

PROGRAMME DE FORMATION

2021- Conception de forfaits touristiques

Lieu de la formation : A distance

Durée : 2 jours répartis en 4 demies-journées de visio : 1 visio par semaine en classe virtuelle de 9h30 à 12h

Nombre total d'heures de formation : 14 (10 heures en visio + 4h de calibré en temps de travail entre les sessions)

Date(s) : 7 mai, 21mai, 28 mai, 4 juin

Tarif de la formation

330 € net de taxes

Pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :

- N° de Déclaration d'Activité : 76340953834
- N° SIRET : 83203963000039

Salariés de droit privé des organismes institutionnels du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS !

Finalité

Concevoir des forfaits touristiques

Objectifs opérationnels

1. Connaître les définitions et législation sur les forfaits touristiques
2. Raisonner sa stratégie de production
3. Effectuer l'assemblage et définir le prix
4. Comprendre l'influence de la stratégie de vente sur la production

Public cible

Direction et chargés de commercialisation

Pré-requis

Avoir une bonne connaissance de sa destination et des prestataires

Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 2 jours
- **Nombre d'heures** : 14 heures
- **Dates** : 7 mai, 21mai, 28 mai, 4 juin
- **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 12
- **Horaires** : 2 jours répartis en 4 demies-journées de visio : 1 visio par semaine en classe virtuelle de 9h30 à 12h
- **Lieu** : A distance
- **Code action** : 25008

Intervenants

David Blanchard, LOGITOURISME

David Blanchard a travaillé durant plusieurs années en tant que Directeur de la centrale de réservation du département du Jura et a été Directeur Marketing du Comité Départemental du Tourisme du Jura.

Créée en 2008, Logitourisme, agence conseil en stratégie digitale et organisme de formation, intervient sur les $\frac{3}{4}$ du territoire français, en Belgique et au Luxembourg.

Logitourisme totalise aujourd'hui plus de 300 journées d'intervention par an en formation numérique.

Les formations s'adressent aux dirigeants, managers, salariés de structures orientés vers le tourisme, mais aussi vers les domaines de l'agriculture, de l'artisanat et du commerce.

Moyens mis à disposition et méthodes pédagogiques

- **Matériel stagiaire** : ordinateur avec wifi et caméra et apporter la gamme de produit actuelle et tarifs
- **Moyens mis à disposition** : Logiciel zoom pour la classe virtuelle. Tableau tarifaire. Accès des stagiaires aux ressources pédagogiques pendant 1 an après la fin de la formation.
- **Méthodes pédagogiques** : Présentation Power Point. Exemples de stratégie de production. Exercice de décomposition de la gamme par cible. Exercices de montage de produit. Exemples de stratégies

Suivi et évaluation

- **Suivi** : Feuille d'émargement (capture écran, tableau de connexion/présence des participants), certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.
- **Evaluation** :
 1. Evaluation amont : Tableau de renseignements de gamification des OT
 2. A la fin de la formation : Evaluation des acquis

3. A l'issue de la formation : Evaluation à chaud individuelle (écrite). Elle permet de mesurer le taux de satisfaction du formateur, de la méthode utilisée, de l'homogénéité et interaction du groupe...
4. Accompagnement post formation : Le formateur pourra répondre aux questions (pendant au moins 6 mois) à condition que les questions soient en lien direct avec le programme de formation.
5. Evaluation à froid : Questionnaire écrit à 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle.

Programme

7 mai de 9h30 à 12h

Connaître les définitions et législation des forfaits touristiques

- La notion de produit touristique
- Législation appliquée à la production et à la commercialisation
- Les CGV

21 mai de 9h30 à 12h

Raisonner sa stratégie de production

- Une démarche client plus qu'une démarche produit
- Définir ses cibles (Individuels, individuels regroupés, groupes), les Personae
- Tendances d'achat et influence sur la production
- Ce qui influence le consommateur
- Bien fixer des objectifs techniques, financiers, jusqu'au résultat des ventes

28 mai de 9h30 à 12h

Effectuer l'assemblage et définir le prix

- Définir sa gamme de produits face à la concurrence
- Le choix des prestations, des prestataires et la négociation
- Le montage, les partenariats, les conventions
- Le programme, les composantes
- La cotation et l'optimisation des marges
- La politique de prix
- La gamme produit : présentation individuelle

4 juin de 9h30 à 12h

Comprendre l'influence de la stratégie de vente sur la production

- Le e-marketing et la vente en ligne
- Le lien avec la production dans un contexte de "dernière minute"
- Les outils qui facilitent la promotion du produit
- Les techniques marketing : storytelling