



POURQUOI CETTE FORMATION ?

En raison de l'évolution du marché du tourisme, avec des comportements et des attentes qui évoluent, l'apparition depuis quelques années de nouveaux acteurs ayant bousculé les règles de fonctionnement du marché et apporté de nouvelles propositions de valeur, la révolution numérique... les Offices de tourisme voient leur modèle économique remis en cause. Un thème fait l'objet depuis 2 ans d'une préoccupation particulière : l'expérience client. Vous avez amorcé une démarche en posant un certain nombre de marqueurs : segments clients, hotspots... Votre volonté aujourd'hui est d'aller plus loin dans cette démarche Expérience Client, au-delà de considérations uniquement stratégiques en démarrant une phase très opérationnelle : concevoir concrètement de nouvelles Expérience Clients.

DATES

1ère session (1er groupe)

le mercredi 21 novembre
le lundi 14 janvier
le lundi 18 mars

2e session (2e groupe)

le jeudi 22 novembre
le mardi 15 janvier
le mardi 19 mars

LIEU

A définir

INTERVENANT

J. GIRANDIER/ONOPIA

PUBLIC

Personnels des Offices de Tourisme

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique nécessaire

MÉTHODOLOGIE

Approche résolument pratique, ludique et visuelle permettant de mieux appréhender les challenges liés à l'innovation des Business Model

NOMBRE DE PARTICIPANTS

10

A SAVOIR

Onopia est spécialiste des Modèles Economiques innovants, de l'Expérience Client et de l'innovation disruptive.

Vers la conception de nouvelles expériences touristiques

OBJECTIFS

- réussir l'émulation nécessaire à toute démarche de changement,
- développer la culture de la relation client dans les Offices de Tourisme,
- être formé à la méthode Expérience Client et aux différents outils contribuant à la création de valeur client,
- créer un langage commun et une vision partagée sur ce qu'est l'expérience client, les enjeux associés,
- permettre à chacun d'identifier les bénéfices de cette démarche, à la fois pour soi, pour son Office de Tourisme et son territoire,
- construire un premier catalogue d'Expériences, alimentant une plateforme à destination des Offices de Tourisme et qui aura pour vocation d'être enrichie par chacun d'eux au fil des années,
- affiner le travail de positionnement de chacun des 24 territoires pour proposer une promesse et une expérience singulière.

CONTENU

Jour 1 - Création d'une Expérience « tronc commun » sur le thème : « like a local »

Objectifs :

- formaliser les fondamentaux de son positionnement Expérience Client
- avoir générer de nouvelles propositions d'expérience singulières pour un parcours « like a local » Comment ?
- définir la promesse client de l'offre « like a local »,
- formaliser les étapes du parcours,
- identifier les moments clés d'un parcours « like a local »
- identifier les opportunités de création de valeur client, tout au long des parcours
- comprendre les enjeux clients (aspirations, douleurs et bénéfices fonctionnels et émotionnels)

Participants :

Les OT volontaires (maxi 8/10 personnes)

Jour 2 - Création d'une Expérience unique pour son territoire

Objectifs :

- avoir générer de nouvelles propositions d'expérience singulières pour un parcours unique. Comment ?
- définir sa promesse client de l'offre de parcours concernée
- formaliser les étapes du parcours
- Identification des Moments clés
- identifier les opportunités de création de valeur client, tout au long des parcours
- comprendre les enjeux clients (aspirations/douleurs/bénéfices fonctionnels et émotionnels)
- générer de nouvelles idées d'expérience.

Participants :

Les OT volontaires (maxi 8/10 personnes)

Jour 3 - Finalisation des nouvelles offres

Objectifs :

- formaliser les nouvelles expériences associées aux nouvelles offres
- rédiger un plan de déploiement. Comment ?
- point sur les difficultés/freins /nouvelles idées rencontrés suite aux 2 premiers ateliers
- ajustement/confirmation formalisation positionnement Expérience Client
- formalisation du modèle économique des nouvelles offres
- formalisation d'un plan de déploiement des nouvelles offres (qui? quoi? quand? comment ?...)

Participants :

Les OT volontaires (maxi 8/10 personnes)

