANS LOCAUX DE FORMATION.....	p. 35
DIF.....	p. 36

CALENDRIER DES FORMATIONS 2010 (hors formations PLF et DIF)

Thème et n°	Titre	Intervenant(s)	Dates	Lieu	Nbre h	p.
-------------	-------	----------------	-------	------	--------	----

- JANVIER -

MANAGEMENT 1	Les enjeux de la mise en place de la formation professionnelle et du DIF dans les structures touristiques	ESGM Formation	28	Mulhouse	7 h	27
--------------	---	----------------	----	----------	-----	----

- FEVRIER -

INFORMATION 3	LEI: la cartographie	J-F BAAS	1 et 26	Colm/Rhinau	7 h	16
INFORMATION 4	Connaître son territoire - l'argumentaire alsacien: le patrimoine juif alsacien	M. LAMBERT, M. DREYFUS	9	Sélestat	7 h	17
MANAGEMENT 2	L'entretien de recrutement dans les structures touristiques	BDRH Conseils	REPORTÉE	A définir	14 h	28

- MARS -

ACCUEIL 7 1ère session	Démarche qualité: formation à l'audit conseil	F. PONS	18	Sélestat	7 h	13
ACCUEIL 6 1ère partie	Démarche qualité: outils d'évaluation, synthèse des indicateurs. Mise en place de plans d'action adaptés et évolution de la politique qualité	F. PONS	17	Molsheim	7 h	12
ACCUEIL 5	L'accueil des personnes en situation de handicap (étape 2)	D. RABET	22 et 23	Colmar	14 h	11

- AVRIL -

INFORMATION 5	Argumentaire alsacien: les traditions et nous. Le cycle du printemps et de l'été	G. LESER	21	Benfeld	7 h	18
ACCUEIL 1	Conseiller en séjour (étape 1): stimuler la vente de son territoire par des argumentaires adaptés aux motivations de ses clientèles	C.H. PASCO	26 et 27	Ribeauvillé	14 h	4
COMMUNICATION 1	Savoir travailler avec les journalistes (étape 1)	F. RACHEDI	29 et 30	Sélestat	14 h	20

- MAI -

INTERNET 1	Actualiser et faire vivre son site Internet	À définir	3 et 4	Colmar	14 h	24
ACCUEIL 2	Conseiller en séjour (étape 2): des actions efficaces grâce à une bonne gestion des informations	C.H PASCO	10 et 11	Ribeauvillé	14 h	6
ACCUEIL 6 2ème session	Démarche qualité: formation à l'audit conseil	G. de LINAGE	27	Obernai	7 h	12

- JUIN -

INFORMATION 1	LEI: les techniques de base	J-F BAAS	8	Colmar	7 h	14
ACCUEIL 1 2ème session	Conseiller en séjour (étape 1): stimuler la vente de son territoire par des argumentaires adaptés aux motivations de ses clientèles	C.H. PASCO	10 et 11	Ribeauvillé	14 h	4
ACCUEIL 4	L'accueil des personnes en situation de handicap (étape 1)	D. RABET	17 et 18	Strasbourg	14 h	10
ACCUEIL 3	La gestion des situations difficiles à l'accueil	GERFO	A définir	A définir	21 h	8

- SEPTEMBRE -

MANAGEMENT 3	Développer la motivation de son équipe	G.MAESCHLING	6 et 7	Mulhouse	14 h	30
INFORMATION 2	LEI: utilisation de la cybtour	J-F BAAS	28	Colmar	7 h	15

- OCTOBRE -

COMMUNICATION 2	Savoir travailler avec les journalistes (étape 2)	F. RACHEDI	À définir	A définir	14 h	21
COMMUNICATION 3	S'exprimer avec aisance et conduire une réunion	ESGM Formation	11, 12 et 13	A définir	21 h	22
INTERNET 2	Management de la stratégie webmarketing, fidélisation et gestion de la relation client via Internet	À définir	11, 12 et 13	À définir	21 h	25
INFORMATION 6	Connaître son territoire - l'argumentaire alsacien: les légendes alsaciennes	G. LESER	20	A définir	7 h	19

- NOVEMBRE -

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 1	Le marketing touristique territorial	C. H. PASCO	4 et 5	A définir	14 h	32
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2	Développement touristique durable (étape 2) : la communication responsable	Association Rhin Vivant	22 et 23	A définir	14 h	34



ACCUEIL 1 - Conseiller en séjour (étape 1) : stimuler la vente de son territoire par des arguments adaptés aux motivations de ses clientèles

Les lundi 26 et mardi 27 avril 2010. Le lieu sera fixé en fonction des OT participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 337,50 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Aider les OT en démarche qualité à répondre aux engagements suivants de la marque QUALITE TOURISME™ :
4.8.2 : la demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination.
4.9.3 : le personnel d'accueil doit interroger précisément le visiteur pour bien identifier sa demande.
4.9.4 : le personnel d'accueil répond précisément à la question posée, puis élargit la demande pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat.
- Mieux connaître les clientèles présentes sur son territoire et leurs motivations, les leviers susceptibles de les faire consommer
- Appréhender les techniques de prescription-vente et conduire un entretien ; savoir argumenter efficacement sa destination et son offre touristique : prestation simple ou produit
- Savoir adapter sa prescription vente au client, sa demande et ses motivations
- Se doter d'outils d'aide à la relation client (argumentaire)
- Savoir consolider sa relation client en élimant ses principaux défauts

Programme

1 - Les attentes essentielles des clientèles, l'identification des modes de consommation, leur type de séjour, leur relation à la découverte du territoire et la pratique d'activités

2 - La valeur ajoutée du conseil en séjour : clés de la personnalisation

3 - Repérer les styles de public, les attitudes et comportements d'achat

- Définir une typologie de clientèles par type de demandes et de leurs principales motivations
- Les points d'appuis pour susciter chez le client l'envie d'explorer l'offre
- Dégager des argumentaires adaptés à son territoire et aux clientèles accueillies pour stimuler la consommation

4 - Les techniques d'entretien de prescription vente

- L'écoute active et les questions utiles pour instruire une demande
- L'identification, à travers la découverte, des motivations et des moteurs d'achat
- L'argumentaire et son adaptation au client : caractéristiques d'une découverte, d'une activité - les bénéfices pour le client, moyens pour dynamiser la consommation touristique
- La maîtrise des objections : les différents types d'objections, leur traitement
- Le signal d' « achat » et la conclusion de l'entretien : accord de prescription, la réservation, la vente

5 - Les outils d'aide à la prescription-vente : guide d'entretien avec le client, argumentaires de vente

6 - Applications pratiques

- Mises en situation de prescription à partir des exemples des participants : réservation, vente des prestations simples (visite guidée, hébergement, produit boutique....) ou forfaitée (selon production organisée)
- Travaux de groupes d'entraînement sur la technique argumentaire de vente (du pays : découverte et activités, par exemple) : structure et sélection des arguments ... au bénéfice des clientèles ... et avec un vocabulaire adapté
- Synthèses argumentaires (sur 3 critères) par type de clientèles / motivations ciblées et mises en situation de prescription vente

Méthode pédagogique

Apports méthodologiques et études de cas concrets

Travaux de groupes sur : les argumentaires et l'expertise croisée ; les outils d'aide à la relation client pour un usage mutualisé

Mises en situation et analyse

Dossier complet remis à chaque participant

Remarque spécifique : un travail est demandé aux participants avant la formation ainsi que leurs attentes

Suivi post-formation assuré par la formatrice pendant 3 mois

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour

Les OT en démarche qualité et dont l'audit conseil 2009 a diagnostiqué ce besoin de formation seront prioritaires.

Intervenant

Claude-Hélène PASCO



ACCUEIL 2 - Conseiller en séjour (étape 2) : des actions efficaces grâce à une bonne gestion des informations

Les lundi 10 et mardi 11 mai 2010. Le lieu sera fixé en fonction des OT participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 337,50 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- S'approprier la méthodologie de gestion et de traitement des informations en appui des missions de l'Office de Tourisme
- Réaliser un inventaire des informations nécessaires en précisant le degré de finesse requis pour chacune
- Apprendre à travailler en réseau pour optimiser la collecte des données auprès des prestataires et le partage des informations entre les points d'accueil d'un territoire
- Savoir mettre en place des procédures adaptées à la gestion des informations
- Optimiser la relation client avec les outils d'accueil et d'information à distance
- Savoir mettre en valeur l'information utile au client dans l'espace d'accueil
- Apprendre à organiser la gestion de la documentation en fonction des attentes des clients et apprendre à construire des outils

Programme

1 - Quelle information donner ?

- Les domaines d'information à gérer en regard de la démarche Qualité régionale basée sur le référentiel de la marque QUALITE TOURISME™
- L'information et le service destinés au client, au prestataire, à la collectivité. La typologie des informations en fonction des destinataires.
- Méthodes d'analyses de la nature des demandes comme fondement des objectifs de gestion des informations
- Les notions de normes, labels et classements appliqués à l'offre de son territoire

2 - Les qualités de l'information

- Pertinence, adaptation, fiabilité, exhaustivité, exactitude et leur application sur les supports (brochures, fichiers, site internet ...) de l'OT
- Le choix et la validation des sources (veille sur le territoire) ; outils : bases de données....
- Les différentes procédures et les règles de gestion et traitement des informations depuis le recueil des données jusqu'à la mise à jour des informations stockées ; mise en pratique de procédures en regard de celles préconisées dans la marque QUALITE TOURISME™ et les outils associés
- Le partage de l'information ; stimulation des partenaires pour qualifier et fiabiliser l'information et au bénéfice de la prescription

3 - Les spécificités du courriel

Préparation des réponses en ligne, personnalisation des outils, optimisation des fonctions, les informations associées

4 - Dans l'espace d'accueil

- Mise en valeur de l'information et choix de supports, valorisation de l'offre et de l'identité locale
- L'information : outil de prescription de l'offre et de facilitation de la relation client
- Le référencement de la documentation, hiérarchisation et classement
- La gestion et l'actualisation des stocks de documentations
- La documentation en libre service : sa sélection et sa mise en valeur pour faciliter la compréhension du client

Méthode pédagogique

Exposés et apports méthodologiques

Etudes de cas sur le vécu des participants

Elaboration d'outils

Travaux de groupe sur les outils

Dossier complet remis à chaque participant

Remarques spécifiques : un travail est demandé aux participants avant la formation ainsi que leurs attentes / Des test sur la qualité de l'information des sites wes sont réalisés avant la formation.

Suivi post-formation assuré par la formatrice pendant 3 mois

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour et personnes en charge de la gestion de l'information à l'OT

Référents Qualité

Directeurs et responsables

Il est conseillé d'avoir fait une formation « conseiller en séjour étape 1 » pour participer à cette formation

Intervenant

Claude-Hélène PASCO



ACCUEIL 3 - La gestion des situations difficiles à l'accueil

Les lundi et mardi 21 et 22 juin 2010 (1ère partie) et le lundi 4 octobre 2010 (2ème partie). Le lieu sera fixé en fonction des OT participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 506,25 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Connaître et comprendre les principes de gestion des situations violentes ou agressives
- Etre en mesure de faire face aux situations violentes ou agressives dans les espaces d'accueil des Offices de Tourisme

Programme

1 - La théorie de l'agression

- Le sentiment d'insécurité
- Le processus de l'agression
- La prise de contrôle
- Les réponses décalées
- Les niveaux d'agression (insultes - menaces - agressions physiques)
- Observer et comprendre ce qui se passe
- Agir et réagir pendant et après l'agression
- Le traumatisme psychologique

2 - Le cadre juridique (légitime défense, assistance à personne en danger, état de nécessité)

3 - Les techniques comportementales de sécurité

- Observation (les yeux, les mains, le corps)
- Ne pas subir l'agression, mais être acteur de son évolution
- Rester maître de la distance entre soi et l'autre
- Positionnement, attitudes
- Utilisation de la parole, du geste, du regard
- Capter le regard de l'autre
- Adéquation du geste et du langage
- Parler avec son corps
- Utilisation de l'environnement à son avantage - S'en faire un allié
- Les spécificités féminines face à une agression
- Les personnes sous dépendance (alcool, drogues, médicaments ...)
- Intervenir en équipe
- Attendre du renfort
- Intervenir face à un groupe
- Séparer deux personnes qui se battent
- Les agressions au téléphone

4 - **Mise en pratique** : chacun de ces scénarii a été tiré d'expériences vécues et met en lumière un point précis de la formation, par exemple :

■ Être en situation d'écoute pour anticiper un conflit

Le conseiller en séjour est pris à parti par un visiteur suite à une annonce encore affichée mais obsolète

■ Gérer une situation de conflit afin de prévenir toute escalade

Réception d'un client passablement énervé suite à une trop longue attente

■ Désamorcer une agression sans entrer dans un rapport de force

Afin de se faire entendre, un client fait un scandale et s'empare d'un objet pour menacer les personnes présentes

■ Recevoir une personne en état de dépendance

Le conseiller en séjour reçoit un client sous l'emprise d'alcool, médicaments ou drogues, qui tient des propos incohérents.

■ Faire stopper une agression entre deux visiteurs

Le conseiller en séjour renseigne un visiteur, puis est interrompu par un autre client, qui prétend qu'on lui a pris son tour dans la file d'attente

■ Recadrer un client aux propos racistes

Un visiteur vient compléter ses renseignements, les informations obtenues ne lui convenant pas.

Méthode pédagogique

La formation prend comme base de travail le cadre réglementaire de l'Entreprise.

Elle utilise comme matière à travailler le vécu des stagiaires. L'ensemble des apports théoriques est adapté constamment à la réalité rencontrée sur le terrain.

Afin de vérifier la bonne assimilation des enseignements, des mises en situation sont réalisées, en salle et sur le terrain (dans la mesure du possible) ; elles font intervenir tour à tour tous les stagiaires qui mettent là en pratique les techniques comportementales de sécurité.

Public(s) concerné(s)

Toute personne en situation d'accueil dans la structure

Intervenant

Didier CHASSEROT et Béatrice DELEGLISE du cabinet GERFO sont spécialistes dans la formation à la gestion d'agression et la sécurité des personnes. Ils sont déjà intervenus à ce titre dans le réseau en 2003 et 2005.

Ils réalisent également des audits sécurité et gèrent la sécurité de grands évènements.



ACCUEIL 4 - L'Accueil des personnes en situation de handicap (étape 1)

Les jeudi 17 et vendredi 18 juin 2010 à Strasbourg

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 300 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Être en mesure de prendre en compte les différentes déficiences dans les services de l'accueil et de l'information
- Être capable de recenser l'offre du territoire adaptée à l'accueil des personnes en situation de handicap
- Tenir un rôle moteur sur son territoire pour l'accueil des personnes en situation de handicap

Programme

- Notions de handicap et d'accessibilité
- Présentation des diverses déficiences
- La gestion de l'information touristique adaptée
- Comment aménager son espace d'accueil et d'information pour optimiser l'accueil des personnes en situation de handicap

Méthode pédagogique

Livret de stage et nombreux documents
Présentation d'outils pour améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap
Mise en situation d'accueil

Public

Conseiller en séjour, chargés de mission
Responsables d'OT

Intervenant

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



ACCUEIL 5 - L'Accueil des personnes en situation de handicap (étape 2)

Les lundi 22 et mardi 23 mars 2010 à Colmar (CNFPT)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 300 € (si OT non 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 tenant 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 de brochures touristiques, affichettes réalisées par les OT
- Mise en situation d'accueil

3 - La déficience mentale

- Etude de cas, partage d'expérience
- Point sur l'utilisation des pictogrammes

4 - La déficience motrice

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

5 - Le recensement de l'offre accessible aux personnes en situation de handicap

- 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

Public

Intervenant

Mise en situation
Manipulation d'outils spécifiques

Personnes ayant suivi la formation initiale "accueil des personnes en situation de handicap"

Dominique RABET, spécialiste de l'accueil des personnes en situation de handicap dans les OT
Personnes référentes en Alsace pour l'utilisation du label



ACCUEIL 6 - Démarche qualité : outils d'évaluation, synthèse des indicateurs. Mise en place de plans d'actions adaptés et évolution de la politique qualité

*Le mercredi 17 mars et le jeudi 28 mai 2010
Lieu : chez un des OT participants*

9h - 12h / 13h30 - 17h30

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

Objectifs pédagogiques

- Savoir mesurer l'efficacité de son système qualité
- Acquérir les connaissances nécessaires pour la rédaction de sa politique qualité avec des objectifs mesurables
- Savoir mettre en place des bilans qualité et des plans d'actions raisonnables et efficaces

Programme

1 - Définition des objectifs à atteindre

- Mes clients : quels sont les cibles clients ?
- Mes objectifs : définir des objectifs prioritaires
- Le suivi de mes objectifs : mise en place des outils d'évaluation, de leur suivi ; définition de la fréquence

Travail des participants entre les deux sessions : définition de leurs objectifs

2 - Synthèse des résultats et élaboration de plans d'actions

- Synthèse et analyse des résultats : regroupements des incidents récurrents et des « bonnes idées » des OT
- Présenter des exemples de bilans qualité : formaliser les améliorations possibles, émission de fiches d'actions préventives
- Présenter le plan des actions préventives et correctives des OT : proposition de plans d'actions curatives, de fiches d'actions préventives et correctives à mettre en oeuvre en interne et au niveau de la destination
- Mise à jour des engagements qualité : comment réaliser un suivi efficace de mon plan d'action et comment réactualiser ma politique qualité

Méthode pédagogique

En plus des apports théoriques, la formation sera fortement basée sur le vécu des participants et sur leur travail de définition de leurs objectifs entre les deux sessions.

Public(s) concerné(s)

Directeurs et responsables des OT engagés en démarche qualité
Référénts Qualité des OT engagés en démarche qualité

Intervenant

Fabienne PONS, spécialiste de la mise en place des démarches qualité en OT. Elle intervient en Alsace depuis 2007 pour l'initiation à la démarche qualité et la formation aux audits conseils.



Le jeudi 18 mars 2010 à l'OT de Sélestat

Le jeudi 27 mai 2010 à l'OT d'Obernai

Une des deux sessions à choisir

9h - 12h / 13h30 - 17h30

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

Objectifs pédagogiques

- Savoir réaliser son audit interne
- Être en mesure d'identifier et de mettre en œuvre un plan d'actions correctives

Programme

1 - Présentation des exigences et des outils

- Présentation de la grille d'audit : définition des différents modes de contrôle (documentaire, visite d'audit, test client mystère, questionnaire, etc...) à partir des critères de la marque QUALITE TOURISME™
- Présentation du planning d'audit : désigner un responsable du suivi pour chaque action corrective majeure et mineure.

2 - les exemples de plan d'action

- Réaliser un audit documentaire : analyse des documents exigés
- Réaliser l'audit terrain et ses différentes phases : pour chaque journée, les apprenants seront formés à l'analyse du fonctionnement des OT (tantôt en situation d'auditeur, tantôt en situation d'audité, tantôt en situation d'observateur)
- Rédiger le rapport d'audit
- Piloter l'après visite : les actions correctives. A l'aide du support internet d'autoévaluation, constater les points forts, les non-conformités, notifier les écarts relevés. Conception par les auditeurs d'un plan d'action échéancé et justifié
- Bilan de la formation

Méthode pédagogique

Apports théoriques
Mise en situations

Public(s) concerné(s)

Directeurs et responsables des OT engagés en démarche qualité
Référénts Qualité des OT engagés en démarche qualité

Intervenants

Fabienne PONS, spécialiste de la mise en place des démarches qualité en OT. Elle intervient en Alsace depuis 2007 pour l'initiation à la démarche qualité et la formation aux audits conseils.



INFORMATION 1 - LEI : les techniques de base

Le mardi 8 juin 2010 à Colmar (IUT)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 100 € (si OT non 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 2 - LEI : utilisation de la cybtour

Le mardi 28 septembre 2010 à Colmar (IUT)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 100 € (si OT non 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 3 - LEI : la cartographie

Le lundi 1er février 2010 à Colmar (IUT) / 26 février à Rhinau

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 100 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le nouveau 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 4 - Connaître son territoire - l'argumentaire alsacien : le patrimoine juif alsacien

Le mardi 9 février 2010 à Sélestat (Salle Sainte Barbe)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 75 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Être en mesure de donner au visiteur les éléments nécessaires à la découverte du patrimoine juif alsacien
- Savoir étonner et rassurer le visiteur sur la thématique du patrimoine juif en Alsace
- Continuer la rédaction de l'argumentaire alsacien sur la thématique du patrimoine juif

Programme

1 - Présentation générale de l'histoire du judaïsme

2 - Le judaïsme au fil ...

- d'une journée : les prières de la journée, le sabbat, ...
- d'une année : le Nouvel An, le Grand Pardon, les récoltes, la fête des Lumières, le carnaval, Pâque
- d'une vie : circoncision, Bar Mitzvah, fiançailles, mariage, deuil

3 - Escapade juive en Alsace

- patrimoine, culture, art, symboles historiques, architecture
- les hommes, la perception des Juifs en Alsace

4 - A la découverte de la gastronomie juive alsacienne (repas casher)

5 - Découverte du patrimoine juif de la ville de Sélestat : la synagogue, le bain rituel, le cimetière

6 - Création de l'argumentaire alsacien sur le patrimoine juif

Méthode pédagogique

Présentation du patrimoine

Visites de sites

Livre sur le judaïsme en Alsace remis aux participants

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour

Responsables / directeurs

Administrateurs

Intervenants

■ M. LAMBERT, spécialiste du judaïsme en Alsace, et M. DREYFUSS

■ Claude ACH et Claude WEIL, de la communauté juive de Sélestat (pour la présentation des sites sélestadiens)



INFORMATION 5 - Connaître son territoire - L'argumentaire alsacien : Les traditions et nous, le cycle du printemps et de l'été

Mercredi 21 avril 2010. Lieu à Benfeld

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 100 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Mieux connaître les traditions alsaciennes, en particulier les rites liés au cycle calendaire entre Carnaval et les moissons de l'été
- Savoir mettre en valeur ces spécificités
- Être en mesure d'étonner sur les traditions
- Continuer l'argumentaire alsacien "rassurer / étonner" (commencé en 2008) sur les thèmes proposés

Programme

- Le cycle de la grande fête de Pâques : Carnaval, les 40 jours de Carême, la Semaine Sainte, le dimanche de Pâques, le lièvre de Pâques, ...
- Les coutumes associées au printemps : les arbres de mai, les saints de glace, l'estive, ...
- La fête de Pentecôte : les rogations, les Pfingschtapflitteri
- Les bûchers de la Saint Jean
- Les travaux de la fenaison et les moissons
- Les vendanges et les récoltes de fruits
- Création de l'argumentaire

Méthode pédagogique

Apports théoriques
Support documentaire remis aux participants

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour
Responsables / directeurs
Administrateurs

Intervenant

Gérard LESER historien du folklore alsacien, animateur et conférencier sur les traditions alsaciennes, auteur de nombreux ouvrages sur le sujet et professeur à l'Université Populaire de Mulhouse



INFORMATION 6 - Connaître son territoire - L'argumentaire alsacien: Les légendes alsaciennes

Mercredi 20 octobre 2010. Lieu à définir

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 100 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Partir à la découverte des légendes alsaciennes
- Savoir mettre en valeur ces spécificités
- Être en mesure d'étonner avec les légendes alsaciennes
- Continuer l'argumentaire alsacien "rassurer / étonner" (commencé en 2008) sur les légendes

Programme

- La différence entre le conte (das Märchen) et la légende (die Legende)
- Les légendes les plus connues d'Alsace et leur évolution dans le temps
- Les personnages des légendes alsaciennes : les gnomes, nains et lutins ; les géants ; le diable ; les sorcières, ...
- Les légendes en fonction des différents territoires alsaciens : Hautes Vosges, Haute et Basse Alsace
- Les éditions des légendes et leurs auteurs : , August Stoeber (fondateur des arts et traditions populaires et des légendes d'Alsace), l'abbé Charles Braun (Légendes du Florival), Jean Variot (Légendes et traditions orales d'Alsace), Paul Stintzi, Gabriel Gravier, ...
- Les légendes alsaciennes aujourd'hui
- Création de l'argumentaire sur les légendes

Méthode pédagogique

Apports théoriques
Support documentaire remis aux participants

Public(s) concerné(s)

Conseillers en séjour
Responsables / directeurs
Administrateurs

Intervenant

Gérard LESER historien du folklore alsacien, animateur et conférencier sur les traditions alsaciennes, auteur de nombreux ouvrages sur le sujet et professeur à l'Université Populaire de Mulhouse



COMMUNICATION 1 - Savoir travailler avec les journalistes (étape 1)

Jeudi 29 et vendredi 30 avril 2010 à Sélestat

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 200 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Savoir mettre en place des relations presses efficaces
- Être en mesure d'organiser une stratégie media
- Savoir mettre en place des opérations et des outils de presse efficaces

Programme

- Mieux connaître les médias (leurs contraintes et leurs attentes, pour gérer au mieux l'information et la diffuser)
- Rédiger et diffuser un communiqué de presse
- Rédiger et diffuser un dossier de presse ou une information de presse (savoir mettre en valeur l'information prioritaire, élaborer et gérer un fichier presse)
- Organiser une opération de presse (gérer un entretien avec un journaliste)
- Définir une stratégie de communication avec la presse professionnelle touristique et le grand public
- Exercices pratiques
- Se fixer des objectifs individuels réalisables pour l'année en cours, avec les conseils de la formatrice

Méthode pédagogique

Nombreux exercices pratiques

Support documentaire remis aux participants (cahier pédagogique d'une vingtaine de pages) : communiqué de presse type, dossier de presse global, procédure pour l'organisation d'une opération de presse)

Public(s) concerné(s)

Chargés de communication, personnes en lien avec les médias.

Directeurs / responsables

Intervenant

Fatiha RACHEDI, responsable communication et relations presses au CRT Alsace



COMMUNICATION 2 - Savoir travailler avec les journalistes (étape 2)

Automne 2010

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 200 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Savoir mettre en place des relations presses efficaces
- Être en mesure d'organiser une stratégie media
- Savoir mettre en place des opérations et des outils de presse efficaces

Programme

1 - Approfondissement des bases rédactionnelles

- Le communiqué de presse
- Le dossier de presse
- Exercices pratiques

2 - Contacter un media pour lui proposer un sujet sur mon territoire

- Les différentes étapes et les manières de faire
- Comment répondre à une interview
- Se fixer des objectifs individuels réalisables pour l'année en cours, avec les conseils de la formatrice

Méthode pédagogique

Nombreux exercices pratiques
Support documentaire remis aux participants

Public(s) concerné(s)

Chargés de communication, personnes en lien avec les medias.
Directeurs / responsables

Il est conseillé d'avoir fait une formation « Savoir travailler avec les journalistes - étape 1 » pour participer à cette formation.

Intervenant

Fatiha RACHEDI, responsable communication et relations presses au CRT Alsace



COMMUNICATION 3 - S'exprimer avec aisance et conduire une réunion

Stage d'octobre : lundi 11, mardi 12 et mercredi 13 octobre 2010

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 431 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Acquérir plus d'aisance dans les situations de prise de parole
- Renforcer ses capacités naturelles à analyser, à structurer la prise de parole et à exploiter le langage non verbal
- Dépasser les freins à l'expression par un entraînement intensif à la prise de parole dans les situations professionnelles les plus diverses
- Développer les capacités des participants à réussir leurs réunions (préparation, participation, animation, suivi)
- Structurer une réunion
- Maîtriser les phénomènes de groupes
- Produire et concrétiser en groupe les résultats d'une réunion

Programme

1 - L'expression orale

- Principe de base de la communication : émetteur, récepteur, parasites entre les deux
- L'expression orale : rapport au langage, rapport à soi-même, rapport aux autres, rapport au monde extérieur
- Techniques d'expression orale : respiration, voix, articulation, rythme, répétition
- La communication non verbale : les territoires, la proxémie, les postures, les gestes, le visage et les mimiques, le regard
- Le trac : description, comment maîtriser son trac
- Convaincre un auditoire : état d'esprit, dire quoi quand à qui et comment, la motivation, la préparation, la démarche commerciale AIDA
- Prendre la parole en public : exercices de prise de parole, détections des principales difficultés

2 - Animer une réunion

- La préparation de réunions : objectifs, rôle à jouer, structuration, ordre du jour, moyens techniques
- L'intervention en réunion : attitude participative, écoute active, les bonnes questions à poser, oser prendre la parole et oser dire ce qu'on pense, déterminer et organiser les éléments de son intervention, choisir une logique de présentation, mettre en valeur ses points forts et ses arguments, faire progresser le débat, produire et concrétiser avec le groupe
- La pratique de l'animation de réunion : les 3 fonctions de l'animateur - clarifier, dynamiser, réguler
- Les techniques à mettre en oeuvre : faire remonter les informations et les gérer, favoriser la libre expression, concilier les opinions divergentes, recentrer la discussion, canaliser et réguler les tensions, trouver les solutions, faciliter l'émergence de plans d'actions opérationnels
- Le suivi des réunions et le rôle de chacun dans ce suivi : prise de notes et compte-rendu, relevé de décisions et plan d'action, suivi des décisions

Méthode pédagogique

Essentiellement actives, elle impliquera directement les participants
Apports théoriques illustrés par des mises en situation
Utilisation des exemples suggérés par les stagiaires
Simulation de réunions et de prises de parole en public
Utilisation de la vidéo pour les mises en situation

Public(s) concerné(s)

Responsables / directeurs
Tout salarié amené à animer des réunions de travail
Administrateurs

Intervenant

ESGM Formation



INTERNET 1 - Actualiser et faire vivre son site internet

Les lundi 3 et mardi 4 mai à Colmar (Lycée Saint Jean)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 375 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'enjeu des sites internet d'aujourd'hui
- Optimiser et dynamiser le site internet de l'office de tourisme

Programme

- Les grandes lignes du marketing Internet. A quoi doit servir un site de destination ?
- Bien connaître son public et ses attentes en termes de services en ligne
- Développer l'interactivité de son site internet, comment animer et actualiser son site internet : l'aspect qualitatif (rédactionnel, images, ...) et le web 2.0 (dont les réseaux sociaux)
- Le concept de personnalisation d'un site : principes et illustrations en ligne
- Évaluation des sites internet des participants : leurs atouts, les pistes d'amélioration
- La stratégie Internet du CRT
- Présentation du site unique et son importance pour les OT. Quel rôle pour les OT, quelles collaborations ? Pour quels bénéfices ?
- Dernière demi-journée : questions / réponses sur la mise en œuvre des points évoqués pendant la formation ⇒ web éditorial, profilage, réseaux sociaux, collaboration OT-CRT

Méthode pédagogique

Quizz, interactivité

Questions / réponses en « speed dating »

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge du développement du site internet et de la communication

Directeurs / responsables

Intervenants

CRT Alsace : Nadège MOREAU et Cyrille MULLER

RésOT-Alsace : Paul FABING



INTERNET 2 - Management de la stratégie webmarketing, fidélisation et gestion de la relation client via internet

Les lundi 11, mardi 12 et mercredi 13 octobre 2010. Lieu à définir

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 375 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Connaître les attentes et l'utilisation des internautes « Touristes »
- Effectuer une veille stratégique et concurrentielle sur Internet en terme de e-tourisme
- Être capable de lancer son plan web marketing
- Faire évoluer son site internet
- Suivre et réagir sur son référencement et son positionnement
- Maintenir le lien commercial avec les clients

Programme

1 - S'approprier les outils indispensables à une véritable stratégie e-marketing

- *Le jargon « Internet » de 2010* pour démystifier l'outil et ses termes techniques
- *Approche juridique relative à l'animation de la stratégie Web* : respecter la propriété intellectuelle des tiers, connaître le cadre légal et juridique de vos réalisations, gérer les noms de domaines déposés, intégrer les mentions légales et les droits d'auteurs, gérer les contacts récoltés sur le site Internet, savoir lire le contrat qui vous lie à votre prestataire Web, rechercher efficacement l'information juridique sur Internet
- *Prendre le contrôle de son site Internet et/ou mener un projet de refonte Web* : l'interface d'administration du site, le contenu éditorial, les photos et visuels, les infos commerciales et d'actualité, les tendances ergonomiques de 2010/2011, les solutions technologiques pour une refonte de solution web, les éléments indispensables à intégrer à mon cahier des charges
- *Savoir analyser ses statistiques* : les logiciels préinstallés sur votre site et/ou gratuits en ligne (Google Analytics) ; les critères à analyser en priorité ; connaître ses visiteurs, leur mode de visite et la concrétisation ou non de ces visites ; les actions marketing et le référencement à mener pour optimiser son positionnement
- *Promouvoir son site Internet au milieu de sa « bulle Internet »* : mettre en place une campagne de liens commerciaux en relation avec un événement, des hébergements, un lieu touristique ... (Google Adwords, Yahoo Search Marketing) ; profiter du marketing viral, les supports et outils à mettre en place sur votre site ; savoir faire parler de soi et développer une stratégie de blog tourisme qui humanise votre relation avec les internautes ; savoir ce que recherchent les touristes et pas forcément sur votre site (notion de flux RSS et le transformer en outil de veille) ; exploiter sa bulle Internet (video, cartes postales sur Flickr, ...)

2 - Générer du contenu de qualité et pertinent vers et depuis votre site internet pour offrir une source d'information complète à vos clients ou prospects

■ Web 2.0 et Internet communautaire : les nouveaux termes du web 2.0 et démonstration d'outils entrant au cœur de votre activité : Syndication, Flux d'information, Affiliations, Guides Électroniques, Mobiles, ...

■ Référencement naturel / campagnes de liens commerciaux : suivre le référencement de son site Internet et analyser les résultats des moteurs de recherche ; l'utilisation des mots clés par les internautes, lancer une campagne de liens commerciaux, les principaux acteurs, définir son budget et ses objectifs, rédiger des annonces commerciales, cibler la clientèle souhaitée, suivre sa campagne et réagir rapidement

■ Webmarketing : les outils de marketing direct, Gestion de la Relation Client, outils de One to One, les supports ludiques et jeux concours, la prospection et la fidélisation par emailing, l'affiliation et la syndication (faire des site touristiques partenaires des agents commerciaux de votre structure)

■ Interactivité avec mon touriste : pourquoi et comment créer un blog, pourquoi et comment mettre en place une newsletter, intégrer l'Internet Mobile et le M-Tourisme, pourquoi et comment mettre en place un groupe de discussion, identifier les bases de données Clients

3 - Les webservices internes et les outils de veille touristique

■ Pour une meilleure organisation interne et gestion de sa structure : email, agendas partagés, wiki, docs partagés, sondages en ligne

■ Outils : Google Documents, Bloc Notes, I Google, Netvibes, Affiitiz, ...

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC - Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge du développement du site internet et de la communication
Directeurs / responsables

Intervenant

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



MANAGEMENT 1 - Les enjeux de la mise en place de la formation professionnelle et du DIF dans les structures touristiques

Le jeudi 28 janvier 2010 à Mulhouse (15 avenue Clémenceau, dans les locaux de ESGM Formation)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 148,75 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

Permettre aux stagiaires de :

- Élaborer son plan de formation au regard de la réglementation actuelle
- Utiliser la formation au service de la stratégie de la structure
- Construire le plan de formation en l'associant aux autres dispositifs de formation (DIF, CIF, périodes de professionnalisation, ...)
- Intégrer la formation dans l'entretien individuel

Programme

1 - Articuler plan de formation et stratégie d'entreprise

- La place de la formation dans la politique « Ressources Humaines » de l'entreprise et l'articulation plan de formation et GPEC (Gestion Prévisionnelle Emploi/Compétences)
- Le rôle renforcé des acteurs : direction, managers, salariés, représentants du personnel
- Les différentes catégories d'actions prévues au plan (adaptation au poste, évolution de l'emploi, développement des compétences)
- L'affirmation du droit de la formation tout au long de la vie : le droit individuel à la formation (DIF)
- La co-responsabilité employeur/salarié
- L'articulation possible Plan de formation / DIF
- L'individualisation et le principe de professionnalisation des parcours de formation ; l'articulation possible DIF / période de professionnalisation
- Formation sur le temps de travail et hors temps de travail
- Le droit au DIF selon les différents contrats de travail
- Le sort du DIF en cas de rupture du contrat de travail

2 - L'entretien professionnel depuis la réforme formation

- Faire de l'entretien professionnel un outil de management et de développement des compétences
- Délimiter le cadre de l'entretien professionnel ; les 5 étapes clés
- Choisir son approche formation, élabore son support
- La préparation de l'entretien professionnel : du salarié et du responsable
- Elaborer son plan de développement personnel
- Construire son plan de formation personnel

Méthode pédagogique

Fiches de synthèse
Exemples de démarches d'entreprise
Exemples de trames d'entretien professionnel

Public(s) concerné(s)

Directeurs ou responsables, présidents
Personnes en charge du plan de formation de la structure

Intervenant : ESGM Formation



MANAGEMENT 2 - L'entretien de recrutement dans les structures touristiques

(23 et 24 février) REPORTEE AU 1er ET 2 JUILLET

Lieu : en fonction des participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 342,75 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Découvrir les techniques de recrutement d'un collaborateur
- Limiter les facteurs d'erreur dans le recrutement de collaborateurs
- Développer l'efficacité de la structure et des personnes (l'étape de recrutement étant essentielle à la bonne cohésion et aux résultats de l'équipe des collaborateurs)

Programme

Jour 1 - Les techniques de recrutement

Stratégie et objectifs du recrutement

- Découverte des enjeux
- Le recrutement et la loi
- Les acteurs du recrutement
- Les supports du recrutement

Les techniques de l'entretien de recrutement

- Entretien individuel, de groupe, pour quoi faire ?
- Conduire un entretien individuel, méthode et étapes
- Les outils du recrutement
- Les bonnes attitudes
- Les erreurs à ne pas commettre

L'embauche

- Prendre la décision d'embauche
- Intégrer le candidat au poste
- Le suivi du candidat

Jour 2 : l'entretien individuel de recrutement

Approfondir les techniques d'entretien par la mise en situation

- Jeux de rôles
- Entretiens face à face
- Travail avec caméra

Synthèse et bilan

- Réaliser son plan d'action individuel
- Evaluation/ bilan

Méthode pédagogique

Apport méthodologiques, conseils, ateliers de réflexion

Jeux de rôle

Travail avec caméra en fonction du rythme de la formation

Avant la formation : fiche information pour recueillir et analyser les attentes des stagiaires et, le cas échéant, les difficultés rencontrées en situation de recrutement

Public(s) concerné(s)

Directeurs ou responsables

Présidents

Responsables de services en charge de l'animation des ressources humaines, hiérarchiques d'au minimum un collaborateur ou en passe de l'être

Intervenant

Bernard DENIS du cabinet BDRH Conseils. 30 ans d'expérience dans la conduite de projets, le management des hommes et des équipes, l'encadrement des forces de vente, ancien DRH au niveau national et international.



Les lundi 6 et mardi 7 septembre 2010 à Mulhouse (15 avenue Clémenceau, dans les locaux de ESGM Formation)

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 297,50 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

A l'issue la formation, les participants doivent être en mesure de :

- Développer des outils de management pour favoriser la participation et la motivation des collaborateurs
- Contribuer à la performance et à l'efficacité des collaborateurs en utilisant les aspects les plus dynamiques du rôle de leader

Programme

Découvrir les clés de la motivation

- Donner du sens à son travail
- Identifier les potentiels et les faire émerger
- Favoriser l'autonomie
- Accompagner avec la plus grande flexibilité
- Développer la cohésion d'équipe

Créer et entretenir un bon climat dans l'entreprise

- Répertorier les facteurs qui agissent sur l'amélioration ou la dégradation du climat de travail

Tableau de bord de la motivation dans mon équipe

- Reconnaître les degrés et les types de motivation de ses collaborateurs ou de soi-même

Conduire un entretien de motivation (différent de l'entretien annuel d'appréciation)

- Préparation de l'entretien
- Amorcer la discussion
- Gérer le déroulement
- Conclure

Utiliser le langage positif

- L'impacte d'une sémantique négative
- La formulation positive

Utiliser les signes de reconnaissance et savoir féliciter

- La reconnaissance au travail
- Les types de reconnaissance

- La formulation de la reconnaissance

Méthode pédagogique

Apports théoriques et méthodologiques avec alternance d'exercices pratiques

Echanges en sous-groupe et en grand groupe

Exercices de mise en situation

Analyse de situations professionnelles

Remise d'une documentation pédagogique

Public(s) concerné(s)

Directeurs ou responsables

Présidents

Responsables de services ayant des collaborateurs sous leur autorité hiérarchique

Intervenant

Gérard MAEHLING (ESGM Formation). Formateur consultant spécialisé dans le domaine du Management et des Ressources Humaines.



DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 1 : le marketing touristique territorial

Les jeudi 4 et vendredi 5 novembre 2010. Lieu : chez un des OT participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 337,50 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la logique marketing et développer ses capacités d'expertise
- Connaître les types de clientèles présentes sur son territoire et leur relation à l'offre locale, les autres marchés et niches de clientèles ...
- Savoir intégrer la méthodologie de qualification de son activité et la structuration de son offre pertinente vis à vis des clientèles identifiées
- Maîtriser les étapes de diagnostic du projet et conception de produit
- Acquérir une méthode de construction d'un produit
- Définir et mettre en œuvre les actions prioritaires dans la conduite de son projet, la formulation de son offre, le choix de produits pour des clientèles identifiées ... et assurer la « promesse client »
- Déterminer les critères de suivi de son activité et de ses produits

Programme

1 - Les clientèles et l'offre

- Les notions de marketing : segmenter, cibler son marché et définir client/offre
- Les caractéristiques des principaux marchés de sa destination, de son type d'activité : les outils d'observations, enquêtes disponibles, la veille ... leur exploitation pour faire évoluer son activité
- Les attentes essentielles des clientèles, l'identification des modes de consommation, leur type de séjour, leur relation à l'offre
- Les techniques de qualification de l'offre : les éléments dominants (prestations elles-mêmes, labels, spécificités, savoir faire ...), repères, intérêts pour satisfaire quelles clientèles...et les points faibles
- « Expertise » collective : le croisement de l'offre d'hébergements et d'activités, des clientèles identifiées (par type, mode consommation, habitude « culturelle », espaces, filières...) - positionnement, structuration de son offre voire de thématiques en réponse aux principales demandes, aux niches de clientèles
- Les choix des critères en vue de dégager un bon attribut différenciateur : par le produit, les services (et périphériques), l'image, le « parti pris » dans les aménagements...
- La méthode de conception d'un produit ; cycle de vie, gamme
- La boîte à outils : grilles de diagnostic projet et d'évaluation de la performance des produits

2 - Les applications du marketing à son projet, à ses produits

- Formulation de son offre/client, des types de prestations et les réponses à apporter en terme d'aménagements, d'équipements, d'organisation, de compétences associées
- La cohérence et la pertinence des produits : contenu, services, prix...
- Voir le projet dans sa globalité...dans une perspective d'innovation
- Les outils d'observation (tableaux de bord ...) d'évaluation (satisfaction...) et de veille pour faire évoluer l'offre

Méthode pédagogique

- Travaux de groupes sur le remplissage de grilles d'analyse, d'expertise « croisée »
- Tests auto-évaluation
- Mise en application sur des cas concrets des participants
- Fiches outils, grilles d'analyses
- Travail préalable demandé aux stagiaires sur leur clientèle

Public(s) concerné(s)

Chargés de mission marketing et développement
Responsables / directeurs

Intervenants

Claude - Hélène PASCO



DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2 : le développement touristique durable - la communication responsable

Les lundi 22 et mardi 23 novembre 2010. Lieu : chez un des OT participants

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 170 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

Après la session d'introduction générale sur le développement touristique durable en novembre 2009, nous développerons cette année la thématique de la communication responsable dans les structures touristiques. Les objectifs étant de :

- Connaître les différents moyens de gérer, de manière responsable, l'ensemble de la politique de communication de la structure
- Être en mesure d'appliquer ces conseils à sa structure, en se fixant des objectifs réalisables et progressifs
- Au vu de la réflexion de ces 2 jours, définir les thèmes à développer en priorité dans les prochaines années (ex : conception de produits touristiques responsables, gestion durable des établissements, ...)

Programme

- La communication durable c'est quoi et ça sert à quoi ?
- Les outils de la communication durable : les éditions, la gestion des stocks (documentation éditée par la structure et documentation reçue par la structure), les mails, les courriers, outils dématérialisés, ...
- Comment appliquer concrètement ces outils dans ma structure
- La dimension économique dans la communication responsable, la chasse au gaspillage (quantité, papiers, encre, matière, ...)
- Les dimensions sociales et solidaires dans l'éco-communication : politiques sociales et économie solidaire
- Mise en situation dans l'OT où se fait la formation

Méthode pédagogique

Apports théoriques, échanges

La structure où se déroule la formation sera prise comme exemple d'application

Public(s) concerné(s)

Chargés de communication
Responsables / directeurs

Intervenants

Association Rhin Vivant



Les fiches pédagogiques de ces formations sont communiquées directement aux territoires concernés

Alsace Centrale

- Optimiser les eductours et les visites de prestataires (1 jour)
- Accueillir avec humour (2 jours)

Thur Doller

- Créer des fiches thématiques pour favoriser la découverte du territoire (1 jour)

Alsace du Nord

- Gestion et animation du site internet Alsace du Nord (2 jours)



Les fiches pédagogiques de ces formations seront envoyées aux personnes intéressées par le sujet.

Les dates et le lieux seront définis en fonction des participants.

Développer son anglais touristique (56h)

Formation faite à distance, en e-learning, adaptée au niveau de chaque participant.

L'œnologie (7h)

A la découverte des grands vins d'Alsace : terroir, cépages, grands crus, appellations. Le vocabulaire du vin, les méthodes de dégustation, reconnaître les qualités d'un vin, les accords avec les plats, ...

Premiers secours ou PSC 1 (Prévention et Secours Civiques) (14h)

Être en mesure de donner les premiers secours en cas d'urgence.

Dans son catalogue, l'AGEFOS propose également une formation SST (Sauveteur Secouriste du Travail).

Donner la meilleure image de soi dans la vie professionnelle (7h)

Apprendre à communiquer une image positive, apprendre le pouvoir de la séduction dans la réussite, optimiser son capital « présence ». Alternance de théorie et de pratique sous un aspect ludique et évolutif. Travail avec une conseillère en image.

S'affirmer dans toutes les situations avec assertivité (14h)

Oser s'exprimer verbalement en toute circonstance, faire face à des situations ou à des relations tendues, s'affirmer au quotidien dans son rôle et ses relations, conserver le contrôle de soi malgré le stress, améliorer la communication à l'autre. Jeux de rôle et caméra pour analyser les situations.

Renouer avec les finesses de la grammaire et de l'orthographe (21h)

Sensibilisation 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, adapter des outils et des techniques pour éviter les pièges de la langue française.