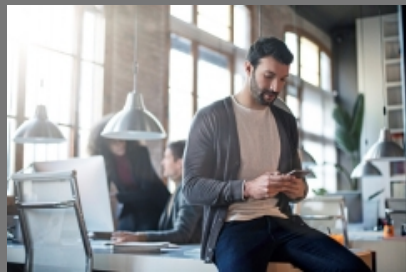


Manager Numérique de Destination (9 jours – blocs 1, 5 et 6)



POURQUOI CETTE FORMATION ?

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel et avec des moyens souvent réduits, il est primordial de travailler sur une approche stratégique fine pour promouvoir efficacement et participer au développement touristique de son territoire. Le Chargé de projets e-tourisme doit être en mesure de diagnostiquer l'état des pratiques numériques sur son territoire afin d'orienter un plan d'action cohérent et réaliste, mais aussi de mettre en place des indicateurs pérennes permettant de suivre les évolutions. Il doit être capable de développer les outils numériques de son territoire est un moment stratégique clé qui conditionne la performance marketing de la destination à court et moyen terme. Il doit comprendre les nombreux facteurs qui influencent les décisions que devront prendre avec clairvoyance le directeur, le conseil d'administration et lui-même.

DATES

Les 17, 18 & 19 septembre, 1^{er} & 2 octobre, 8 & 9 novembre 2018 et 13 & 14 décembre 2018

LIEU

Pontivy

INTERVENANT

B. DUDRAGNE/ID REZO

PUBLIC

Les personnels en charge du numérique au sein des structures de promotion touristique

Personnes ayant déjà suivies ou envisageant de suivre les formations Animateur Numérique de Territoire (ANT) et Reporter Numérique de Territoire (RNT) pour compléter leur cursus en vue de l'obtention du titre de chargé de projet E-tourisme.

Présence nécessaire des directeurs/directrices le 1er jour de la formation

PRÉ-REQUIS

Etre en charge du numérique au sein de sa structure ou à un poste de direction / coordination, avoir une vision éclairée du virage numérique pris dans le tourisme

MÉTHODOLOGIE

- Alternance de présentations littérales et d'exemples réels liés au monde du tourisme
- Supports pédagogiques fournis aux stagiaires (format PDF)
- Ateliers pratiques (en groupes et individuels) avec restitution au groupe
- Accès pratique à des outils informatiques en ligne et en local
- Un espace numérique de stockage dédié et protégé intégrant les supports de formation, les travaux réalisés pendant les séquences et de multiples outils mis à disposition des participants

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

OBJECTIFS

- ? Comprendre les usages et les comportements numériques actuels dans le tourisme (blocs 1, 4)
- ? Réaliser et actualiser un diagnostic numérique de territoire (Bloc 1)
- ? Analyser les données marketing de la destination et valider son positionnement (bloc 1 & 4)
- ? Identifier l'écosystème numérique local existant et les partenariats potentiels (bloc 1 & 4)
- ? Élaborer un plan d'action de valorisation du territoire avec les outils numériques (bloc 1)
- ? Concevoir des outils de pilotage et d'évaluation (bloc 1)
- ? Communiquer sur les actions mises en place (bloc 1)
- ? Définir les principaux objectifs stratégiques et opérationnels par projet numérique (bloc 1 & 4)
- ? Comprendre les enjeux et mettre en place un accueil numérique (Bloc 4)
- ? Comprendre les enjeux de la visibilité numérique (Bloc 4)
- ? Acquérir une méthode pour piloter ses projets numériques (Bloc 4)
- ? Comprendre les enjeux de refonte d'un site web de destination (Bloc 4)
- ? Devenir autonome sur la mise en place de ses outils numériques (Bloc 4)
- ? Etre capable de rédiger son cahier des charges (Bloc 4)
- ? Être capable de choisir un prestataire numérique (Bloc 4)
- ? Savoir travailler avec son prestataire numérique (Bloc 4)
- ? Savoir piloter son budget et son planning (Bloc 4)
- ? Savoir animer les acteurs d'un projet dans une logique « expérience utilisateur »

CONTENU

Présence nécessaire des directeurs/directrices le 1er jour de la formation

Evaluation pour le titre de Chargé de Projet E-tourisme

La formation permet de valider des blocs suivants du titre de chargé de projet E-tourisme (référentiel Office de Tourisme de France)

Bloc 1 : Proposition d'une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes de sa structure, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développement d'un plan d'action en adéquation avec la stratégie marketing

- Réaliser un diagnostic numérique de territoire et/ou de sa structure et son actualisation
- Analyser les données recueillies lors de l'enquête en termes de forces à développer et de faiblesses à corriger
- Élaborer un plan d'action de valorisation du territoire,
- Argumenter le plan d'action de valorisation du territoire auprès des décideurs
- Mettre en place des outils de suivi du diagnostic et du plan d'action et communiquer sur les actions

Bloc 4 : Piloter la conception et le développement des projets ou services numériques en vue de valoriser le territoire

- Analyser les besoins actuels du territoire, de sa structure et de ses partenaires, l'offre et les services dont ils bénéficient actuellement
- Faire développer des outils en matière de dématérialisation de l'information sur le territoire
- S'impliquer dans la mise à jour des informations en fonction de l'actualité du territoire touristique dont il a la charge, actualiser lui-même ou alerter sur la nécessité d'actualiser l'auteur

Session 1 - 3 jours

Les fondamentaux du E-tourisme – Diagnostic numérique – Plan d'action numérique

Cette session, parsemée d'atelier pratique, dresse un panorama exhaustif des principales tendances influentes du e-tourisme pour bien comprendre les enjeux du management numérique. En partant du cycle d'achat du voyageur, les stagiaires vont analyser les différents éléments de leur stratégie digitale afin de construire un plan d'action cohérent. Ils aborderont les différentes techniques et méthodes pour élaborer un diagnostic numérique, faire du monitoring et construire un plan de communication pour valoriser leurs actions.

Programme

1. Introduction : chiffres et enjeux du tourisme numérique pour comprendre le contexte

2. Les bases du diagnostic au plan d'action numérique (Bloc 1)

? Diagnostic de son territoire : Mode d'emploi

- Les objectifs directs et indirects d'un Diagnostic Numérique du Territoire
- Les cibles à questionner et thématiques à couvrir
- Les étapes du diagnostic
- Traitement des données et mise en forme

? Plan d'action numérique de son territoire : mode d'emploi

- L'analyse du diagnostic pour fixer les objectifs du plan d'action
- Identification des actions à mettre en place sur son territoire (suite au diagnostic)
- Construire une fiche-action « type »

3. Agir selon les besoins du voyageur pour chaque étape du cycle d'achat (bloc 1 & 4)

Les principales activités du tourisme numérique (visibilité, contenu, sites web, blogs, mobilité, réseaux et médias sociaux, webmarketing, itinérance, accueil numérique...) sont traitées de façon opérationnelle dans chaque étape.

5 étapes décryptées sur leur traitement numérique

? Etape 1 : Capter, séduire et convaincre

- Focus spécial : positionnement marketing de sa destination

? Etape 2 : Rassurer et planifier

- Focus spécial : SIT (Système d'information Touristique)

? Etape 3 : Vendre

? Etape 4 : Accueillir sur la destination

- Focus spécial accueil Numérique

? Etape 5 : Fidéliser

- Focus spécial relation client

Pour chaque étape

- Benchmark Illustré
- Principaux objectifs
- Les supports numériques et les contenus à privilégier
- Les éléments clés à prendre en considération
- Atelier diagnostic et plan d'action

4. Formalisation et pilotage du plan d'action (Bloc 1)

? Intégrer le contexte local et la gestion des ressources

- Le territoire, les enjeux politiques et la mutualisation des ressources
- Animer son réseau de prestataires touristiques et des partenaires - Focus enquête en ligne
- Organisation, management et compétences de l'équipe interne

? Les indicateurs pour évaluer les actions dans le temps

- Focus tableau de bord (suivi et évaluation des actions)

? Élaborer un plan de communication pour promouvoir ses actions

- La construction d'un plan d'action numérique - Hiérarchisation et séquençage des actions - La matrice globale du plan d'action
- Communiquer et interagir avec les prestataires de son territoire
- Communiquer avec des décideurs ou des financeurs (construction d'un argumentaire)

Session 2 - 2 jours

Suivi du Diagnostic et pilotage de projet numérique - Data

Cette session permet de cadrer et de valider les premiers travaux réalisés par les stagiaires pour élaborer leur diagnostic numérique sur les thématiques choisies. Dans une logique de coaching, le formateur vérifie les options prises et guide les stagiaires dans la finalisation du cadre méthodologique et le choix des outils utilisés pour cela. Il partage avec tout le groupe chaque fois qu'un point clé est abordé.

La deuxième partie est consacrée au pilotage de projets numériques avec un focus sur la gestion des datas, incontournables dans les missions des offices de tourisme pour les années à venir.

Jour 4 :

Construire son diagnostic numérique : cadrage et coaching 1j (bloc 1)

- Travaile en groupe sur le diagnostic de chaque stagiaire
- Choix définitif des thématiques traitées et des outils d'analyse adaptés mis à disposition
- Rappels méthodologiques des techniques d'analyse
- Cadrage de la présentation du diagnostic dans le dossier final
- Coaching individuel et collectif

Jour 5 :

- Pilotage et conception de projet ou de services numériques 1j (bloc 4)

1. Pilotage d'un projet numérique

- Les principaux enjeux à prendre en considération en amont du projet
- Les principales étapes d'un projet numérique
- Focus site web : Les principaux CMS, Hébergement, Les types de prestataires
- Les éléments et la rédaction d'un cahier des charges de projet numérique
- Les types de marchés publics
- La sélection et la contractualisation des prestataires

2. La gestion de la DATA

- Les tendances fortes – big data, smart data et intelligence artificielle
- Les différents types de données
- Les collecter
- Les stocker
- Le système d'information (SIT)
- Les interpréter au service de la stratégie touristique
- La syndication de contenu
- Les contraintes juridiques

SESSION 3 - 2 jours

Suivi du plan d'action - concept & animation de projet numérique

Cette session est dédiée dans sa première partie à la construction du plan d'action suite au résultat du diagnostic. Les stagiaires travaillent en groupe sur leur projet et préparent leur dossier pour l'évaluation du titre dans le cadre d'un coaching individuel et collectif du formateur.

Le deuxième jour est consacré aux méthodes d'animation de projet centrées sur l'expérience utilisateur. Les stagiaires doivent intégrer les principaux outils d'animation et de productivité qui leur permettra de mener dans les meilleures conditions, et dans une logique d'intelligence collective, leurs projets digitaux.

Jour 6 :

Construire son plan d'action : cadrage et coaching 1j (bloc 1)

? Travaile en groupe sur le plan d'action de chaque stagiaire

- Validation des objectifs stratégiques au regard du diagnostic
- Cohérence des actions au regard des objectifs fixés
- Adéquation des moyens et du planning

? Cadrage de la présentation du plan d'action dans le dossier final

? Coaching individuel et collectif

Jour 7 :

Les concepts, les méthodes et les outils d'animation de projets centrés utilisateurs (bloc 4)

- Le design centré expérience utilisateur (UX)
- L'interaction Homme machine
- Gagner en agilité dans son projet
- La créativité au coeur de son action : Brainstorming, ...
- Les principaux outils de pilotage et de productivité partagés : Carte heuristique, Planning Gantt, Matrice de choix, ...
- Les tests ...
- Les mockup...

SESSION 4 - 2 jours

Evaluation des Blocs 1 et 4

Cette dernière session est consacrée à l'évaluation pour l'obtention des blocs 1 et 4 du titre. Les stagiaires présentent leurs travaux de diagnostic et leur plan d'action en situation. Ils travaillent sur une étude de cas pratique autour de l'animation et du pilotage de projet numérique.

Jour 8 :

Evaluation du bloc 1 du titre de chargé de projet etourisme

? Evaluation sous forme de groupe de travail et de présentations orales

Jours 9 :

Evaluation bloc 4 du titre de chargé de projet etourisme

? Etude de cas pratique sur cahier des charges

· Rappel des fondamentaux d'une stratégie cohérente et efficace sur les réseaux sociaux : une approche multicanal basée sur le contenu.

- o Présentation de la méthodologie à mettre en œuvre.
- o Echanges avec les stagiaires sur cette démarche et ses problématiques de mise en œuvre.

Intérêt de mettre en place un système de veille dans le cadre de ses missions d'accueil.

- o Les bénéfices d'un système de veille dans ses missions.
- o Les contraintes à prendre en compte (temps nécessaire, compréhension du fonctionnement des outils, etc.).

Mise en place d'un système de veille :

- o Identification des sujets à veiller.
- o Détermination du périmètre sémantique en termes de mots clés.
- o Présentation des outils incontournables (Google Alert, Hootsuite, Feedly).
- o Mise en place et paramétrage de ces outils incontournables :

- Dans une logique d'écoute en local de l'offre et des clientèles cibles du territoire.

- Dans une logique de veille marketing propre sa destination et de ses thématiques fortes.

- Dans une logique « métiers » pour suivre les évolutions concernant son métier (community management, e-marketing , etc.).

- o Présentation des outils permettant un partage de la veille (Diigo, Flipboard ou Scoopit).

Focus sur les bonnes pratiques et astuces pour être plus efficace sur Facebook, Twitter et Instagram en lien avec les outils de veille.

Focus sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour « faire faire la promotion de son établissement par ses clients en séjour » (crowdsourcing) et lien avec les outils de veille permettant de surveiller ses contributions.

Synthèse et échanges.