

PROGRAMME DE FORMATION 2022

Concevoir de forfaits ou des produits touristiques

Lieu de la formation : A distance

Durée : sur 4 demi-journées

Nombre total d'heures de formation : 14

Date(s) : 31 mars, 1 avril, 7 avril et 8 avril les matins

Tarif de la formation

400 € 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 ! Sans convention de formation à jour dans l'espace Afdas, le CRTL au moment de la facturation, se verra dans l'obligation de facturer directement la structure.

Finalité

Être en mesure de créer des forfaits ou des produits touristiques

Objectifs opérationnels

Définir le concept de produit touristique

Connaître la tendance actuelle et les facteurs à prendre en compte lors de la conception et du montage

Analyser toutes les composantes du produit

Maîtriser les étapes de sa conception jusqu'à la mise en marché

Public cible

Direction, responsable commercialisation

Pré-requis

Être impliqué·e dans le développement des outils de production et dans la commercialisation de produits

Matériel stagiaire

Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 4 1/2 journées
- **Nombre d'heures** : 14 heures
- **Dates** : 31 mars, 1 avril, 7 avril et 8 avril les matins
- **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 12
- **Horaires** : 9h00-12h30
- **Lieu** : A distance
- **Code action** : 26014

Accessibilité : Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. En amont de la formation, nous définissons ensemble comment vous proposer le parcours le plus adapté.

Modalités d'accès : Inscription en ligne sur le site pro du CTRL Occitanie <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/programme-regional-de-formation-des-organismes-de-tourisme/>

Délai d'accès : Les formations du CRTL Occitanie sont accessibles de leur mise en ligne jusqu'à 15 jours avant la 1ère journée de formation (temps requis pour confirmation de la session et envoi des convocations). Passé ce délai, il est préférable de prendre contact avec le service formation pour s'enquérir des éventuelles places disponibles et des possibilités d'inscriptions en ligne. *Contacts : Sylvie Bonnefoy au 04 30 63 84 25 ou formation@crtoccitanie.fr*

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 ¾ 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

- **Moyens mis à disposition** : Exemples de stratégie de production

Exercice de décomposition de la gamme par cible

Analyse des produits

Proposition de stratégie de production

Présentation individuelle

Interface apprenant·e DIGIFORMA pour partage de documents et ressources, dont support PPT de la formation

- **Méthodes pédagogiques** : Méthode magistrale, Méthode interrogative, Interrogation collective

Suivi et évaluation

Suivi : Feuille d'émargement (capture écran, tableau de connexion), certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.

Suivi 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. Les stagiaires auront accès au dossier contenant et pourront télécharger l'ensemble des ressources pédagogiques pendant 1 an après la fin de la formation.

Evaluation :

1. **Evaluation amont** : Questionnaire de positionnement envoyé aux participants à J-7
2. **Modalités d'évaluation des acquis des stagiaires durant ou à la fin de la formation par rapport aux objectifs** : Réalisation des fiches de présentation de 2 produits
Grille de décomposition de la gamme. Évaluation par les pairs des produits assemblés : pertinence, mode de vente, tarification et argumentaire. Évaluation par le formateur-
3. **A l'issue de la formation** : Evaluation à chaud individuelle (écrite). Elle permet de mesurer le taux de satisfaction.
4. **Evaluation à froid** : Evaluation à un mois par le formateur des acquis de la formation sur les méthodes et outils et sur la mise en place des objectifs fixés en fin de formation. Cette évaluation est adressée par email à chaque participant. Questionnaire écrit entre 3 et 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle par le CRTL.

Programme

JOUR 1 : 31 mars 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

JOUR 2 : 1 avril de 9h30 à 12h

Raisonnement 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

JOUR 3 : 7 avril 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

JOUR 4 : 8 avril 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