

PREPARATION SCHEMA DEPARTEMENTAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2014-2020

COMPTE-RENDU ATELIER n° 8 : FORMATION ET EXPERTISE

Jeudi 27 juin 2013 au Conseil Général (annexe)

Etaient présents :

- Hélène BIZEUL- Animatrice UDOTSI
- Delphine COUDERT- Chargée du tourisme PNR Périgord limousin
- Florent DELBOS- chargé de mission tourisme- Périgord Vert
- Delphine DARCOS-CCI Dordogne
- Hélène HYON- MOPA
- Benoît JAMET- Directeur IUT Périgueux
- Pierrette LAFFITTE- Animatrice commission tourisme Pays du Périgord Noir
- Lydie LAVIALE- Chargée de mission tourisme-Pays de l'Isle en Périgord

INTRODUCTION par Jean-Philippe SAUTONIE-DGA-Directeur de l'Organisation et du développement territorial au Conseil général

M. Sautonie rappelle combien la formation (initiale et continue) en tourisme est un enjeu important dans ce département, avec une offre conséquente et reconnue (IUT, Ecole de Savignac etc...) et le souhait du Conseil Général de considérer cet aspect comme majeur dans le cadre du futur Schéma. Lui-même tient à réaffirmer son implication personnelle sur le sujet, pour avoir suivi ces questions au Conseil Régional.

M. Christophe Gravier, directeur du CDT, et **animateur de l'atelier**, lance les débats en présentant la **méthodologie** adoptée pour les différents ateliers (méthode participative METAPLAN), ainsi que le profil des participants.

En **préambule**, il rappelle les **définitions** des principaux termes utiles aux travaux de l'atelier (cf. *annexe 1*) :

- savoir-faire
- expertise
- formation
- tourisme

OBJECTIF de l'ATELIER :

Monter, à l'échelle du département, un PLAN DE FORMATION/ACTION opérationnel interfilières (en accord avec le Conseil Régional).

PRELABLE : Définition du « **PARCOURS-CLIENT** » cf. *annexe n°2*

Le « parcours -client» en 21 étapes tel que proposé est validé par les participants. Il est précisé que celui-ci s'applique aussi bien au secteur marchand que non marchand.

QUESTIONS :

1/ Sur la base du PARCOURS CLIENT validé ensemble, quels sont les SAVOIR-FAIRE à maîtriser à chaque étape de ce parcours ? (par les INSTITUTIONNELS et les PRESTATAIRES qui vendent soit une DESTINATION ou un PRODUIT ou fournissent un SERVICE)

Le tableau récapitulatif des savoir-faire à mettre en œuvre (cf. annexe 3) est validé et complété par les participants comme suit :

MOMENT	SAVOIR-FAIRE A METTRE EN ŒUVRE (idées)	SAVOIR FAIRE A METTRE EN ŒUVRE (commentaires)
<p>AVANT LE SEJOUR</p>	<p>WEB :</p> <ul style="list-style-type: none"> - savoir maîtriser les outils - savoir qualifier un contenu (ex.photos) - être en capacité à faire vivre un site-savoir rédiger un message adapté au web (web éditorial) - savoir monter un cahier des charges de site web adapté à mon activité, gérable et administrable facilement par moi-même - savoir mener l'audit de mon site web (exigé dans le cadre des classements campings) - savoir référencer un site web <p>CONNAISSANCE DES CLIENTELES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaître les tendances du consommateur (Formation ou guide pratique) - Connaître les tendances en décoration - Connaître les bonnes pratiques pour accueillir certains types de clientèles : étrangers, cavaliers, motards... <p>GRC (Gestion de la Relation Client)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Savoir fixer ses tarifs 	<p>Suggestions de contenus formations web : web éditorial (nouvelles sessions nécessaires car demandes en attente), réseaux sociaux, Google Adress...</p> <p>Problème de manque de temps chez les hôteliers-restaurateurs pour gérer les sites web et avis</p> <p>Coût élevé (et parfois inadaptation) des sites web « tout prêts » proposés par les fournisseurs</p> <p>Nécessité d'avoir une culture générale du web pour appréhender ces outils (concerne aussi les OT ex. Montignac-Lascaux qui a mis en place des sessions de familiarisation aux outils web)</p> <p>Nécessité de groupes de niveaux (2 ou 3)</p> <p>Depuis 2 ans, nécessité d'aller chercher le client. Est-ce que je suis bon commercial ?</p> <p>Suggestion de séminaires organisés par le CDT avec intervenants spécialisés</p> <p>Cf. veille tarifaire menée par l'Ecole de Savignac : Dordogne plus chère en hors</p>

		<p>saison par rapport aux départements concurrents (contrairement à la pleine saison)</p> <p>Prendre en compte l'hétérogénéité des profils des exploitants : les exploitants de campings ont souvent une expérience de gestionnaires, alors que les hôteliers-restaurateurs ont généralement une formation initiale en restauration</p>
PENDANT LE SEJOUR	GRC : Savoir accueillir : accueil physique (lieu d'accueil) ou immatériel	
APRES LE SEJOUR	GRC : -Savoir mettre en place des outils de fidélisation	

2/ Sur cette base du parcours client, quels sont nos POINTS FAIBLES ?

MOMENT	POINTS FAIBLES	Commentaires
AVANT LE SEJOUR	<p>-communication individuelle des établissements trop faible</p> <p>-web : certains prestataires n'ont toujours pas de mail... (gîtes, hôteliers...), pas assez de temps consacré au suivi des mails, manque de réactivité</p> <p>-GRC : trop peu de prestataires ont un fichier client</p> <p>- Manque de promotion nationale du label Tourisme et handicap</p> <p>-Méconnaissance du volet juridique des contrats</p>	<p>Le taux réduit de TVA dans les campings ne s'applique que si le budget communication est supérieur à 1,5% du chiffre d'affaires</p> <p>Concernant les outils de mobilité, pas de demande particulière mais savoir utiliser les outils du marché existants</p> <p>Voir possibilité achats groupés d'outils si besoin (ex. outils web complets pour les campings à 5000€)</p> <p>Outils de commercialisation/réservation : pas de besoin particulier : se servir des compétences et outils existants (concerne peu d'OT)</p>

PENDANT LE SEJOUR	<p>-méconnaissance de leur territoire par les prestataires et de l'offre de proximité (activités, événements...) pour accompagner le client</p> <p>- manque de travail en réseau des prestataires</p> <p>-mauvaise adaptation des produits aux différentes clientèles : ex. mauvaise adaptation des horaires d'ouverture des restaurants, notion de handicap mal intégrée (prendre en compte les 4 déficiences matériellement mais aussi sur le plan de l'accueil), services inadaptés selon les besoins différentes clientèles, décoration souvent ancienne et pas au goût du jour qui déçoit les clients...</p>	<p>-prévoir un « community manager » au CDT ? (amener l'information chez le prestataire) Newsletter Pro ? ou Combo sur site web du prestataire avec par exemple intégration agenda du SIRTAQUI)</p> <p>-ex. d'un prestataire d'acrobranche du 47 qui est allé se faire connaître auprès des campings du Sud Dordogne, en proposant des avantages à leurs clients</p> <p>-suggestion de séminaires à thème (cf. question 1)</p> <p>-créer un « guide des bonnes pratiques » selon les différentes clientèles à destination des prestataires</p> <p>- inclure les sensibilisations dans une démarche globale de qualification de l'offre (OT, prestataires...)</p> <p>-analyser les motivations des annulations de réservations (ex. au SLA)</p>
APRES LE SEJOUR	<p>-pas de suivi clients : nécessité de maintenir une relation toute l'année</p>	<p>-ex. réaliser des cartes de vœux « commerciales » (ex. CDT/SDHPA en 2013)</p>

3/ Sur la base de ces points faibles, quels sont les SAVOIR-FAIRE qui vous paraissent PRIORITAIRES ?

A/ AVANT LE SEJOUR

1/ MARKETING

- Savoir élaborer une Stratégie marketing-segmentation des profil clientèles
- Connaissance des tendances de consommation
- Savoir mettre en place et suivre une Veille (concurrence, offres d'outils sur le marché etc...)
- Savoir fixer des tarifs-monter une grille tarifaire lisible pour le client
- Tenir des tableaux de bord de gestion (ex. calcul des prix de revient)

2/WEB

- Réaliser (ou faire réaliser) et sélectionner des photos ou vidéos pour le web
- Connaître et savoir se servir des réseaux sociaux pour valoriser mon activité
- Savoir gérer des sites d'avis
- Savoir s'adapter aux spécificités des clientèles étrangères : traductions adaptées, personnalisation des contenus selon les pays, référencement spécifiques

3/ACCUEIL –GRC-COMMERCIALISATION

- Savoir assurer un accueil téléphonique de qualité, y compris en langues étrangères
- Savoir gérer les réponses aux mails clients-être réactif
- Savoir gérer la relation-client et la relation commerciale : fichiers-clients, newsletters, e-mailings, qualification des contacts
- Connaissance des modes de distribution et outils de commercialisation et savoir s'en servir
- Savoir mettre en place et gérer une cellule de veille pour suivre les évolutions technologiques et nouveaux outils (à l'échelle du CDT)

Autres savoir-faire cités:

COMMUNICATION

- Améliorer la connaissance de leur territoire par les prestataires pour mieux positionner leur produit par rapport à la communication d'ensemble (ex. actions de sensibilisation par le PNR sur la notion d'environnement qui doit pouvoir être intégrée par tous les acteurs du territoire)-connaissance de l'offre de proximité pour mieux travailler en réseau
- Gérer les relations presse : savoir monter un dossier de presse (du ressort du CDT, selon les participants)
- Savoir maîtriser la communication multicanal
- Savoir éditer un carnet de voyage (papier-web) ex. Que faire avec les enfants ? Que faire quand il pleut ?

REGLEMENTATION

- Connaître la réglementation sur les ventes (contrats etc...)

PRODUCTION

- Conception de produits touristiques

B/ PENDANT LE SEJOUR :

1/ MARKETING-GRC-FIDELISATION

- Outils de fidélisation- avantages- parrainage (ex. chèques cadeau)-

2/ ACCUEIL MATERIEL PHYSIQUE et IMMATERIEL

- Savoir aménager un lieu d'accueil
- Savoir gérer les réclamations et les litiges, ainsi que les avis consommateurs négatifs

- Savoir gérer les questionnaires de satisfaction

3/ SENSIBILISATION AU LABEL TOURISME et HANDICAP (travail conjoint CDT/OT/Groupements de prestataires à mener)

C/ APRES LE SEJOUR

1/GRC :

- Savoir assurer un suivi client
- Partage d'expériences : savoir capitaliser sur la mise en ligne d'expériences

SYNTHESE GENERALE

TROIS PRIORITES se dégagent :

1/ MARKETING

-Sensibilisation aux nouvelles tendances des consommateurs selon les profils clients (décoration, services etc...)

-fidélisation, parrainages

2/WEB

Avec 2 niveaux : « découverte » et « expert ». (détail des contenus : voir plus haut)

3/ ACCUEIL CLIENT et GRC

-accueil matériel et immatériel

COMMENT ?	QUI FORME ?	QUI FINANCE ?	COMMENTAIRES
ORGANISATION D'EVENEMENTS par le CDT (séminaires, conférences spécialisés ... avec intervenant extérieur) si possible décentralisés sur le territoire, avec mélange des publics (tous types de prestataires concernés par le sujet du jour, OT etc...) MOMENT ? novembre à mars	Partenariats avec IUT, Ecole de Savignac etc... en fonction des sujets + appel à des intervenants spécialisés	Financements externes (Région, Europe, OPCA...) + participation des bénéficiaires (engagement) : caution ?	Problème des personnels publics des OT non pris en charge par le CNFPT (voir avec M. Sautonie) Problème des formations des personnels des OT/disponibilité et coût : nécessité de sensibiliser les élus via le Conseil général