

# FORMATION DESIGN D'OFFRES TOURISTIQUES

*Vous souhaitez apprendre à concevoir des offres touristiques innovantes et adaptées au nouveau contexte et aux nouveaux défis.*

*Lors de cette formation action, vous découvrirez et expérimenterez des méthodes et des outils basés sur le Design Thinking et le lean Startup pour concevoir, valoriser, présenter et promouvoir votre offre touristique.*

*6 séances de 3h30 sur 8 semaines + 1h de coaching en sous groupe en intersession + 1h de coaching individuel post-formation pour accompagner la mise en place des compétences en situation de travail.*

Durée : 23.00 heures

Effectif : 4 minimum / 8 maximum

## Profils des stagiaires

- Chargé(e) de communication ou promotion, responsable marketing, directeur de structure ou fonctions assimilées de la branche tourisme.

## Prérequis

- Être déjà en charge de la conception, promotion ou communication d'offres touristiques.

## Objectifs pédagogiques

- Construire une offre touristique attractive et adaptée à son public (tourisme de proximité),
- Redynamiser la présentation de ses offres pour les rendre plus impactantes,
- Mettre en avant son territoire local par le biais d'offres touristiques pertinentes et adaptées,
- Intégrer une démarche centrée client dans ses offres,
- Être en capacité de construire une offre complète, la mettre en valeur, la promouvoir et communiquer dessus.

## Compétences visées

- Mener des recherches utilisateurs pour comprendre les besoins des publics cibles,
- Mettre en place un benchmark inspirationnel et concurrentiel,
- Utiliser une technique de brainstorming dynamique pour concevoir des offres touristiques attractives et adaptées aux différents publics,
- Prototyper des offres pour les tester,
- Tester les offres auprès des publics cibles et apprendre à itérer,
- Mettre en application et maîtriser les étapes de conception d'une offre sur les principes de Co-design,
- Présenter ses offres de manière impactante,
- Transmettre des messages clés par le biais du "storytelling",

## Contenu de la formation

- **Introduction au design d'offres touristiques et aux nouveaux enjeux :**

- Icebreaker (activité brise-glace) pour créer une cohésion de groupe et faire connaissance,
- Quizz pour fixer la compréhension du contenu pédagogique pré-formation,
- Etude du contexte : crise sanitaire et nécessité de recentrer sur des offres touristiques de proximité,
- Introduction au Design de service et Design Thinking.
- Lancement des projets en sous groupes : chaque participant travaille sur sa propre offre,
- Méthode : mener une étude concurrentielle.

- **Travail intersession en sous groupe: Mener une étude concurrentielle (trame et grille d'analyse fournies).**

- Création d'un groupe d'échanges pour créer un réseau d'entraide entre les participants, échanges de conseils, bonnes pratiques et se sentir soutenu dans la réalisation des travaux individuels d'intersession.

- **Se positionner et mener une analyse concurrentielle :**

- Débrief sur l'étude concurrentielle et son analyse, échanges d'expérience entre les participants.
- Le mapping de positionnement : prendre conscience de son marché et s'y positionner pertinemment.
- Analyse SWOT : trouver ses forces, faiblesses, opportunités et menaces pour positionner son offre de manière adaptée au marché.
- Méthode : comment recueillir des données sur son public cible ?

- Travail d'intersession en sous groupe : Recueillir les besoins de son public cible.

- **Définir les besoins et usages des publics cibles :**

- Débrief sur la recherche auprès des publics cibles, l'analyse des recherches, échanges entre participants.
- Constitution d'un persona marketing : comprendre sa cible pour lui proposer une offre adaptée.
- Parcours utilisateur : comprendre l'interaction de ses cibles avec l'offre pour répondre à leurs besoins tout au long du parcours de vente.

- Travail d'intersession en sous groupe : Trouver des inspirations d'offres innovantes ou différenciantes dans le secteur touristique pour réenchanter les offres et attirer les touristes de proximité.

- **S'inspirer, co-construire une offre et la prototyper :**

- Débrief sur la recherche d'inspirations et échange sur les idées trouvées.
- Formuler des problématiques et y répondre par des idées de solutions grâce à une méthode de brainstorming efficace : Fleur de Lotus (activité individuelle + échanges sur les solutions de chacun et conseils pour mener cette activité en groupe).
- Prioriser ses idées, se fixer sur une solution et la prototyper.

- Travail d'intersession : Finaliser le prototypage.

- **Tester son offre auprès des publics cibles : Séance de coaching en sous groupe (1 heure) :** Débrief sur le prototypage de la solution, questions/réponses et guide pour mener ses tests utilisateurs, principe d'itération : on peut améliorer l'offre pour qu'elle corresponde mieux aux attentes des clients.

- Travail d'intersession en sous groupe : Tester son offre auprès de sa cible, de ses clients, analyser les résultats et l'adapter si nécessaire.

- **Positionner son offre et la valoriser :**

- Déterminer le positionnement de l'offre.
- Mettre en avant son offre de manière impactante : activité "l'affiche publicitaire".
- Présenter son offre de manière captivante : le storytelling.

- Travail d'intersession individuel : Rédiger le pitch de son offre (trame fournie).

- **Présenter son offre et définir un plan de communication :**
  - Pitch des offres, avis des autres participants et de la formatrice.
  - Déterminer comment communiquer sur son offre : étapes clés du plan de communication (message, leviers de communication à activer...).
  - Principe de crossselling : utiliser la vente additionnelle pour augmenter son CA.
- **Séance de coaching individuelle (1 heure)** pour accompagner la mise en application des acquis en situation professionnelle.

## Moyens techniques et pédagogiques

**Classes virtuelles :** Quand la formation se déroule en classe virtuelle nous favorisons l'interactivité, la collaboration et l'intelligence collective.

Nous créons une véritable dynamique de groupe pendant les classes virtuelles grâce à l'alternance de travail en individuel, en binôme, en petits groupes et en plénière.

A prévoir le cadre d'une formation en classe virtuelle :

- Un ordinateur (Mac ou PC) équipé de caméra et micro.
- Un navigateur internet récent.
- Une connexion internet stable (wifi, fibre ou filaire).
- Pratique de base d'internet et des différents outils numériques.

**Classes en présentiel :** Quand la formation se déroule en présentiel, nous prévoyons une salle de formation équipée d'un moyen de projection (Écran, vidéo projecteur), de wifi, de mobilier et espaces d'affichages modulables. Du matériel de prototype est également mis à la disposition des apprenants dans le cadre de certaines formations.

**Rythme d'apprentissage :** Les séances en classes virtuelles se déroulent soit en demie-journée sur un rythme de 3h30, soit de 9h00 à 12h30 ou de 14h à 17h30 et /ou sur une journée complète de 7 heures, de 9h00 à 17h00 avec une pause déjeuner d'une heure. Afin d'assurer un niveau d'attention constant malgré les écrans pour les classes virtuelles, nos formations sont actives et rythmées, nous intégrons une pause par séance et maintenons l'énergie du groupe avec des énergizers.

**Logiciels et outils des formations en classe virtuelle :** Nous utilisons, entre autres, des logiciels et outils à la fois simples à prendre en main et efficace pour la collaboration à distance : Zoom, Mural, Kahoot, WooClap, Google Drive, Padlet, template de mapping de positionnement, template de matrice SWOT, template de persona marketing, template Fleur de Lotus, template de l'affiche publicitaire ...

**Kit pédagogique et supports :** Nous fournissons un Kit pédagogique aux participants comprenant : Un support PDF, des ressources et outils variés.

Le kit pédagogique comprend également les productions réalisées par les participants tout au long de la formation.

**Un coaching post formation :** La séance de coaching individuel après la formation sert à faire le point sur les acquis lors de la formation, la projection sur la mise en application dans les projets professionnels du participant / de la participante, répondre aux questions et revenir sur certains points vus en formation si nécessaire.

**Situation de handicap :** EMY DIGITAL est soucieux d'accueillir les personnes en situation de handicap sans discrimination. Nous veillons à garantir l'égalité des droits et des chances des personnes handicapées pour accéder à la formation et pour leur permettre de valider leur parcours.

Merci de nous contacter :

- pour identifier ensemble un risque d'écart entre les aptitudes de la personne et les exigences de la formation,
- pour organiser l'accueil en présentiel dans les locaux dédiés à la formation ou à distance.

## Méthodes pédagogiques

Les méthodes pédagogiques employées par nos formateurs et formatrices s'appuient sur l'expérience active des participants, la créativité et le co-développement et ce même à distance grâce à des outils digitaux participatifs et interactifs.

Nos formations respectent les différents styles d'apprentissage de l'adulte afin de permettre à l'ensemble des participants de vivre une expérience mémorable et utile à leur pratique professionnelle.

Chaque séquence pédagogique est organisée en quatre grands « temps forts » :

- Une phase de découverte
- L'apport méthodologique ou théorique
- La mise en application
- La synthèse

## Suivi administratif et évaluations

Après vous être inscrits, vous recevrez par voie dématérialisée une convocation indiquant les liens d'accès à l'extranet et aux classes virtuelles pour une formation à distance ou l'adresse du lieu pour une formation en présentielle.

Si des participants ont des horaires à ajuster, ils sont alors définis en début de session en accord avec le groupe.

Des feuilles d'émargement dématérialisées seront à signer lors de chaque séance.

A l'issue de la formation, une évaluation sera à compléter dont les indicateurs nous permettent de garantir des formations de qualité.

**Évaluations des compétences** : Les participants sont évalués tout au long de la formation sur des quizz interactifs, des mises en situation, des ateliers pour vérifier l'acquisition des compétences.

A la fin de la formation, un questionnaire est proposé aux participants afin qu'ils puissent faire le point sur l'assimilation des acquis en lien avec les objectifs de la formation.

A l'issue du parcours de formation, les participants recevront un **certificat de réalisation de l'action de formation**.

Entre 2 et 6 mois après la fin de la formation, un questionnaire est adressé aux participants permettant d'évaluer la mise en application dans ses pratiques professionnelles et auquel cas de réévaluer ses besoins de formation.

## Equipe pédagogique

Emily Lefebvre : Présidente d'Emy Digital et Responsable pédagogique

Pascale Limare : Responsable Qualité Formations et Chargée de clientèle

Justine Teikiteetini : Assistante RH Formations

+ Equipe de formateurs