



Conseiller en séjour : devenir un excellent vendeur de sa destination - 2 jours

Pourquoi cette formation :

Le conseiller en séjour a une fonction de plus en plus commerciale, avec de la vente directe (produits boutique, billetterie, animations...) et de la vente indirecte par le conseil de prestations vendues par les partenaires, tant en face à face qu'au téléphone ou par mail. Ce rôle de vendeur est le prolongement naturel du travail du conseiller en séjour.

Contenu :

Étape 1 : Comprendre l'évolution commerciale de son métier

Partie 1 : Comprendre l'importance de la vente dans son métier de conseiller séjour

- Mon portefeuille produit : qu'est ce qui est facile ou moins facile à vendre ? Plaisant ou moins plaisant ?
- La nécessité des retombées économiques dans sa structure
- Les bénéfices de la vente pour les conseillers en séjour

Partie 2 : Bien connaître ses produits pour les vendre

- Le Manuel de vente
- Fiches argumentaires par motivation d'achat pour une sélection de produits et pour la destination

ÉTAPE 2 : Mettre en pratique les 4D de la vente - en face à face, au téléphone et par mail

Partie 1 : Savoir déclencher le contact pour vendre

- Les fonctions de l'accueil dans l'acte de vente
- Attitude et comportement pour bien déclencher le contact : verbal et non verbal
- L'importance des 20 premières secondes
- L'aménagement de l'espace d'accueil pour réussir une vente
- Comment aborder les différents types de clients : flâneur, chercheur, "harponné"

Partie 2 : Savoir découvrir le client

- Observer les clients pour comprendre leurs besoins explicites, implicites et latents
- Écouter : l'écoute active, la clé pour réussir une vente
- Questionner : les différents types de questions à poser
- Reformuler pour enchaîner avec des propositions de produits
- Identifier les motivations d'achat du client : rationnelles et émotionnelles

Partie 3 : Savoir démontrer les avantages du produit

- Faire la bonne sélection de produits
- Savoir les mettre en scène et les présenter au client
- Argumenter pour convaincre

Partie 4 : Savoir décider le client et conclure

- Les différents types d'objections et leur utilité
- Savoir rebondir suite à une objection
- Déclencher un achat complémentaire
- Savoir conclure une vente positivement

Public :

Conseillers en séjours, Toute personne en charge de l'accueil de publics.

Prérequis :

Aucun

Matériel à prévoir par les stagiaires :

Brochures et cartes touristiques régulièrement utilisées à l'OT pour renseigner les visiteurs.
Produits boutiques que vous avez du mal à vendre.

Conseiller en séjour : devenir un excellent vendeur de sa destination – 2 jours



Conseiller en séjour : accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap (niveau 1) – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Comprendre les différentes situations de handicap pour mieux les accueillir. Être en mesure grâce aux apports théoriques mais aussi aux mises en situation de repérer ses prestataires qui sont accessibles.

OBJECTIFS

- Comprendre les grandes familles de handicaps et leurs problématiques
- Acquérir les réflexes comportementaux face aux différents types de déficiences
- Comprendre les exigences des règles d'accessibilité
- Connaître le réseau associatif

- Connaître et comprendre les besoins des personnes en situation de handicap
- Adapter son acte de renseignement (discours, print, web, équipements adaptés...)
- Appréhender l'esprit de la loi de 2005 et les textes législatifs
- Connaître la marque Tourisme et Handicap et les démarches à suivre pour y concourir

CONTENU / PROGRAMME

La réglementation

- Présentation des textes de lois et ce qu'il faut savoir.
- Présentation des handicaps :
Qu'est-ce que le handicap ? Les principales notions et chiffres à savoir.

Présentation du handicap visuel :

- Connaître la non-voyance et la malvoyance.
- Les adaptations techniques.
- Mise en situation : appréhension de site et de la chaîne de déplacement.
- Les techniques de guidages
- Les chiens guides, ce qu'il faut savoir.

Présentation du handicap auditif :

- Connaître la surdité et la malentendance.
- Connaître les outils (boucle magnétique, document FALC, vidéo LSF,...)
- Comment communiquer ?
- Atelier autour de la communication non verbale.

Présentation du handicap mental :

- Connaître la déficience et la différence entre handicap mental et maladie mentale, la méthode du FALC, Comment réaliser une bonne signalétique ?
- Le handicap psychique et la différence avec le handicap mental.
- L'accueil des personnes en situation de handicap mental

Présentation du handicap moteur :

- Connaître les contraintes architecturales et mise en situation en fauteuil.
- La mise en accessibilité de son site et de ses contenus
- Ce que je dois savoir sur mes prestataires et ma destination pour mieux les orienter dans leur parcours client.

La marque Tourisme et Handicap

- Présentation des cahiers des charges pour les OT
- Comment j'engage dans la démarche
- Faire un état des lieux de sa structure

PUBLIC VISE : conseiller en séjour, personne en charge de l'accueil, directeur, personnel d'un ERP

PRÉREQUIS : aucun

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

Une documentation de leur destination, un plan pour les mises en situation accueil – jeux de rôles

Conseiller en séjour : accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap (niveau 1) – 2 jours



Développer le tourisme de proximité – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Les résidents et excursionnistes régionaux suscitent de plus en plus l'intérêt des professionnels du tourisme. Si cette tendance du développement du tourisme de proximité s'est intensifiée dans le contexte de crise sanitaire que nous connaissons, ce marché nécessite néanmoins qu'on l'aborde de façon spécifique.

En effet, pour peu qu'on sache le surprendre et lui offrir une prestation de qualité, le « locatouriste » est facile à fidéliser et ce, tout au long de l'année. De plus, il s'avère souvent être un formidable ambassadeur dans sa communauté et sur les réseaux sociaux. Mais il nécessite que l'on s'adresse à lui de façon ciblée, avec des prestations et une communication adaptée, et parfois même un tarif spécifique.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation vous serez capable de :

- Comprendre les opportunités de marché du tourisme de proximité
- Identifier les besoins et attentes spécifiques de ces clientèles
- Adapter sa stratégie marketing de destination et établir un plan d'action

Comment développer le tourisme de proximité ?

CONTENU / PROGRAMME

Le marché et les tendances : Comprendre les enjeux et opportunités du tourisme de proximité ; le contexte favorable (crise sanitaire, conscience écologique, raccourcissement des séjours) ; un marché en phase avec les tendances (slow tourisme, mobilité douce, staycation, micro aventures) ; mise en perspective à l'échelle de la Bretagne.

Les clientèles de proximité : qui sont elles et quelles sont leurs spécificités ? Identifier les différents profils de clientèles locales (résidents, excursionnistes) afin de comprendre leurs attentes et besoins spécifiques ; Créer ou ajuster son offre (prestations, packages, animations, événements) afin de séduire ces clientèles ; dégager une stratégie marketing global à l'échelle de la destination.

Mettre en œuvre un plan d'action pour développer le tourisme de proximité : Communiquer de façon pertinente pour séduire ces clientèles (ton, supports, canaux ; Adapter sa commercialisation (tarif, pass, carte privilège...) afin de fidéliser ces clientèles ; Développer son réseau d'ambassadeurs et promouvoir sa destination grâce aux clientèles locales.

PUBLIC VISE :

Personnel ou responsable du service marketing et/ou commercial

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

Débutant - Intermédiaire

MATÉRIEL À PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Gestion et comptabilité des EPIC - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Il s'agit de vous accompagner dans la gestion et la maîtrise de la comptabilité M4 applicable au offices de tourisme sous statut EPIC.

OBJECTIFS

- Comprendre l'élaboration budgétaire selon la comptabilité M4 applicable aux services publics locaux à caractère industriel et commercial.
- Maîtriser l'exécution budgétaire des dépenses et des recettes.
- Cerner les principaux postes budgétaires des maquettes budgétaires de la M4.
- Comprendre les différentes opérations réalisées par l'agent comptable.
- Maîtriser le processus des opérations de clôture (immobilisations, stocks et provisions) de l'instruction M4

CONTENU / PROGRAMME

JOUR 1

LES SPÉCIFICITÉS DE L'EPIC ET SPIC

- La présentation des SPIC / EPIC et les règles budgétaires et comptables
- Visualiser les différents modes de gestion de la régie locale

L'ÉLABORATION BUDGÉTAIRE SELON LE PLAN COMPTABLE M4

- Les principes budgétaires et les autorisations budgétaires : évaluatives ou limitatives
- La procédure des dépenses imprévues en fonctionnement et en investissement, les restes à réaliser (RAR) et le pilotage budgétaire
- La présentation, la transmission et la publication du budget au préfet ainsi que le contrôle budgétaire

L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE DES DÉPENSES ET DES RECETTES

- Les différentes étapes de l'exécution des dépenses
- Les différentes étapes de l'exécution des recettes

LES MAQUETTES BUDGÉTAIRES (BUDGET PRIMITIF ET COMPTE ADMINISTRATIF)

- Visualiser les modalités pour réaliser une maquette du budget primitif (BP)
- Exemples de tableaux budgétaires
- Appréhender les modalités de vote et la présentation générale du budget
- Focus sur la section d'exploitation (SE) et la section d'investissement (SI)

LA MAQUETTE DU COMPTE ADMINISTRATIF (CA)

- Exemples de tableaux budgétaires
- Présentation générale du compte administratif
- Présentation générale du compte administratif : la section d'exploitation et la section d'investissement

JOUR 2

LES OPÉRATIONS D'EXÉCUTION CHEZ L'AGENT COMPTABLE

- Le référentiel de la comptabilité générale
- La comptabilité générale et les principes comptables
- Les différents postes comptables du compte de résultat et du bilan ainsi que le détail des différents Tiers
- Panorama des opérations chez l'agent comptable (AC)
- Les contrôles effectués par le comptable, le délai global de paiement (DGP)
- La régie d'avance et de recette

LES OPÉRATIONS DE CLÔTURE ET PRÉSENTATION DES RATTACHEMENTS ET DE CLÔTURE DE FIN D'ANNÉE

- Le rattachement annuel des charges et produits
- Les opérations chez l'ordonnateur d'ordre budgétaire (OOB) ou semi-budgétaire (OSB) et les opérations non budgétaires (ONB) chez le comptable
- Les opérations de rattachement

- Cas pratiques et études sur les charges à payer / facture non parvenue (FNP) et charges constatées d'avance (CCA)

LE PRINCIPE DES IMMOBILISATIONS : L'ENREGISTREMENT, LE SUIVI ET LA CESSION

- Visualiser les différentes catégories d'immobilisations, leur évaluation et la notion de composants ainsi que les différents acteurs et les outils utilisés
- La cession d'immobilisation : les raisons, les justificatifs et différents acteurs ainsi que la cession d'immobilisation avec subvention

LES AMORTISSEMENTS ET LA DEPRECIATION

- Les amortissements : les immobilisations amortissables ou non et la gestion des dépréciations
- Cas pratiques et études sur le calcul et l'enregistrement des amortissements

PUBLIC VISE :

Directeurs, élus, comptables

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur

Gestion et comptabilité des EPIC - 2 jours



Le RGPD en Office de Tourisme, guide pratique étape par étape - 2 jours (A distance)

POURQUOI CETTE FORMATION

Il s'agit de vous accompagner dans le pilotage de la mise en œuvre progressive du règlement général sur la protection des données (RGPD), avec une méthode simple, basée sur le suivi de 10 processus.

OBJECTIFS

- Repartir avec un plan d'action concret, précis et bien compris pour se mettre en conformité,

- Comprendre comment se mettre en conformité facilement,
- S'assurer de la conformité de sa structure avec le RGPD.

CONTENU / PROGRAMME

1. Rappels : Les principes du RGPD. Les droits des personnes concernées. Les rôles et responsabilités
2. Inventaire des traitements : Présentation de la méthode. Mise en pratique. Proposition d'un modèle de registre des traitements enrichi avec quelques traitements standards
3. Comment s'assurer de la conformité d'un traitement ?
4. Les mentions d'information et les durées de conservation des données. Présentation de modèles pour les traitements suivants : Gestion du personnel, Paye, Vidéosurveillance, Prospection, Recrutement, Site WEB.
5. Les clauses et mesures de protection des données devenues nécessaires. Présentation d'un modèle d'avenant à un contrat de sous-traitance
6. Le principe de Privacy by Design
7. Le principe de Privacy by Default : Les mesures de sécurité du SI essentielles pour assurer la protection des données personnelles
8. Les analyses de risques sur la vie privée (PIA ou EIVP) Les critères ou éléments permettant d'identifier les traitements nécessitant un PIA. L'outil de la CNIL (PIA). Déroulement d'un cas d'école
9. Le pilotage de la mise en œuvre du RGPD Les activités à piloter, Présentation d'un outil de pilotage. Mise en application. Les preuves et documents à produire Le plan d'actions, Le bilan annuel.
10. Les essentiels pour un Délégué à la Protection des données (ou référent)
11. Construction du rapport de restitution : État des lieux, Plans d'actions

PUBLIC VISE :

Directeurs, responsables de pôle, salariés concernés par le traitement des données

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DEBUTANT

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur

Le RGPD en Office de Tourisme, guide pratique étape par étape – 2 jours



Innover dans ses rencontres avec ses socio pros grâce à l'intelligence collective – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Cette formation vise à apporter les connaissances, compétences et outils indispensables à toute personne souhaitant s'initier aux méthodes participatives et collaboratives basées sur les principes de la facilitation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Décrire les principes clés de l'émergence de l'intelligence collective
- Expérimenter l'impact de la posture de facilitateur sur le groupe (versus posture d'animateur)
- Identifier la nature et l'objectif d'une réunion ou d'un atelier collaboratif : diagnostic, solutions, prise de décision, plan d'action
- Choisir les méthodes, techniques et outils les plus appropriés pour conduire un groupe à son objectif
- Construire et animer des séquences en posture de facilitateur

CONTENU / PROGRAMME

Partie 1 : Les principes de base de l'intelligence collective

- Définir l'intelligence collective
- Distinguer processus informatif, participatif ou collaboratif
- Identifier les phases d'un processus facilité : divergence, émergence, convergence

Partie 2 : Les conditions de réussite de l'émergence de l'intelligence collective

- Préparer le déroulé de sa réunion ou son atelier
- Poser le cadre de travail, les règles de vie du groupe
- Soigner démarrage et clôture : inclusion et exclusion
- Prendre en compte la dimension du groupe, le rythme, l'espace
- Mobiliser les différents canaux : tête, cœur, corps

Partie 3 : Les bases de la posture de facilitateur

- Savoir différencier posture d'animateur versus posture de facilitateur
- Adopter une posture neutre
- Guider le groupe dans le processus : qualité des consignes, timing
- Faire converger le groupe vers son objectif

Partie 4 : Les méthodes et outils pour faciliter l'intelligence collective

- Les 4 types d'atelier collaboratif : faire un diagnostic, chercher des solutions, prendre des décisions, définir et suivre un plan d'action
- Les méthodes pour animer les différents types d'ateliers : vision boat, carte d'empathie, World Café, matrice de prise de décision, matrice de plan d'action.

PUBLIC VISE :

Seront intéressées les personnes qui souhaitent monter en compétence dans l'animation de groupe ou d'équipe pour développer l'intelligence collective : rendez-vous clients, réunions, ateliers collaboratifs, groupe de travail.

PRÉREQUIS :

aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Oser le lâcher prise et transformer son stress en énergie positive - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

68% des femmes sont stressées, 9 français sur 10 ont peur de prendre la parole en public, 28% des français ne font rien pour lutter contre le stress... Il est temps de réfléchir à comment vivre plus sereinement et à ce que nous voulons vraiment. Oser le lâcher-prise est possible ! Nos croyances, nos

peurs, nos besoins, nos limites... sont des obstacles qu'il faut interroger pour prendre conscience que les solutions sont le plus souvent en nous. Cette formation apporte une meilleure connaissance de soi et des leviers pour (re)trouver son énergie positive.

OBJECTIFS

- Comprendre les origines et le mécanisme du stress pour le canaliser
- Gérer ses émotions pour répondre aux situations stressantes
- Agir en prévention
- Trouver les antidotes à votre stress
- Savoir se détendre et se relâcher
- Devenir acteur et responsable de son propre équilibre.

CONTENU / PROGRAMME

Séquence 1 : Comprendre et repérer le stress.

- Questionnaire auto-diagnostic : « Êtes-vous stressé ? »
- Définition du stress (AESST Bilbao 2008) : le différentiel ressources-contraintes.
- Les modèles de Siegrist et de Karazek, les facteurs favorisant le stress au travail.
- Les principales sources du stress. Le schéma doutes/confiance.
- Prévenir les Risques PsychoSociaux. Extrait vidéo « Quinze jours ailleurs. »

Séquence 2 : Les freins au lâcher-prise.

- Ce qui nous empêche de lâcher-prise : identifier ses croyances, ses peurs, ses limites, ses besoins.
- Les 5 « drivers » de la personnalité.
- Identifier les risques du lâcher-prise.
- Les émotions qui nous gouvernent. L'intelligence émotionnelle selon Antonio Damasio.

Séquence 3 : Mieux gérer son stress.

- Partage autour de solutions expérimentées.
- L'ancrage, une ressource anti-stress au quotidien.
- Faire taire son mental pour écouter son corps. Exercices d'attention.
- Exercice de PNL autour des émotions positives. Ressentir...
- Pratiquer l'art de la simplicité.
- La chronobiologie : mieux connaître son rythme et ses besoins physiologiques.

Séquence 4 : Lâcher tout ! Abandonner la maîtrise et prendre de la distance.

- Comment augmenter le plaisir pour faire diminuer le stress ?
- Faire plus qu'essayer. La pensée positive de Martin Seligman. Exercices de lâcher-prise.
- Se débarrasser des pensées négatives. Développer sa qualité de présence.
- Les principes de l'auto-motivation.
- Mettre en place un Plan d'action individuel : ce que je vais utiliser pour développer mon énergie positive.

PUBLIC VISE :

Tout public. Toute personne qui se sent obligée de maîtriser la situation pour aller bien.

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

Oser le lâcher prise et transformer son stress en énergie positive –
2 jours



Accompagner ses prestataires (Règlementation des hébergements touristiques : Statuts, Impôts et taxe de séjour) – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Pour les participants, il s'agira de maîtriser les règles applicables aux loueurs de meublés de tourisme et chambres d'hôtes, tant pour les OT susceptibles de les coordonner et de les guider, que pour les hébergeurs eux-mêmes.

OBJECTIFS

- Maîtriser le régime juridique et fiscal applicable : commun et spécifique à chaque activité (meublé de tourisme et CH)
- Décrypter les relations contractuelles les plus courantes entre le loueur et le locataire,

- Établir une cartographie des principaux risques de contentieux,
- Optimiser la gestion des litiges

CONTENU / PROGRAMME

1 – Maîtriser le régime applicable

- Faire le point sur les textes en vigueur et leur champ d'application,
- Définir les conditions pour être hébergement touristique offert à la location,
- Obligation, contrôles et sanctions en matière d'hébergement touristique : construction, sécurité, déclaration en mairie ou autorisation municipale, consommation...,
- Le loueur de meublé professionnel et le loueur non professionnel,
- La procédure volontaire de classement : déroulement, organismes accrédités...
- Les labels, marques, chartes...,
- La fiscalité applicable aux meublés de tourisme et aux chambres d'hôtes,
 - Le régime fiscal avantageux du loueur de meublés de tourisme et de CH
 - Les autres éléments fiscaux : TVA, IR/IS, CFE, taxe foncière et d'habitation, SACEM/SPRE, taxe audiovisuelle, taxe de séjour...
- La commercialisation des meublés et chambres d'hôtes par des intermédiaires : agents de voyages, prestataires de services, tours opérateurs, distributeurs, agent immobilier, etc.
- Annexer une prestation extérieure à la prestation de meublé ou CH et devoir être immatriculé auprès d'Atout France depuis le 1^{er} juillet 2018 !

2 – Analyser le contrat et les obligations du loueur

- Le contenu du contrat et le descriptif de l'hébergement
- Qualifier le contrat : définir son importance et l'approche à tenir en fonction du client étranger
- L'offre contractuelle : définir le moment de formation du contrat et la réglementation applicable
- Les règles financières : arrhes, acompte, caution.
- Respecter l'obligation d'information
- Intégrer les dispositions spécifiques à la protection du consommateur
- Faire le point sur les clauses abusives
- Décrypter les principaux problèmes liés à l'exécution du contrat en pratique

3 – Zoom sur les obligations du loueur

a – Les obligations du loueur

- Ses engagements contractuels
- Assurances
- Éviter les écueils et infractions dans le cadre d'opérations promotionnelles : concurrence déloyale, publicité trompeuse, etc.
- Maîtriser les spécificités liées à la vente sur Internet

b – Les obligations du client

- Tour d'horizon des services et prestations exigibles par le client

- Assurances
- Check-list des recours possibles en cas de manquement à leurs différentes obligations : paiement du prix, utilisation des lieux « en bon père de famille », délit de grivèlerie, etc.

4 - Optimiser la gestion de vos contentieux

- Savoir bien réagir et s'organiser en cas de litige

Maîtriser les différentes alternatives pour régler un litige

PUBLIC VISE :

Personnel en charge de la coordination des acteurs touristiques, de la commercialisation et de la promotion touristique, des visites des hébergements à classer ou à labelliser.

Loueurs pros et non-pros de meublé de tourisme et/ou de CH.

PRÉREQUIS :

Avoir une expérience préalable ou avoir suivi des formations afférentes aux hébergements touristiques.

NIVEAU :

INTERMEDIAIRE - AVANCE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

Convention avec les partenaires, contrat de location de meublé de tourisme et/ou de CH.

METHODES PEDAGOGIQUES

Sur une base minimalisme de méthode magistrale permettant de rappeler ou de mettre à niveau ou de permettre l'acquisition de connaissances, la formation est participative afin de permettre aux participants de poser les questions aux problématiques rencontrées et à venir dans le cadre des actions réalisées et à réaliser. Répondre dans le cadre des thèmes de la formation mais à déborder sur des thèmes satellites liés, voire indissociables.

Apporter des réponses concrètes, fondées sur le droit et sur des exemples réalistes vécues au sein de différents organismes locaux de tourisme.

Un « power point » sera diffusé et remis à chaque participant (format papier avec prise de notes possibles) lors de la prestation. Il est adapté à l'ensemble des termes abordés et sert de « fil rouge ».

Le power point sera transmis par mail à chaque participant à l'issue de la prestation.

Des modèles types de contrats ou autres règlement... (non contractuels) pourront être transmis aux participants.



Anglais appliqué au tourisme - intermédiaire à perfectionnement - 2 jours

Pourquoi cette formation

Cette formation permettra aux personnels des offices de tourisme de gérer plus efficacement l'accueil des touristes étrangers, notamment à travers l'acquisition de vocabulaire lié au secteur d'activité de l'apprenant et du tourisme en Bretagne.

Objectifs

- Assurer un accueil physique et téléphonique de qualité aux touristes étrangers,
- Maîtriser parfaitement la phase d'accueil des visiteurs en utilisant des formules de politesse appropriées et savoir les renseigner, les guider, les rassurer,
- Améliorer/Approfondir la compréhension orale et écrite,
- Approfondir l'expression orale basée sur l'acquisition du vocabulaire général et spécifique à l'accueil,
- Améliorer la prononciation, l'intonation et l'accent,
- Réviser les structures grammaticales appliquées

Contenu / programme

Assurer efficacement l'accueil des touristes étrangers

- Maîtriser parfaitement la phase d'accueil des visiteurs en utilisant des formules de politesse appropriées
- Se présenter, s'enquérir de la nationalité du touriste
- Pouvoir renseigner, guider et renseigner les touristes
- Comprendre la demande exacte

Gérer des réservations

- Poser des questions permettant de donner un conseil avisé
- Identifier les dates et horaires
- Renseigner des touristes sur le fonctionnement de l'établissement
- Donner des informations liées à l'hébergement : type de chambres, vue, prestations proposées et prix
- Renseigner sur les modalités de réservation
- Orienter les touristes vers l'établissement

Donner des informations locales

- Renseigner sur les services et prestations à proximité
- Donner des informations sur les sites d'intérêts à visiter, les infrastructures touristiques et les manifestations organisées
- Indiquer les tarifs, des horaires d'ouverture, des conditions d'accès
- Orienter les personnes vers ces lieux
- Mettre en valeur les produits régionaux et le patrimoine breton

Communiquer par téléphone et par mail

- Maîtriser les fondamentaux de l'accueil téléphonique des touristes : formules spécifiques, reformulation...
- Prendre ou laisser un message, reformuler l'objet de l'appel
- Répondre à une demande formulée par mail

Public visé

Conseillers en séjour, Personnel en charge des visites guidées

Prérequis :

Avant toute action de formation linguistique, il est vérifié pour chaque participant Son niveau de départ via le test en ligne du réseau CEL sous OSCAR : durée 15 minutes, niveau défini sur le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL) du Conseil de l'Europe, test adaptatif, résultats immédiats.

Ce test mesure le niveau des futurs apprenants et les positionne sur le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL - voir ci-dessous). Il est adaptatif : la difficulté des questions varie selon les réponses que donne la personne testée. Les résultats sont transmis par mail.

L'échelle de niveaux européenne se décompose en 7 niveaux distincts : O, A1, A2, B1, B2, C1, C2

Les groupes seront constitués selon les niveaux obtenus lors des tests de positionnement

Niveau : intermédiaire

Matériel à prévoir par les stagiaires : néant

À savoir pour Anglais appliqué au tourisme – intermédiaire à perfectionnement – 2 jours

Dynamique de groupe

Pratique intensive du vocabulaire spécialisé pour être opérationnel
Gain de confiance lors des futurs échanges professionnels
La grammaire est travaillée en contexte



Elus CSE : votre rôle et vos missions - 1 jour

POURQUOI CETTE FORMATION

Donner aux élus les compétences nécessaires pour maîtriser les procédures réglementaires, et identifier les risques professionnels au sein de leur structure.

OBJECTIFS

- Maîtriser les nouvelles attributions et les règles de fonctionnement du CSE
- Identifier les aménagements possibles de cette nouvelle instance
- Connaître les moyens dont disposent les membres du CSE pour exercer leur mandat

CONTENU / PROGRAMME

1- Connaître l'organisation du CSE et son fonctionnement

- La composition du CSE
- Le mandat des membres du CSE
- Les règles de suppléance
- Les commissions internes du CSE

2- Maîtriser les droits, les devoirs et les différentes missions des membres du CSE

- Les responsabilités des membres du CSE et la notion de délit d'entrave
- Les différents droits d'alerte du CSE
- La mission de porter les réclamations du personnel
- Les missions spécifiques en matière de santé, sécurité et conditions de travail

3- L'importance du rôle économique et professionnel du CSE

- L'information-consultation ponctuelle du CSE
- La Base de données économiques et sociale

- L'information-consultation obligatoire du CSE

4- Les nouvelles IRP issues des Ordonnances Macron

- Le conseil d'entreprise
- Les représentants de proximité
- La gestion quotidienne du CSE

5- Comprendre la place déterminante du secrétaire au sein du CSE

- Comment le secrétaire est-il élu et remplacé ?
- Quelle est la marge de manoeuvre du secrétaire ?

6- Les moyens d'action du secrétaire et du trésorier (et des autres élus)

- Les heures de délégation
- Les moyens matériels
- La liberté de déplacement

7- Découvrir les missions spécifiques du secrétaire

- Le rôle du secrétaire dans le fonctionnement du CSE
- Le déroulement des réunions du CSE
- Le rôle du secrétaire dans la communication globale du CSE
- Les rôles spécifiques du trésorier et la gestion des budgets

8- Les attributions et le rôle du Trésorier du CS

- Comment définir les attributions du trésorier ?
- L'étendue des missions du trésorier
- La gestion des comptes du CSE
- La gestion du patrimoine du CSE

9- Les ressources financières du CSE

- La dualité des budgets
- Le budget de fonctionnement
- Le budget des activités sociales et culturelles

10- Le CSE et l'URSSAF

- Le contrôle URSSAF
- Le rôle du Trésorier pendant le contrôle URSSAF
- Les conditions d'exonération de cotisations sociales des bons d'achat et cadeaux
- Le Secrétaire et le Trésorier Approfondissement

11- La gestion des comptes du CSE

12- La gestion du patrimoine du CSE et le rôle du Trésorier

13- Découvrir les missions spécifiques du secrétaire

PUBLIC VISE :

Membres élus du CSE

PRÉREQUIS :

DEBUTANT - INTERMEDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Convention collective et droit du travail des offices de tourisme 2ème session – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Pour les participants, il s'agira de renforcer leurs connaissances en droit du travail et social suite aux formations déjà suivies dans ce domaine. Après une rapide révision sous forme de quizz (actualisé), les points plus particuliers et plus récents (crise sanitaire, code du travail, CCN et jurisprudence) seront abordés pour permettre aux stagiaires d'assurer une gestion des conditions de travail et documents RH en toute sérénité, voire d'anticiper ou de réguler des dysfonctionnements ou conflits.

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux en droit du travail et social
- Actualiser ses connaissances sur l'évolution juridique en matière de droit du travail, social (CCN des organismes de tourisme) et jurisprudentielle.

CONTENU / PROGRAMME

- Objectif 1 : Rappel et mise à niveau : les fondamentaux en droit du travail et social QUIZZ : questions / réponses et échanges avec les participants
 - Le contrat de travail, les avenants et la fiche de poste
 - Le RGPD vis-à-vis des RH et le pouvoir de direction de l'employeur
 - La responsabilité de l'employeur civile et pénale : sécurité, hygiène, contrôle du contenu des ordinateurs, contrat (CDI et CDD), avenants et fiche de poste, entretiens annuel et professionnel, DUER, harcèlement moral et sexuel, agissements sexistes...
 - Le temps partiel : dérogations temps de travail, modulation, heures complémentaires,

- planning annuel...
 - Les frais de déplacements entre les différents lieux de travail
 - L'élection DP : conditions, procédures, électeurs, éligibles...
 - Les accords d'entreprise
 - Le règlement intérieur et les notes de service : les 4 composantes légales, les notes de service, intégration de la notion d'agissements sexistes...
 - La rupture conventionnelle : les erreurs à ne pas commettre
- Objectif 2 : Actualiser ses connaissances : évolutions de la CCN des organismes de tourisme et jurisprudences
 - Le CDI d'opération
 - Le CET (compte épargne temps)
 - Le temps de travail, les majorations et récupérations
 - La rémunération de base et les règles d'augmentation (grille de qualification et méthode)
 - Les indemnités (ancienneté, fin de carrière, licenciement...)
 - Le télétravail
 - Les accords de performances collectives (APC)

PUBLIC VISE :

Personnel, administrateurs en charge de la gestion des RH ou gestion administrative des documents, actes afférents aux RH.

PRÉREQUIS :

Assurer et/ou gérer et/ou collaborer à la gestion des personnels d'un office de tourisme auxquels est appliqué le code du travail et la CCN n°3175 des organismes de tourisme (Association, EPIC, régie gérant un SPIC, SPL, SEML, SA...).

NIVEAU :

INTERMEDIAIRE - AVANCE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

Support prise de note, documents portant sur le droit du travail et social



Le manager leader du changement – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Les transformations de la société s'accroissent, du fait notamment des nouvelles technologies et des usages que nous en faisons. Face à cela, les organisations doivent elles aussi entrer dans une logique de changement, avec l'ensemble de leur collectif. Cette formation vous donne des méthodes, des outils et clés de compréhension des mécanismes en jeu dans le changement.

OBJECTIFS

- Comprendre pourquoi le changement est devenu inéluctable (enjeux économiques et sociétaux),
- Découvrir une méthode innovante pour conduire le changement,
- Connaître les principales raisons qui freinent ou accélèrent les envies de changement en chaque personne,
- Découvrir et expérimenter des outils pour engager un collectif,
- Découvrir et expérimenter des outils au service de la relation.

CONTENU / PROGRAMME

Jour 1 :

- Pourquoi changer? Eléments économiques, technologiques et sociétaux
- Ce que disent les sciences de gestion du changement (historique)
- Ce que dit la psychologie sociale du changement
- Premiers ateliers de techniques relationnelles et de coopération sur le sujet du changement contextualisé à l'entreprise

Jour 2 :

- Les besoins humains au service du changement
- Une méthode innovante en 6 étapes
- Poursuite des ateliers de techniques relationnelles et de coopération
- Les outils relationnels et les outils de la coopération au service du changement et de l'engagement des salariés

PUBLIC VISE :

Directeur.rice - Responsable de pôle

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Rédiger pour le web des contenus pour générer de l'enthousiasme - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Le tout-outil digital est mort, vive le contenu digital ! Vous avez déjà les notions de base du community management mais publier des photos de lolcats ne vous amuse plus autant. Vous seriez même prêt à raccrocher les gants de votre présence lol sur les réseaux sociaux s'il n'y avait pas eu cette formation.... Ici, on vous parle storytelling, on vous parle inbound et best practices webmarketing ! Devenez aussi bon (et drôle) que les meilleurs CM du web et générez de l'enthousiasme à chaque publication !

OBJECTIFS

- Savoir communiquer autour de sa destination sur les médias sociaux
- Savoir développer sa créativité tout en gardant une ligne éditoriale cohérente
- Identifier formats et types de contenus en fonction des réseaux sociaux
- Apprendre à produire du contenu attractif grâce au storytelling

CONTENU / PROGRAMME

1/ DESTINATION ET COMMUNICATION DIGITALE

- votre destination sur les réseaux
- qui sont vos personas ?

2/ CONTENU ET COMMUNICATION DIGITALE

- Quels réseaux choisir ?
- Quels formats de contenu choisir ?

3/ GÉNÉREZ DE L'ENTHOUSIASME AVEC VOS CONTENUS

- En identifiant les attentes de vos cibles
- En générant de l'émotion et de la surprise

PUBLIC VISE :

Personnel ou responsables en charge de la communication

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Sensibilisation et accompagnement des professionnels à la marque Tourisme et Handicap - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Comprendre les exigences de la marque Tourisme et Handicap et les différents handicaps pour accompagner ses prestataires

OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement de la marque Tourisme et Handicap
- Connaître les principaux critères de la marque et les mettre en relation avec les besoins des personnes en situation de handicap.
- Connaître les handicaps
- Être capable de faire un diagnostic de son établissement ou de celui d'un prestataire
- Faire des préconisations sur les aménagements à réaliser

CONTENU / PROGRAMME

La marque Tourisme et Handicap

- Genèse de la marque, fonctionnement au niveau national et local.
- La démarche pour demander la marque : présentation du site GMTH

Les terminologies & la législation

- Comprendre la notion d'ERP, IOP.
- Les obligations légales des prestataires.

Les différents handicaps en bref

- Rappel des différentes familles de handicap

Les cahiers des charges

- Présentation des cahiers des charges caractéristiques générales ERP, hébergement et restauration.
- Présentation des autres cahiers des charges en fonction des participants.
- Mise en relation des exigences de la marque avec les besoins des personnes handicapées
- Faire un état des lieux de son établissement et mettre en place des préconisations

PUBLIC VISE : conseiller en séjour, personne en charge de l'accueil, directeur, personnel d'un ERP

PRÉREQUIS : aucun



Optimiser la performance commerciale de la boutique de l'office de tourisme - 2

jours

POURQUOI CETTE FORMATION

En créant une boutique, les offices de tourisme entendent générer des ressources supplémentaires et promouvoir l'image de leur territoire. Or, l'acte commercial n'est pas inné pour les institutionnels du tourisme qui se heurte parfois à des problèmes de rentabilité. Le choix d'un positionnement et la définition d'une stratégie commerciale sont des facteurs clés de réussite. Il s'agit bien sûr de rendre l'espace de vente plus attractif et efficace commercialement. Mais une gestion rigoureuse est essentielle pour optimiser la performance commerciale de la boutique. Développer des partenariats avec les acteurs locaux

est également une belle opportunité de valoriser les savoir faire de son territoire en dynamisant son tissu économique.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation vous serez capable de :

- Préciser le positionnement de la boutique de l'OT et définir une stratégie commerciale
- Optimiser l'espace boutique (merchandising, thématization, animation) ; Gérer efficacement la boutique (approvisionnement, stocks, marge ...)
- Développer des partenariats avec les acteurs locaux et orientés « durables »

CONTENU / PROGRAMME

Définir la stratégie commerciale de la boutique de l'OT :

- Effectuer un diagnostic pour préciser son positionnement et les objectifs visés (économique et image) ; Quelle visibilité donner à sa boutique : in situ seulement, sur les réseaux sociaux, avec une boutique en ligne

Optimiser la rentabilité commerciale de la boutique

- L'espace de vente : quelques clés pour améliorer l'agencement et le merchandising ; favoriser l'immersion des visiteurs grâce à la thématization ; focus sur le marketing sensoriel.
- La gestion : rappel de quelques notions fondamentales (marge, gestion des stocks, contractualisation, tableaux de bord); sélectionner des articles et fournisseurs en phase avec son positionnement (critère durable ?)

Développer des partenariats avec les acteurs locaux :

- Identifier des partenaires locaux valorisants et à valoriser (producteurs, artisans); créer des partenariats pour animer la boutique : ateliers et opérations de cross marketing.

PUBLIC VISE :

Personnels en charge de la boutique

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

Débutant - Intermédiaire

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Réussir la conception et le packaging de ses produits touristiques - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Entre les possibilités du territoire et les attentes des cibles identifiées, les produits touristiques se conçoivent dans une perspective marketing autant que commerciale... Comment réaliser concrètement ces produits touristiques, les deviser et les commercialiser ? À la croisée des compétences du forfaitiste et du marketing, cette formation s'adresse à tous ceux qui sont amenés à créer des séjours ou des circuits autour de ressources souvent immatérielles...

OBJECTIFS

- Savoir concevoir un produit touristique adapté à la clientèle
- Identifier les cibles et comprendre leurs attentes
- Savoir monter, rédiger et deviser un package touristique
- Savoir communiquer et commercialiser des produits touristiques

CONTENU / PROGRAMME

1/ CONCEVOIR UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Qu'est ce qu'un produit touristique ?
- Tendances et innovations
- Auditer le potentiel de la destination
- Etablir et formuler des objectifs

2/ AUDIT DES ATTENTES DE LA CLIENTELE

- Réaliser des personas
- Comprendre les attentes

3/ MONTER UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Construire un itinéraire ou un séjour
- Rédiger un descriptif
- Deviser et monter le forfait

4/ COMMERCIALISER UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Établir un plan d'action basé sur l'impact
- Réaliser un plan de communication
- Comprendre et optimiser les chemins de conversion

PUBLIC VISE :

Personnel ou responsable du service marketing et/ou commercial

PRÉREQUIS :

Connaitre parfaitement ses produits et prestations touristiques

Être chargé de l'accueil en face à face ou à distance

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur



Accompagner vos sociospros dans leur stratégie commerciale – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Cette période d'incertitude amène les professionnels du tourisme à s'interroger sur la manière d'adapter leur stratégie commerciale à court et moyen terme. Sans pour autant prédire l'avenir, l'office de tourisme peut se positionner comme un soutien de poids auprès de son réseau de prestataires en leur apportant des conseils opérationnels pour s'adapter à la crise sanitaire et économique actuelle.

OBJECTIFS

- Mieux comprendre et analyser l'impact du Covid dans l'activité commerciale de ses prestataires

- Apporter des clés et outils pour accompagner au mieux les socio-pros en cette période
- Savoir les conseiller sur la mise en place d'actions commerciales immédiates adaptées à leur contexte

CONTENU / PROGRAMME

Instaurer une dynamique de groupe : présentation du programme, de l'intervenant et Icebreaker (ex : présentation croisée)

- Focus sur les attentes de la clientèle avant et après Covid
- Tendances perçues dans les pratiques touristiques lors de la saison 2020
- Échanges collectifs sur les retours du terrain en Bretagne
- Comprendre le contexte du prestataire pour l'aider à définir ses objectifs
- Présentation et explication du modèle de « contextualisation » des socioprofessionnels
- Illustrations par des exemples de professionnels du tourisme aux objectifs élevés et plus modérés
- Exercice pratique sur un cas concret (collectif ou en sous-groupe) visant à définir les objectifs en fonction du contexte du prestataire touristique
- Présentation du modèle des 5 piliers du succès et de la grappe d'expérience développés par Guest & Strategy

Définir une stratégie commerciale et webmarketing adaptée

- Comprendre les grands principes d'une stratégie tarifaire dynamique
- Les indépendants face à leurs tarifs
- Comment définir sa grille tarifaire : techniques et méthodes.
- Mettre en place sa politique tarifaire en fonction des saisons
- Présentation et échanges collectifs sur des modèles de stratégie tarifaire selon des études de cas
- Savoir adapter ses conditions générales de ventes
- Adopter une stratégie webmarketing offensive
- Les évolutions marquantes du webmarketing touristique en 2020
- Présentation du modèle de stratégie webmarketing en fonction du profil du prestataire touristique (par secteur d'activité, par objectifs visés).
- Comment travailler efficacement avec les plateformes de vente en ligne ?
- Comment adapter son propre site internet au contexte actuel ?
- Exercice pratique en sous-groupe (cas concret) pour définir la stratégie webmarketing à conseiller à son prestataire

Définir un retro-planning des actions à entreprendre auprès de prestataire touristique

- Présentation et échange d'un retro-planning créé sur Excel utilisé par Guest & Strategy dans ses missions d'accompagnement à la commercialisation
- Exercice pratique individuel visant la création d'un retroplanning pour son prestataire
- Debrief collectif et échanges
- Temps d'échanges et de questions/réponses
- Évaluation des acquis et de la satisfaction à chaud

PUBLIC VISE :

Personnels ou responsables du service commercial ou en charge de l'accompagnement des prestataires touristiques

PRÉREQUIS :

Connaitre parfaitement ses produits et prestations touristiques
Être chargé de l'accueil en face à face ou à distance

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 support multimédia est remis à chaque participant : prévoir un ordinateur et tous les supports d'accueil et de vente de l'office de tourisme

La formation peut avoir lieu en présentiel ou en distanciel.

Accompagner vos sociospros dans leur stratégie commerciale - 2 jours



Mettre en place une stratégie de développement durable sur votre territoire - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Dans un contexte de transition écologique, sociale et économique, la mise en place d'une stratégie de développement durable est devenue un enjeu incontournable pour toutes les entreprises, mais aussi, et surtout pour les territoires. Le tourisme a un impact indéniable sur l'environnement. Mais les territoires peuvent agir en mettant en place des démarches de tourisme durable. La mise en place d'une telle démarche a plusieurs avantages :

- Rendre le territoire plus attractif, compétitif, solidaire, efficace et accessible de manière durable
- Concrétiser et diffuser une véritable culture de tourisme durable auprès des professionnels et de l'ensemble des acteurs touristiques
- Promouvoir le territoire comme une région activement engagée et innovante en matière de tourisme durable
- Apporter une meilleure visibilité et coordonner l'ensemble des dispositifs existants pour accompagner les professionnels dans leur démarche vers un développement durable

Mais alors, par où commencer pour mettre en place une stratégie de développement durable ?

Cette formation, vous donnera toutes les clés pour lancer votre démarche.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et intérêts d'une démarche développement durable
- Connaître les principaux outils de management en développement durable
- Identifier les principaux acteurs et outils de développement durable
- Piloter une démarche de tourisme durable au sein d'un territoire

CONTENU / PROGRAMME

Jour 1 :

1. Les fondamentaux du Développement Durable
2. Historique et définition
3. Les normes de référence (ISO 26000, SD 2 1000,..)
4. Définition du Tourisme Durable
5. Définition
6. Contexte en France et dans le monde
7. Élaborer un diagnostic du territoire
8. Définir les acteurs du tourisme durable
9. Faire un état des lieux
10. Établir les forces et faiblesses
11. Établir des indicateurs
12. Zoom sur la mobilité
13. Établir son positionnement
14. Bien définir ses cibles
15. Intégrer les acteurs du territoire
16. Engager les acteurs du tourisme et impliquer les touristes
17. Actions de sensibilisation auprès des socioprofessionnels
18. Comment impliquer les touristes sans « déranger » ?

Jour 2 :

1. Structurer l'offre
2. Les ecolabels
3. Les autres démarches existantes
4. Analyser les démarches déjà existantes sur d'autres territoires

5. Animer la démarche
6. Établir un calendrier
7. Définir des thématiques
8. Communiquer sur l'offre
9. Définir les cibles
10. Définir un message clair
11. Définir les moyens
12. Commercialiser l'offre
13. Construire une stratégie marketing d'ensemble
14. Choisir ses marchés cibles

PUBLIC VISE :

Directions, chargés de missions

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

Débutant - Intermédiaire

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur

Mettre en place une stratégie de développement durable sur votre territoire - 2 jours



Allemand appliqué au tourisme - intermédiaire à perfectionnement - 2 jours

Pourquoi cette formation

Cette formation permettra aux personnels des offices de tourisme de gérer plus efficacement l'accueil des touristes étrangers, notamment à travers l'acquisition de vocabulaire lié au secteur d'activité de l'apprenant et du tourisme en Bretagne.

Objectifs

- Assurer un accueil physique et téléphonique de qualité aux touristes étrangers,
- Maîtriser parfaitement la phase d'accueil des visiteurs en utilisant des formules de politesse appropriées et savoir les renseigner, les guider, les rassurer,
- Améliorer/Approfondir la compréhension orale et écrite,
- Approfondir l'expression orale basée sur l'acquisition du vocabulaire général et spécifique à l'accueil,
- Améliorer la prononciation, l'intonation et l'accent,
- Réviser les structures grammaticales appliquées

Contenu / programme

Assurer efficacement l'accueil des touristes étrangers

- Maîtriser parfaitement la phase d'accueil des visiteurs en utilisant des formules de politesse appropriées
- Se présenter, s'enquérir de la nationalité du touriste
- Pouvoir renseigner, guider et renseigner les touristes
- Comprendre la demande exacte

Gérer des réservations

- Poser des questions permettant de donner un conseil avisé
- Identifier les dates et horaires
- Renseigner des touristes sur le fonctionnement de l'établissement
- Donner des informations liées à l'hébergement : type de chambres, vue, prestations proposées et prix
- Renseigner sur les modalités de réservation
- Orienter les touristes vers l'établissement

Donner des informations locales

- Renseigner sur les services et prestations à proximité
- Donner des informations sur les sites d'intérêts à visiter, les infrastructures touristiques et les manifestations organisées
- Indiquer les tarifs, des horaires d'ouverture, des conditions d'accès
- Orienter les personnes vers ces lieux
- Mettre en valeur les produits régionaux et le patrimoine breton

Communiquer par téléphone et par mail

- Maîtriser les fondamentaux de l'accueil téléphonique des touristes : formules spécifiques, reformulation...
- Prendre ou laisser un message, reformuler l'objet de l'appel

- Répondre à une demande formulée par mail

Public visé

Conseillers en séjour, Personnel en charge des visites guidées

Prérequis :

Avant toute action de formation linguistique, il est vérifié pour chaque participant Son niveau de départ via le test en ligne du réseau CEL sous OSCAR : durée 15 minutes, niveau défini sur le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL) du Conseil de l'Europe, test adaptatif, résultats immédiats.

Ce test mesure le niveau des futurs apprenants et les positionne sur le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL – voir ci-dessous). Il est adaptatif : la difficulté des questions varie selon les réponses que donne la personne testée. Les résultats sont transmis par mail.

L'échelle de niveaux européenne se décompose en 7 niveaux distincts : O, A1, A2, B1, B2, C1, C2
Les groupes seront constitués selon les niveaux obtenus lors des tests de positionnement

Niveau : intermédiaire

Matériel à prévoir par les stagiaires : néant

À savoir sur la formation : Allemand appliqué au tourisme – intermédiaire à perfectionnement – 2 jours

Dynamique de groupe

Pratique intensive du vocabulaire spécialisé pour être opérationnel

Gain de confiance lors des futurs échanges professionnels

La grammaire est travaillée en contexte



Gérer l'attente et les flux de visiteurs en période de forte affluence – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Dans un contexte de forte affluence et de file d'attente pour les visiteurs, la gestion de l'attente et

des flux est un point fortement évoqué par les visiteurs (temps perdu). Les contraintes et configuration des espaces d'accueil, l'information non visible, le manque de personnel présent uniquement à la banque d'accueil... seront mis à plat pour se projeter vers des solutions bénéfiques à tous : réfléchir à des personnels dédiés, améliorer l'information et le confort du visiteur, transformer et faire vivre l'attente.

Le contexte sanitaire depuis le printemps 2020 a conduit nombre d'Offices de Tourisme à repenser leur parcours client dans leurs espaces d'accueil : protocole sanitaire, sens de circulation, réduction des documentations en libre-service etc... Les initiatives de l'été 2020 pour s'adapter à cette situation démontrent que revisiter l'espace d'accueil, reconsidérer les outils d'accueil au bénéfice de l'autonomie, repenser le contact avec le personnel sur place et à distance sont autant de pistes à explorer durablement.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux liés à l'attente et la gestion des flux
- Anticiper la gestion des flux de visiteurs et la forte affluence
- Permettre aux visiteurs de vivre agréablement l'attente

CONTENU / PROGRAMME

L'attente du visiteur, mise en accord

- L'état d'esprit du visiteur en situation d'attente : ses perceptions, ses besoins, les situations rencontrées lors de sa visite à l'OT, les attentes consenties, subies et leurs raisons
- Les conséquences pour le visiteur en matière de service, pour le personnel dans la relation interpersonnelle, pour la destination
- Synthèse des points fondamentaux de l'attente notamment en période de forte affluence : esprit de service, gestion des flux, organisation...

L'anticipation des flux et de la forte affluence

- L'état des lieux et points d'amélioration pour chaque structure :
- Les flux à partir des données chiffrées et séquencées, les principales demandes nécessitant un contact (à valeur ajoutée), et celles pour lesquels les outils en autonomie ou en pré-information apportent (ou apporteraient) une réponse
- Les services déployés : visibilité, différenciés, en assistance, en autonomie...
- Le personnel en contact : planning, renforts possibles, poste fixe ou mobilité, compétences / cibles clientèles et / demandes
- L'aménagement de l'espace d'accueil - outils de mise en information et mise en scène
- Les marges de progrès pour les 4 points ci-dessus

Mise en pratique : à partir des éléments préparés par chaque participant en amont de la formation, pour gain de temps - synthèse des points d'amélioration

- L'information des visiteurs : conditions d'attente/types de services de conseil, vente - la visibilité des services spécifiques en autonomie...
- L'anticipation des services en amont de leur visite à l'OT : billetterie - voire boutique en ligne
- Le personnel au service de l'attente et des flux, exemples inspirants :
- La mobilité de personnel identifié pour orienter voire répondre à des demandes basiques, positionné dans le parcours le plus opportun de l'espace d'accueil et /ou en fonction des flux

- Les personnels « conseils experts » pour répondre à des publics cibles, des demandes à valeur ajoutée (ex : randonnée, circuits, famille...) – organisation et formation
- La gestion des flux lors de moments clés (événements, arrivées de groupes...)

Mise en pratique : pour chaque OT participant, actions prioritaires adaptées à chaque situation.

Le confort de l'attente, l'expérience client

- L'aménagement de l'espace d'accueil – répondant aux points précédents :
- Un espace modulable, répondant à la saisonnalité des flux et des services
- Des postes d'accueil : modulables dans l'espace d'accueil et du personnel mobile
- La matérialisation des files d'attente, mise en place de tickets (différencier les demandes – services, langues ?)
- Le parcours du client dans l'espace d'accueil – approche fonctionnelle pour l'attente utile et agréable :
- Espace expérientiel et de détente : ambiance propice à se projeter dans les expériences vécues sur la destination – situation dans l'espace et files d'attente
- Espace « prémâché » : réponse pré-ciblée qui répond à 70% des demandes récurrentes – facilitant le contact avec le personnel... visualisation et illustration des incontournables
- Espace en autonomie : informations pratiques en libre-service Et aussi : espace services en autonomie, espace(s) conseil-vente, espace extérieur

Mise en pratique : à partir d'exemples inspirants, préconisations sur le choix d'outils – sélection de contenus d'information et de mise en scène.

PUBLIC VISE : Conseillers en séjour et responsables accueil

PRÉREQUIS : Aucun prérequis nécessaire

NIVEAU : Débutant-Intermédiaire

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES : Ordinateur, et autres qui seront définis lors de la convocation.

Gérer l'attente et les flux de visiteurs en période de forte affluence – 2 jours



Conseiller en séjour : le Ba-Ba du métier – 3 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

L'accueil doit créer les conditions propices à un conseil efficace et donc à la valorisation de la

destination et à la consommation touristique.

Le Conseil en séjour est la création d'une prestation de service consistant à valoriser un territoire et/ou, selon les situations d'accueil, à accompagner et conseiller le visiteur dans l'organisation de son séjour.

La finalité du métier de Conseiller en séjour est au cœur des enjeux du tourisme, avec un accueil sur mesure pour chaque client/visiteur. Un métier désormais à forte plus-value lorsque l'accueil répond aux attentes du visiteur.

Accueil + Information + Conseil = conditions favorables pour une consommation touristique. François Tourisme Consultant propose une formation pratico-pratique à visée opérationnelle pour aider les acteurs du tourisme à mieux exercer leur activité en matière d'accueil, de conseil, de satisfaction du visiteur et de commercialisation de l'offre touristique

OBJECTIFS

- S'approprier les fondamentaux des techniques d'accueil
- Savoir adapter ces fondamentaux à l'interlocuteur, à la situation et au lieu
- Passer de l'accueil au conseil, à la satisfaction et à la fidélisation client

CONTENU / PROGRAMME

- Prendre conscience que l'accueil fait partie d'une ambiance
- Mettre de son côté les conditions pour un accueil réussi : des fondamentaux
- S'approprier quelques règles du langage non verbal
- Maîtriser les principes d'une formulation appropriée
- Lister différents types de situation de relations interpersonnelles lors d'une expérience touristique
- S'approprier des techniques par une mise en pratique
- Mettre en pratique différents types d'accueil
- Traduire les caractéristiques des touristes d'aujourd'hui en attentes concrètes
- Conseiller pour vendre son offre touristique

PUBLIC VISE : Conseiller en séjour

PRÉREQUIS : Aucun

NIVEAU : Débutant, Intermédiaire

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES : Bel échantillon de la documentation de son OT. Ordinateur ou tablette

Conseiller en séjour : le Ba-Ba du métier – 3 jours



Apprendre à animer et concevoir des formations – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Dans un contexte de mutations profondes et de constante évolution des organisations, nous observons l'évolution des pratiques managériales, des pratiques collaboratives. Les pratiques de formation doivent elles aussi évoluer. Pour décupler l'efficacité d'un dispositif pédagogique, il est nécessaire que l'apprenant soit au coeur de son apprentissage et en devienne acteur. Cette formation vise à apporter innovation pédagogique et intelligence collective dans vos formations pour augmenter l'impact de vos dispositifs pédagogiques.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Décrire les principes clés de l'apprentissage au regard des neurosciences
- Décrire les principes pédagogiques des piliers de l'apprentissage
- Identifier les conditions de réussite de l'apprentissage périphérique à la pédagogie
- Construire un déroulé pédagogique innovant en lien avec des objectifs spécifiques
- Animer une séquence pédagogique selon des modalités innovantes d'animation
- Adopter une posture de formateur qui laisse la place au groupe
- S'appuyer sur l'intelligence collective pour former

CONTENU / PROGRAMME

Partie 1 : Comprendre les liens entre pédagogie et neuroscience

- Notions de base
- Comment le cerveau apprend ?

Partie 2 : Découvrir les piliers de l'apprentissage

- Les piliers de l'apprentissage : motivation, attention, perception, compréhension, mémorisation
- Les étapes du processus d'apprentissage
- Apports sur des concepts complémentaires : le cycle d'apprentissage, la réactivation, le droit à l'erreur
- Les liens entre neuroscience et concepts de pédagogie

Partie 3 : Créer un environnement apprenant

- La dimension collective : favoriser la coopération
- La dimension relationnelle : créer des relations positives entre les apprenants, avec le formateur
- La dimension sensorielle : savoir utiliser les sens et les émotions pour faciliter l'apprentissage
- La dimension expérientielle : faire vivre une expérience dans chaque temps de la formation

Partie 4 : Explorer de nouvelles méthodes d'apprentissage pour construire une formation

- Comment faire vivre une expérience ?
 - Se mettre à la place du participant
 - Créer les conditions du plaisir d'apprendre
 - Utiliser les émotions, les sens
- Comment mobiliser le potentiel des participants ?
 - Générer de l'auto-apprentissage
 - Utiliser l'intelligence collective pour faire émerger les savoirs
- Comment construire des outils pédagogiques innovants ?
 - Imaginer un dispositif auto-apprenant
 - Utiliser les outils de l'intelligence collective
 - Utiliser le visuel en formation

Partie 5 : Faire évoluer sa posture de formateur

- Expérimenter la posture de formateur facilitateur
- Passer du 80/20 au 20/80 de temps de parole
- Apprendre à lâcher-prise
- Avoir confiance dans les capacités du groupe à produire le savoir

PUBLIC VISE :

De façon générale, toute personne amenée à former

PRÉREQUIS :

Avoir les connaissances de base sur un ordinateur (utilisation d'une souris, d'un clavier, etc..)

NIVEAU :

DÉBUTANT

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur

Apprendre à animer et concevoir des formations – 2 jours



Sauveteur secouriste du travail – 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Acquérir les bons gestes de premiers secours au sein de votre structure.

OBJECTIFS

- Acquérir les connaissances nécessaires à la bonne exécution des gestes de premiers secours SST destinés à préserver la victime en attendant l'arrivée des secours au sein de l'entreprise.
- Promouvoir la prévention des risques professionnels.
- La formation est dispensée au minimum par un formateur SST, habilité pour la formation et le Maintien et Actualisation des Compétences des SST et à jour de son Maintien et Actualisation des Compétences de formateurs SST

CONTENU / PROGRAMME

1- Le sauvetage-secourisme du travail (SST)

- Appréhender les notions de bases en matière de prévention (danger, évènement dangereux, accident du travail, maladie professionnelle ...) □ Situer le rôle du SST en tant qu'acteur de la prévention

2- Rechercher les dangers persistants pour protéger

- Repérer les situations dangereuses dans le cadre du travail
- Supprimer ou réduire ces situations dangereuses (ou y contribuer)
- Repérer les personnes qui pourraient être exposées aux dangers identifiés

3- De protéger à prévenir

- Être capable de contribuer à la mise en œuvre d'actions de prévention

4- Examiner la victime et faire alerter

- Examiner la(les) victime(s) avant et pour la mise en œuvre de l'action choisie en vue du résultat à obtenir.
- Faire alerter ou alerter en fonction de l'organisation des secours dans l'entreprise.

5- De "faire alerter" à "informer"

- Être capable de choisir, parmi les personnes présentes et selon des critères prédéfinis, celle qui est la plus apte pour déclencher l'alerte

- Être capable de transmettre aux secours appelés, ou à la personne choisie pour alerter, les éléments du message, en respectant les consignes pour assurer une transmission efficace et favoriser une arrivée des secours au plus près de la victime

6- Secourir

- La victime saigne abondamment La victime s'étouffe
- La victime répond, elle se plaint d'un malaise
- La victime répond, elle se plaint de brûlures
- La victime répond, elle se plaint d'une douleur qui empêche certains mouvements
- La victime répond, elle se plaint d'une plaie qui ne saigne pas abondamment
- La victime ne répond pas, elle respire
- La victime ne répond pas, elle ne respire pas

7- Situations inhérentes aux risques spécifiques

PUBLIC VISE :

Tout public

PRÉREQUIS :

Aucun

NIVEAU :

DEBUTANT

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur

Sauveteur secouriste du travail - 2 jours



Neuro-management : le secret du bien-être de l'équipe ? - 2 jours

POURQUOI CETTE FORMATION

Basée sur des fondamentaux de la psychologie positive et des neurosciences, cette formation vise à apporter les connaissances de principes indispensables de connaître pour manager son équipe dans une perspective d'équilibre entre bien-être des collaborateurs, coopération et efficacité d'un collectif.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Expliquer le bénéfice de la connaissance et la compréhension de principes de neurosciences sur la qualité du management et des relations
- Expliquer les fondamentaux abordés : les modes mentaux, le mécanisme des émotions, la théorie de l'auto-détermination
- Sur la base de ces fondamentaux, réaliser des exercices pour apprendre à mieux se comprendre et mieux comprendre l'autre
- Créer les conditions favorables à l'émergence de l'épanouissement individuel, de la coopération et de l'efficacité dans une équipe

CONTENU / PROGRAMME

Partie 1 : Les principes fondamentaux : Les modes mentaux (neurosciences) :

- Le mode mental automatique pour gérer les situations routinières
- Le mode mental préfrontal pour gérer le changement, la créativité
- Pourquoi parfois l'accès au mode préfrontal est bloqué ?

Le Mécanisme des émotions (neurosciences) :

- Apports sur le mécanisme sous l'angle des neurosciences
- Décrypter le mécanisme : du déclencheur au besoin
- Être acteur de la satisfaction de ses besoins

La Théorie de l'Auto-Détermination (psychologie positive)

- Les différentes formes de motivation
- La motivation intrinsèque vecteur d'épanouissement, de coopération, de créativité et d'efficacité

Partie 2 : Mieux me comprendre et comprendre l'autre - Exercices pratiques sur des cas concrets

- Exercices pour entraîner le mode préfrontal : se développer sur les 6 composantes du mode
- Exercices pour décrypter le mécanisme des émotions : de la réaction automatique à la réaction consciente
- Exercices pour identifier et exprimer mes besoins efficacement : de l'expression de l'émotion à l'expression du besoin
- Débriefing :
 - Enseignements clés et transposition dans mon quotidien
 - § Engagements personnels

Partie 3 : Créer les conditions de la motivation intrinsèque : La création d'un environnement motivant

:

- Satisfaire le besoin de compétences
- Satisfaire le besoin d'affiliation
- Satisfaire le besoin d'autonomie
- Diagnostic des pratiques existantes
- Plan d'actions

Partie 4 : Créer les conditions de la coopération et de l'efficacité

- A la découverte d'un outil qui satisfait tous les besoins :
- Les principes de l'amélioration continue : management visuel et rituels d'équipe
- Jeu pédagogique « Projet&co » pour s'approprier les principes
- Enseignements clés et transposition en situation réelle
- Construire son outil d'animation d'équipe
- Construire les rituels d'animation
- Plan d'actions

PUBLIC VISE :

Seront intéressées les personnes qui souhaitent améliorer les conditions de la coopération et de l'efficacité dans leur équipe en s'inspirant de principes scientifiques.

PRÉREQUIS :

aucun

NIVEAU :

DÉBUTANT - INTERMÉDIAIRE

MATÉRIEL A PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES :

1 ordinateur