



POURQUOI CETTE FORMATION ?

En moyenne, un touriste sur dix passe dans les locaux de l'office de tourisme pour se documenter. Que fait-t-on des 9 autres ? La structuration touristique, les nouveaux usages, supports, outils de communication et les missions mêmes des offices de tourisme nous poussent à réfléchir au maillage de l'accueil sur les territoires. En parallèle, la démultiplication des lieux physiques et virtuels pour recueillir de l'information ainsi que la professionnalisation des prestataires touristiques marquent une réelle opportunité pour repenser dans sa globalité, à l'échelle d'un territoire, les pratiques d'accueil, les moyens de diffusion de l'information et la valeur ajoutée de l'office de tourisme avec le conseil en séjour.

DATES

Dates et lieux à définir en fonction des territoires intéressés

LIEU

A définir

INTERVENANT

J.B. SOUBAIGNE/MOPA

PUBLIC

Responsables, directeurs d'OT et salariés amenés à intervenir sur les stratégies d'accueil

PRÉ-REQUIS

Aucun

MÉTHODOLOGIE

Présentation de la méthode
Ateliers pratiques
Panoramas de solutions techniques
retours d'expérience

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

A SAVOIR

Sessions territorialisées. Lieux à définir en fonction des destinations/territoires intéressés.

SADI décentralisé à l'échelle des nouvelles structures/territoires/destinations

OBJECTIFS

- Intégrer l'accueil du visiteur dans sa globalité territoriale
- Prendre en main des méthodes de segmentation de clientèles
- Appréhender l'accueil dans les murs et hors les murs de l'Office de tourisme, avec ses prestataires et avec son équipe
- Définir les actions à mettre en place dans le cadre d'une stratégie d'accueil, formaliser les premières étapes
- Acquérir des outils et des ressources pour la mise en place d'un SADI (indicateurs, management, médiation)

CONTENU

1ère journée

- Cadrage et présentation des objectifs des deux jours
- La méthodologie SADI, la suite logique de « l'accueil numérique »
- Savoir segmenter les clientèles, la première étape
- Auto-évaluer ses services, savoir définir ses objectifs et les pistes d'améliorations individuelles et collectives
- L'accueil et l'information hors les murs : de quoi parle-t-on ?
- Autodiagnostiquer les outils de la destination avec le « scénario client »

2ème journée

- Cartographier et mettre en pratique son SADI
- Cas concrets et pistes d'amélioration dans les murs et hors les murs : les outils au service de la stratégie d'accueil (panorama d'outils, exemples, coûts)
- Organisation interne pour mener la réflexion SADI
- Médiation numérique et points de vigilance
- Ma stratégie, ma feuille de route
- Debrief et Conclusion

