



Catalogue formations tourisme 2024



Se former pour sortir du lot...

Caroline BELIN, Formatrice tourisme

06 04 03 11 75 – contact@caroline-belin.fr – www.caroline-belin.fr

Caroline Belin Formation & Conseil

SARL au capital de 2000 €

686 Route du Lac – 73470 Novalaise – 06 04 03 11 75 – contact@caroline-belin.fr – www.caroline-belin.fr

SIRET : 823 183 272 00033 – APE : 7022Z – TVA : FR 56 823183272

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84 73 01888 73 auprès du préfet de région de Auvergne-Rhône-Alpes

Sommaire

Informations communes à toutes les formations : 1 formation, 3 temps forts 3

Formations Relation Clients

- Accueil / **Accueil à valeur ajoutée** / Conseil en Séjour 4
- Mieux **vendre par le conseil** 5
- Gérer les conflits / **situations difficiles** / réclamations 6
- Concevoir son projet **d'accueil hors les murs** 7

Formations Aménagement

- Aménager son espace d'accueil** pour enchanter ses clients et augmenter ses retombées économiques 8
- Aménager et faire vivre son espace **boutique** 9
- Valoriser son hébergement touristique par le **home staging** 10

Formations Back-Office / Management

- Mieux travailler avec ses **socioprofessionnels** 11
- Mieux travailler avec ses **élus** 12
- Accompagnement au **changement** 13
- Formateur occasionnel** 14
- Animation de **réunion** 15
- Démarche Qualité : **l'écoute client** adaptée à mon OT 16

Informations communes à toutes les formations

1 formation, 3 temps forts

1

Avant la formation : Echanger, Préparer, Personnaliser

Une formation vous intéresse ?

Contactez-moi par mail (contact@caroline-belin.fr) ou téléphone (06 04 03 11 75) pour échanger sur votre projet, définir les objectifs opérationnels et évaluables à atteindre, évoquer l'organisation pratique, identifier d'éventuelles adaptations en cas de besoins spécifiques ou de situations de handicap, etc...

Bon à savoir :**Dates :** à définir avec vous**Délai d'accès aux formations :** 3 semaines minimum**Public :** professionnels du tourisme**Taille du groupe :** 12 max – En intra, groupes plus grands possibles**Format :** chaque formation peut être animée en présentiel ou à distance, à votre convenance**Durée :** le "standard" est de 14h sur 2 journées consécutives. Une adaptation au format 7h/1j est possible.**Lieux :** à définir avec vous – Caroline Belin intervient partout en France**Besoins matériels :**

- Présentiel : le client met à disposition de la formatrice une salle accessible à tous, équipée d'un vidéoprojecteur avec câble HDMI et paper-board
- Visio : utilisation de Zoom – lien crée par Caroline Belin

Tarif : programme et devis personnalisés envoyés suite à une première prise de contact**Après validation du programme et devis :** envoi d'une convention de formation**J-10 :** envoi de la convocation, accompagnée du programme, du règlement intérieur et d'un questionnaire de pré-formation pour recueillir les attentes et le positionnement des participants

2

Pendant : Ecouter, Transmettre, Echanger et Valider les acquis

Toutes les formations sont animées par Caroline Belin, spécialiste du tourisme depuis plus de 20 ans et formatrice depuis 2003. Plus de 2 000 professionnels du tourisme formés depuis 2011.

Interactivité : répartition des participants en petits groupes, discussions, échanges autour de cas concrets, exercices pratiques, mises en situation...

Transmission : support de formation remis à chaque participant, apports théoriques PowerPoint et par les échanges avec les participants, présentation d'exemples...

Travail personnalisé pour chaque participant : exercices individuels d'application, autodiagnosics, plan d'actions personnel, validation des acquis...

Evaluation de la satisfaction à chaud : questionnaire et tour de table

3

Après : Favoriser la mise en œuvre d'actions

Envoi au demandeur des documents administratifs : copie émargement, attestations individuelles de présence, support de formation, facture...

Disponibilité post-formation : SAV gratuit, illimité en quantité et dans le temps : possibilité, pour chaque participant, de solliciter la formatrice : conseil, avis, questions, etc.

OPTION : questionnaire d'évaluation à froid 3 mois après la formation

Accueil / Accueil à valeur ajoutée / Conseil en Séjour

A la découverte des super pouvoirs de l'accueil

Objectifs pédagogiques opérationnels

- Prendre conscience de l'importance de la mission « accueil » et du rôle fondamental des relations humaines
- Faire un **bilan de son accueil** : points forts et points à améliorer en face à face, au téléphone et par mail
- **Etre capable de faire un accueil à valeur ajoutée** en face à face, au téléphone et par E-mail en appliquant les techniques vues en formation

Public

Personnel d'accueil saisonnier ou permanent.

Prérequis

Aucun

Durée

Possibilité de faire la formation en 7 heures ou 14 heures.

Programme

ETAPE 1 : L'EVOLUTION DE L'ACCUEIL

- Les **3 types de clients** : " flash", le "visiteur" et le "client"
- Leurs **comportements** et leurs **attentes** vis-à-vis de l'accueillant : attentes communes et spécifiques
- Identification des **enjeux en termes d'accueil** et notion de **valeur ajoutée de l'accueil**
- La **nécessité de connaître** parfaitement son offre, son produit
- Identification des **moyens à disposition** pour améliorer sa connaissance de l'offre
- **Bénéfices d'un accueil à valeur ajoutée** pour le visiteur, l'accueillant, l'entreprise, les partenaires et le territoire
- La **valeur des métiers d'accueil**

ETAPE 2 : CONSEILLER EN SEJOUR EN PRATIQUE

Partie 1 : Offrir un accueil de qualité

- **Fonctions de l'accueil**. A quoi sert un bon accueil ? Prise de conscience du **lien entre un bon accueil et dépenses**
- Les **premières secondes** dans l'accueil : face à face, téléphone et E-mail. Impact de l'**aménagement de l'espace d'accueil**
- Le **non verbal** dans l'accueil : mimiques, gestes, regard, sourire, tenue...
- Le **verbal** dans l'accueil : ton, mots interdits, débit...

Partie 2 : Ecouter et questionner pour comprendre la demande du client

- **Observer** son client pour mieux l'accueillir
- **L'écoute**, étape clé pour comprendre son client et identifier ses besoins (explicites, implicites et latents) et motivations
- **Questionner** : les questions à poser, les types de questions, dans quels cas les utiliser, risques avec certaines questions

Partie 3 : Proposer des conseils personnalisés et argumenter pour convaincre

- Conseiller et savoir orienter son client de manière personnalisée est **l'étape la plus complexe**.
- **Qui conseiller ?** Tous les clients ne veulent pas de personnalisation
- **Quoi conseiller ? Comment conseiller ? Comment présenter ses conseils ?**
- Savoir argumenter pour **convaincre** : travail sur une **fiche argumentaire**
- Savoir élargir suite à une demande précise

Partie 4 : Savoir conclure positivement son accueil

- Conclure en face à face et à distance : E-mail, téléphone
- **Application** : mise en situation récapitulative

Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques

Méthodes et moyens pédagogiques :

30% apports théoriques PowerPoint
30% apports théoriques issus d'une méthode participative
40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis

Outils et supports pédagogiques :

Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur
A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation

Evaluation

Tour de table introductif
Echanges avec la formatrice
Exercices d'application
Mises en situations sur la base du volontariat
Quizz final
Satisfaction à chaud
Plan d'action Personnel
Evaluation à froid à 3 mois

Indicateurs de réussite

Formation du TOP 5 : 950 stagiaires formés depuis 2011

Ce sont eux qui en parlent le mieux :

"Echanges très intéressants et constructifs. Conseils, astuces et petits plus pour mieux accueillir. Mises en situation. Explications très claires, formatrice très à l'écoute et très professionnelle. Support de formation très pratique. Très contente d'avoir suivi cette formation pendant 2 jours. Malgré mon expérience dans le domaine de l'accueil je ne pensais pas apprendre autant de choses.", "Très bon relationnel et grande pédagogie de la formatrice. Les points abordés permettent d'envisager une relation avec le visiteur / client sous un nouvel angle pour rendre les échanges plus satisfaisants de part et d'autre et plus fructueux.", "**clair, interactif, concret**"

Mieux Vendre par le Conseil

Objectifs pédagogiques opérationnels	
<ul style="list-style-type: none"> - S'approprier la fonction commerciale de son métier - Prendre confiance dans sa capacité à pouvoir promouvoir et vendre l'offre - Connaître et appliquer les techniques de vente appliquées à l'office de tourisme 	
Public	
Toute personne amenée à vendre des produits. Formation idéale pour des personnes qui n'ont pas confiance dans leurs capacités à vendre ou qui sont "réfractaires" à la vente	
Prérequis	Durée
Aucun	Possibilité de faire la formation en 7 heures ou 14 heures.
Programme	
ETAPE 1 : Comprendre l'évolution commerciale de son métier	
<ul style="list-style-type: none"> - Mon portefeuille produit : qu'est ce qui est facile ou moins facile à vendre ? plaisant ou moins plaisant ? - La vente en OT : de quoi parle-t-on ? - Savoir, Savoir-Faire et Savoir-être de la vente en Office de Tourisme - Mon profil vendeur 	
ETAPE 2 : Mieux vendre en pratique – en face à face, au téléphone et par mail	
Partie 1 : Savoir déclencher le contact pour vendre	
<ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions de l'accueil dans l'acte de vente - Attitude et comportement pour bien déclencher le contact : verbal et non verbal - Comment aborder les différents types de clients : flâneur, chercheur, "harponné" 	
Partie 2 : Savoir découvrir le client	
<ul style="list-style-type: none"> - Observer les clients pour comprendre leurs besoins explicites, implicites et latents - Ecouter : 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 - Le manuel de vente : élaboration de fiches argumentaires par motivation d'achat 	
Partie 3 : Savoir démontrer les avantages du produit	
<ul style="list-style-type: none"> - 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	
<ul style="list-style-type: none"> - Les différents types d'objections et leur utilité - Savoir rebondir suite à une objection - Déclencher un achat complémentaire - Savoir conclure une vente positivement 	
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques	Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation	Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Mises en situations sur la base du volontariat Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite	
Formation du TOP 5 : 496 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Je repars avec un nouveau savoir-faire que j'ai hâte de mettre en place.", "Caroline est à l'écoute. Ne met pas de pression pour les mises en situation.", " Formatrice passionnée et passionnante. Très interactif. Le support papier permet de suivre la formation sans perte de temps.", " La formatrice connaît bien notre métier et s'adapte totalement à notre situation avec à chaque fois des exemples de cas concrets que nous pouvons rencontrer dans notre quotidien.", " J'ai acquis une méthodologie très complète et concrète. Je suis sortie confiante de la formation.", "Les clefs données sont applicables tout de suite et très utiles.", "Vous connaissez nos métiers et illustrez par des exemples qui collent toujours à du vécu."</i>	

Gestion des Conflits / Situations difficiles / Réclamations

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Se connaître et identifier ses points forts et axes d'améliorations personnels pour mieux gérer les conflits - Comprendre les mécanismes du conflit - Appliquer les techniques appropriées pour gérer les situations difficiles - Mettre en place des actions préventives pour limiter les conflits 		
Public	Prérequis	Durée
Toute personne amenée à gérer des conflits	Aucun	Possibilité de faire la formation en 7 heures ou 14 heures.
Programme		
ETAPE 1 : SE PREPARER A GERER DES CONFLITS		ETAPE 4 : ZOOM : LE SUIVI DES RECLAMATIONS
Partie 1 : Prendre de la distance, relativiser <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de conflits et impact émotionnel - Les apports du client mécontent 		Partie 1 : Sensibiliser les partenaires <ul style="list-style-type: none"> - Réflexion sur les raisons pour lesquelles les partenaires n'apportent pas toujours de réponse au mécontent - Outils pour convaincre les partenaires d'apporter une réponse au client mécontent. Travail sur un argumentaire.
Partie 2 : Comprendre le mécanisme du conflit <ul style="list-style-type: none"> - Les vacances source de stress - Le mécanisme du conflit : "sac à dos émotionnel" / déclencheur / émotion / problème réel et ressenti 		Partie 2 : Assurer un suivi dans l'OT <ul style="list-style-type: none"> - Le suivi annuel des réclamations : bilans de fin d'année, indicateurs de suivi : nombre de réclamations, nombre de réclamations traitées, taux de réponse des socioprofessionnels, etc. Ces indicateurs de suivi nourrissent les tableaux de bord présentés lors des bilans qualité et des Comités Qualité Locaux.
Partie 3 : Se connaître <ul style="list-style-type: none"> - Les différents profils de personnalité : leurs forces et faiblesses dans la gestion des conflits 		
Partie 4 : Se préparer mentalement à chaque prise de poste <ul style="list-style-type: none"> - Être en posture d'accueil - Travailler son langage verbal et non verbal 		
ETAPE 3 : GERER LES CONFLITS EN 6 ETAPES <ul style="list-style-type: none"> - Ecouter et analyser la situation - Remercier - Compatir - Questionner et reformuler - Proposer une solution : <ul style="list-style-type: none"> o Résolution du problème si possible o Fiche de réclamation => ZOOM sur les outils à disposition et la façon de les utiliser. Cette partie s'appuie sur le référentiel Qualité Tourisme - Clore la réclamation 		ETAPE 5 : ANTICIPER POUR EVITER LES CONFLITS <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les situations difficiles récurrentes de l'OT et du territoire et se préparer à les gérer - Mettre en place des outils préventifs pour éviter les situations difficiles et les conflits
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Mises en situations sur la base du volontariat Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
Formation du TOP 5 : 214 stagiaires formés depuis 2016 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Une formation complète et captivante, des échanges enrichissants, de nombreuses clés pour s'améliorer.", "Explications soutenues par des exemples de la réalité des offices de tourisme", "Formation dynamique. Intéressant d'analyser la cause des conflits et d'avoir les clés pour y répondre, interactivité et partage d'expériences", "Formation très intéressante avec une formatrice très pédagogue, une interaction entre elle et les participants très enrichissante et des astuces et outils très concrets et faciles à mettre en place. Bravo !"</i>		

Concevoir son projet d'accueil hors les murs

Accueillir et informer les 90% de touristes qui ne vont pas à l'OT

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les questions à se poser avant de le lancer dans son projet - Disposer des éléments nécessaires pour bâtir son projet d'accueil hors les murs : <ul style="list-style-type: none"> o Qui ? Quels touristes ? Quels sont leurs comportements et attentes ? o Où ? Quoi ? Comment ? o Avec quels moyens ? - Appliquer la méthode appropriée pour bien concevoir son projet d'accueil hors les murs : chaque stagiaire repart en fin de formation avec son plan d'actions personnalisé concernant son accueil hors les murs. 		
Public	Prérequis	Durée
Directeurs/Responsables d'OT, Responsables accueil	Aucun	14 heures, 2 journées.
Programme		
Etape 1 : Comprendre la nécessité de l'accueil hors les murs		
<ul style="list-style-type: none"> - Les visiteurs : quelles informations cherchées ? Où ? Avec quels outils/supports ? - L'intérêt de l'accueil hors les murs pour les visiteurs, l'OT, les socioprofessionnels, les conseillers en séjour et le territoire 		
Etape 2 : Concevoir son projet d'accueil hors les murs en pratique		
Partie 1 : Définir ses objectifs – pourquoi ? et pour quoi ?		
<p>Quelles sont mes objectifs ? <i>Offrir un sentiment de bienvenue ? Informer/renseigner ? Conseiller ? Promouvoir des animations ? Renforcer le lien avec les socioprofessionnels ? Développer des ventes ? Faire évoluer l'image de l'OT ? Etc.</i></p>		
Partie 2 : Choisir ses cibles et le moment – qui et quand ?		
<ul style="list-style-type: none"> - Qui souhaite-t-on informer hors les murs ? <i>Touristes ? Excursionnistes ? Groupes ? Habitants ?</i> - Quand les toucher ? <i>A leur arrivée (sentiment de bienvenue) ? Pendant leur séjour ? Quel jour ?</i> 		
Partie 3 : Définir des lieux et des partenaires – où et avec qui ?		
<ul style="list-style-type: none"> - Où peut-on entrer en contact avec les cibles identifiées ? <i>Devant l'OT ? Rue ? Sites de visite ? Points d'entrée (gare, aéroport, port...) ? Commerces ? Prestataires ? Transports ? Mairie ? Ecoles ? Marché ? Fêtes locales ? Avantages et inconvénients de chaque site</i> <p>Sur ces sites, qui doit réaliser l'accueil hors les murs ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>L'OT ? Si oui, présence physique ? accueil numérique ? documentation ? panneau d'info ?</i> - <i>Un partenaire ? Commerçant, socioprofessionnel, habitant, élu, collectivités...</i> - <i>Comment les impliquer ? Les former ? S'assurer de leur bonne coopération ?</i> 		
Partie 4 : Identifier les messages à délivrer – comment ?		
<ul style="list-style-type: none"> - Quelles informations vont être délivrées ? <i>Renseignement flash, conseil, vente...</i> - Outils nécessaires ? <i>documentation, numérique, présence physique, moyen de transport...</i> - Compétences et qualités de l'accueillant ? <i>Proactivité, dynamisme, flexibilité, autonomie, connaissance du territoire...</i> - Comment communiquer autour de l'accueil hors les murs pour le faire connaître et le promouvoir ? <i>Moyen de locomotion original ? Animations ? "Uniforme" ? Publicité ?</i> - Comment suivre et gérer l'accueil hors les murs sans présence physique ? <i>Quelles sont les ressources nécessaires ? moyens financiers, techniques, humains...</i> 		
Etape 3 : Savoir évaluer son accueil hors les murs		
<ul style="list-style-type: none"> - Définir 5 indicateurs clés à mesurer pour évaluer son accueil hors les murs 		
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques	Evaluation	
<p>Méthodes et moyens pédagogiques :</p> <p>30% apports théoriques PowerPoint</p> <p>30% apports théoriques issus d'une méthode participative</p> <p>40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis</p> <p>Outils et supports pédagogiques :</p> <p>Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur</p> <p>A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation</p>	<p>Tour de table introductif</p> <p>Echanges avec la formatrice</p> <p>Exercices d'application</p> <p>Quizz final</p> <p>Satisfaction à chaud</p> <p>Plan d'action Personnel</p> <p>Evaluation à froid à 3 mois</p>	
Indicateurs de réussite		
52 stagiaires formés		

Aménager son espace d'accueil

pour enchainer ses clients et augmenter ses retombées économiques

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Auto-diagnostiquer son espace d'accueil : points forts / points faibles - "Zoner" son espace d'accueil et identifier des pistes pour l'aménager pour mieux répondre aux attentes et besoins des visiteurs et du personnel, mais également pour accroître les retombées économiques. 		
Public	Prérequis	Durée
Directeurs/Responsables d'OT, Responsables accueil	Aucun	14 heures, 2 journées.
Programme		
<p><i>Avant la formation, les inscrits doivent transmettre à la formatrice un maximum de photos et de renseignements sur leur espace d'accueil. Pendant la formation, un temps est dédié à l'analyse du cas de chaque stagiaire, pour qu'il puisse repartir avec des conseils personnalisés.</i></p> <p><i>L'ensemble de la formation est illustré par de très nombreuses photos d'espace d'accueil pour illustrer les apports théoriques. Ces photos sont variées ("grosses" ou "petites" structures, tout type de territoire), récentes et cette base de données est sans cesse enrichie par les photos prises lors de mes nombreux déplacements.</i></p>		
ETAPE 1 : Préparer son projet d'aménagement	Partie 4 : Aménager pour informer en face à face	
<ul style="list-style-type: none"> - Réflexion sur l'espace d'accueil idéal - Les réflexions préalables à son projet : l'évolution des visiteurs et de leurs besoins, de la société et des tendances qui impactent les espaces d'accueil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions de l'espace d'accueil "face à face" : renseigner, travailler, surveiller - Les outils possibles, avantages et inconvénients : banque d'accueil, bureau, mange-debout, canapé, pré-accueil, etc. - Identification de la zone "renseignements en face à face" 	
ETAPE 2 : Aménager pour mieux accueillir, conseiller, vendre	Partie 5 : Aménager pour vendre	
Partie 1 : Aménager pour séduire <ul style="list-style-type: none"> - Les 6 fonctions des abords : accéder, stationner, identifier, accueillir, informer, donner envie d'entrer 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter les retombées économiques par l'aménagement de l'espace d'accueil - Les vitrines extérieures - La boutique / billetterie : emplacement idéal, identification de la zone boutique, présentation des produits dans l'espace d'accueil pour accroître les ventes - Valorisation des produits/services payants à l'accueil - Présentation de la documentation en libre-service comme les produits boutique - La vente d'espace aux partenaires : espaces publicitaires sur des écrans, bornes 24/24... 	
Partie 2 : Aménager pour accueillir <ul style="list-style-type: none"> - Travail sur plan : parcours type des visiteurs dans l'espace d'accueil, zones chaudes, froides et aveugles. - Zoner l'espace et matérialiser les différentes zones - Confort, ambiance, décoration, thématique, déclinaison du positionnement marketing - Savoir accueillir chaque type de public - Aménager pour mieux gérer l'attente 	ETAPE 3 : Aménager pour mieux travailler <p>Les besoins pour bien travailler à l'accueil : ergonomie, confort, Espace de travail, rangement, stock, espace réunion..</p>	
Partie 3 : Aménager pour informer en libre-service <ul style="list-style-type: none"> - Les bonnes zones pour l'information en libre-service : affichage, brochures, outils numériques, carte... - Présenter l'information en libre-service avec une logique "boutique" : activités et sites à promouvoir à hauteur des yeux et des mains, etc. - Thématisation, quantité d'information, gestion de l'information en libre-service 	NB : pour chaque étape, nous verrons les points suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Principes : aménagement, organisation, mobilier, matériaux, couleurs... - Exemples de bonnes ou mauvaises pratiques - Autodiagnostic : points forts et points d'amélioration 	
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
Formation du TOP 5 : 370 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Très complet.", "Cela m'a aidé à y voir beaucoup plus clair pour l'ensemble de nos bureaux.", "Formation claire, précise et pratique."</i>		

Aménager et faire vivre son espace boutique

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Définir le rôle et les objectifs de sa boutique - Mettre en pratique les clés pour disposer d'une boutique efficace : <ul style="list-style-type: none"> o Identifier la bonne zone pour son espace boutique o Vendre les bons produits, savoir les présenter et faire vivre sa boutique o Avoir des premières bases pour bien gérer sa boutique : indicateurs à suivre, stocks... 		
Public	Prérequis	Durée
Responsables de boutique	Avoir une boutique ou projet boutique	Possibilité de faire la formation en 7 heures ou 14 h.
Programme		
<ul style="list-style-type: none"> - Chaque participant doit envoyer des photos et renseignements sur sa boutique avant la formation. - Pendant la formation, un temps est dédié à l'analyse du cas de chacun, pour que chaque stagiaire puisse repartir avec des conseils personnalisés concernant sa boutique - Illustration de la théorie par de très nombreuses photos de boutique d'Office de Tourisme et de boutiques de sites de visite, mais également de commerces 		
ETAPE 1 : Savoir valoriser sa boutique		ETAPE 2 : Savoir faire vivre sa boutique
Partie 1 : Savoir positionner sa boutique : rôle, fonctions		Partie 1 : Savoir mettre en valeur les produits
<ul style="list-style-type: none"> - Les motivations à créer des boutiques - Rôle et fonctions d'une boutique - Objectifs attendus : économique, image, valorisation du territoire... - Les conséquences de ces objectifs - Les enjeux d'une boutique en OT ou site de visite 		<ul style="list-style-type: none"> - Libre-service et vols/pertes - Placer les produits au bon endroit dans la boutique - Placer les produits au bon endroit sur les meubles - Règles pour bien présenter ses produits : pyramide, masse/volume, mise en scène des produits, couleurs, lumière...
Partie 2 : Savoir sélectionner les bons produits		Partie 2 : Savoir vendre ses produits
<ul style="list-style-type: none"> - Le produit idéal - Les différents types de produits : dérivés, griffés, dépôt vente... - Quantité - Qualité - La gamme: ciblage, ampleur, largeur, profondeur, cohérence - Le prix et sa valorisation 		<ul style="list-style-type: none"> - Stimuler les ventes de la boutique une fois que celle-ci est bien agencée - Soigner la première impression : extérieurs, vitrine, entrée dans l'espace d'accueil - Faire vivre les produits : renouvellement, rotation... - L'importance de l'humain : le personnel d'accueil, les conseillers en séjour et leur rôle dans la stimulation des ventes
Partie 3 : Savoir placer sa boutique		Partie 3 : Savoir gérer sa boutique
<ul style="list-style-type: none"> - Flux de clientèles - Zones chaudes, froides, aveugles - L'emplacement "idéal" de la boutique dans un espace d'accueil - Identifier son espace boutique - Le choix du mobilier 		<ul style="list-style-type: none"> - Identifier 10 indicateurs clés pour suivre sa boutique et ses performances - Se donner les moyens de gérer et faire vivre sa boutique - La régulation du stock - Identifier ses besoins pour faire vivre sa boutique
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
<p>Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis</p> <p>Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation</p>		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
<p>Formation du TOP 5 : 370 stagiaires formés depuis 2011</p> <p>Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Formation très complète, très inspirante et concrète avec des conseils adaptés et simples à mettre en pratique.", "Formation très enrichissante et instructive (pleins de petits conseils simples et pas forcément onéreux)"; "Caroline est très à l'écoute. Beaucoup d'exemples pour illustrer le propos. Bonne ambiance."</i></p> <p>Retours post-formation : <i>"Pour les ventes, c'est incomparable. En 4 jours on a vendu 200 articles, je ne sais même pas si on les vendait sur l'année", "Mes DVD sont quasi tous vendu !!! Danse de la joie !", "Cela nous a permis d'augmenter notre chiffre d'affaires de 25 % !!!"</i></p>		

Valoriser son hébergement touristique par le home staging

Objectifs pédagogiques opérationnels

- Savoir identifier les atouts et faiblesses d'un espace
- Connaître les principes de mise en valeur d'un hébergement touristique
- Savoir mettre en valeur son hébergement en appliquant des principes de base du home staging

Public

Hébergeur

Prérequis

Disposer d'un hébergement touristique

Durée

7 heures, 1 journée

Programme

- Illustration de la théorie par des **photos d'hébergements touristiques avant/après**
- Chaque participant doit envoyer des **photos** et renseignements sur son hébergement **avant la formation**.
- Pendant la formation, un temps est dédié à l'analyse du cas de chacun, pour que chaque stagiaire puisse repartir avec des **conseils personnalisés** concernant la valorisation de son hébergement.

ETAPE 1 : Positionnement marketing et mise en valeur de son hébergement

1/ Image voulue :

On ne peut pas imposer un style ou des règles uniques à tous... **L'image à donner à son hébergement découle de 3 forces :**

- **Le produit et l'image que l'on souhaite lui donner :** l'hébergement, sa typologie, ses caractéristiques...
- **Les clientèles cibles et leurs attentes :** la mise en valeur de l'hébergement sera différente s'il accueille majoritairement une clientèle affaires, des curistes, des familles, des randonneurs, des cyclistes, des motards, etc.
- **Le territoire :** un hébergement situé en montagne, en plaine, en ville, dans une station thermale se doit de véhiculer les "valeurs" et l'image du territoire sur lequel il est situé (principe de déclinaison du positionnement marketing).

2/ Exercice pratique : perception des hébergements des participants par le reste du groupe

- **L'hébergement :** typologie, positionnement souhaité, gamme... Quelle est l'image que renvoie cet hébergement ?
- **Qui sont les clientèles types de cet hébergement :** Profils, attentes
- **Localisation :** Est-on capable de dire sur quel type de territoire on se situe en regardant l'hébergement ?

Bilan exercice : Ecart entre image voulue et image perçue et pistes pour y remédier.

ETAPE 2 : Découvrir les principes du home staging

1/ Apports théoriques illustrés de photos

- Les principes du home staging
- Pour chaque pièce, de l'extérieur vers l'intérieur : règles à respecter en termes de Fonctions / Confort / Style et ambiance

2/ Application : Atelier de travail

Chaque participant travaillera sur son cas, en bénéficiant des conseils de la formatrice et des autres stagiaires. Il devra, en tenant compte de son type d'hébergement, de son lieu d'implantation, de ses clientèles et des principes du home staging :

- Lister l'ensemble des **points à améliorer** dans son hébergement (cf. autodiagnostic)
- Identifier des **pistes d'amélioration** : achat de voilage, changement de place d'un meuble, etc.
- Les organiser par **priorité**
- En évaluer le **coût** approximatif
- Définir un **calendrier** pour les modifications à effectuer

Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques

Méthodes et moyens pédagogiques :

30% apports théoriques PowerPoint
30% apports théoriques issus d'une méthode participative
40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis

Outils et supports pédagogiques :

Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur
A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation

Evaluation

Tour de table introductif
Echanges avec la formatrice
Exercices d'application
Quizz final
Satisfaction à chaud
Plan d'action Personnel
Evaluation à froid à 3 mois

Indicateurs de réussite

33 stagiaires formés depuis 2011

Ce sont eux qui en parlent le mieux :

"Très complet.", "Les photos avant/après sont très parlantes.", "Conseils concrets d'aménagement.", "Très intéressant d'avoir le regard de la formatrice et des autres sur l'hébergement."

Mieux travailler avec ses socioprofessionnels

Animer un réseau de partenaires

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Se positionner comme l'animateur légitime de son réseau - Identifier les points forts et dysfonctionnements de son animation de réseau - Savoir animer, mobiliser et rendre participatif son réseau de partenaires: savoir (évaluer la coopération dans son réseau...), savoir-faire (actions à mener, motivation...) et savoir-être (attitude de coopération, écoute...) 		
Public	Prérequis	Durée
Toute personne animée à animer un réseau de partenaires	Aucun	14 heures, 2 journées
Programme		
ETAPE 1 : Se préparer à mieux travailler en réseau	ETAPE 2 : Mieux travailler en réseau en pratique	
Partie 1 : Se positionner comme animateur du réseau <ul style="list-style-type: none"> - La maturité d'un réseau : d'enfant à adulte... - La nécessité de se donner les moyens pour animer son réseau - Identifier les qualités de l'animateur de réseau : savoir, savoir-faire et savoir-être Partie 2 : Comprendre l'importance de la forme (comment animer son réseau ?) <ul style="list-style-type: none"> - Typologie et ordre des actions : Relationnel / Information / Projet. - L'importance de l'humain dans l'animation de réseau - Mieux communiquer avec les membres de son réseau, les mobiliser et les impliquer : savoir-faire et savoir-être Partie 3 : Définir ses objectifs <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi animer un réseau ? Quels sont les objectifs poursuivis à travers l'animation de mon réseau ? - Définir et rédiger 3 objectifs pour l'animation de son réseau Partie 4 : Identifier ses partenaires (Qui ?) <ul style="list-style-type: none"> - Exercice de mapping pour évaluer le degré de collaboration et identifier les personnes avec qui travailler en priorité - Typologie de partenaires : les locomotives, les wagons et les saboteurs. Risques et défis/enjeux pour chacun 	Partie 1 : Améliorer son partenariat avec les membres de son réseau <ul style="list-style-type: none"> - Identification des services offerts aux partenaires et réflexion sur leur valeur (diffusée et perçue) et leur valorisation - Le guide du partenariat - Améliorer sa campagne de démarchage de nouveaux membres pour son réseau - La notion de double sens dans le partenariat. Application : les engagements formels des membres de mon réseau Partie 2 : Améliorer sa présence sur le terrain <ul style="list-style-type: none"> - Evaluation du temps passé sur le terrain, auprès des membres du réseau pour animer son réseau - Conseils et outils : Avant la visite / Pendant la visite / Après la visite Partie 3 : Optimiser ses réunions <ul style="list-style-type: none"> - Autodiagnostic : points faibles et points forts des réunions avec les membres du réseau - Conseils et outils pour des réunions efficaces et participatives : Avant / Pendant /Après la réunion 	
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
Formation du TOP 5 : 385 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Une intervenante qui connaît parfaitement le "monde" des Offices de tourisme.", "Equilibre pratique/théorie très bien et retours d'expérience très intéressants.", " J'ai appris énormément de choses et j'ai eu de nouveaux outils concrets pour progresser dans mon travail. Avoir les avis des autres OT m'a beaucoup apporté.", "La formation m'a donné une vraie méthode de travail pour la mise en réseau des partenaires, avec le fil conducteur des objectifs.", "Formation très complète, beaucoup d'éléments pour aborder de manière nouvelle le partenariat!", "Formatrice très à l'écoute, captivante et j'ai appris beaucoup de choses.", "J'ai une boîte à outils que je vais pouvoir exploiter."</i>		

Mieux travailler avec ses élus

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Connaitre les différents types d'élus, leurs attentes et besoins vis-à-vis de l'OT pour mieux travailler avec chacun - Identifier ses forces et ses difficultés au quotidien dans sa relation avec les élus - Disposer d'outils concrets pour mieux travailler avec ses élus 		
Public	Prérequis	Durée
Directeurs / Responsables d'Offices de Tourisme	Aucun	14 heures, 2 journées
Programme		
Etape 1 : Se préparer à mieux travailler avec ses élus		Etape 2 : Mieux travailler avec ses élus en pratique
Partie 1 : Mieux connaître ses élus <ul style="list-style-type: none"> - Les typologies d'élus : leaders, suiveurs, sceptiques, décideur, découvreur, relayeur, distant... - Identifier à quels profils le participant est confronté - Comprendre comment mieux travailler <u>avec chacun</u> (vs. "les" élus) et où sont les priorités Partie 2 : Evaluer le degré de coopération avec ses élus <ul style="list-style-type: none"> - Positionner l'OT comme l'acteur clé auprès des élus - Les clés d'une bonne coopération avec ses élus - Application : autodiagnostic "Mes élus" : degré de coopération, comment encourager tel élu à coopérer davantage ? Partie 3 : Se fixer des objectifs pour une meilleure collaboration <ul style="list-style-type: none"> - Les bénéfices pour chaque partie prenante d'une meilleure coopération avec les élus - L'importance de se fixer des objectifs en matière de travail avec ses élus - Application : chaque participant détermine les objectifs qu'il souhaite atteindre avec ses principaux élus. Partie 4 : Evaluer et se faire évaluer pour progresser <ul style="list-style-type: none"> - Ce qui est fait aujourd'hui pour évaluer la qualité de la coopération avec les élus - Evaluer en pratique, puis analyser et présenter les résultats : quand, comment et à qui ? - Application : définir 5 indicateurs à suivre pour évaluer la qualité du travail avec ses élus. 		Partie 1 : Optimiser sa communication vis-à-vis des élus <ul style="list-style-type: none"> - Les « tops » et les « flops » de chacun en matière de communication avec ses élus - En pratique : Pourquoi communiquer auprès de ses élus ? Auprès de qui ? Quels élus ? Pour leur dire quoi ? Quel message ? Quand ? Comment ? Apprendre à « dire moins, dire mieux » Avec quel impact ? Et comment le mesurer ? - Le fond : faire des <u>choix</u> en fonction de sa cible et de ses attentes - La forme pour faire passer les messages : mots clés, image, vocabulaire, oser bousculer les habitudes... - Application : défi : 2 minutes en début de réunion pour expliquer à un auditoire d'élus ce qu'est l'OT, son rôle et les convaincre de son utilité de l'OT. - Application : savoir répondre aux questions type que les élus se posent selon leur profil Partie 2 : Favoriser l'implication des élus <ul style="list-style-type: none"> - Les raisons de l'implication et du manque d'implication - Pistes <u>concrètes</u> pour mieux impliquer les élus - Application : cas pratique – mise en situation pour impliquer ses élus Partie 3 : Identifier et suivre des indicateurs clés <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs à suivre et communiquer aux élus : économiques, activité OT, offre et demande... - Application : les 10 antisèches de l' élu : travail en sous-groupe sur « le » document que chaque élu devrait avoir et connaître. Quelles sont les 10 points à connaître concernant le tourisme sur le territoire et l'OT ?
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
40 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Maîtrise du sujet et connaissance des Offices de Tourisme / Disponibilité / Favorise les échanges entre les participants / exercices d'application", "Concret et beaucoup de partage, de confiance et de bienveillance", "La préparation, le rythme, l'organisation et le déroulement global de la formation, sans oublier le contenu pédagogique et les supports."</i>		

Accompagnement au changement

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les changements auxquels les participants sont confrontés et les raisons qui les rendent difficile à accepter - Tenir compte de la dimension humaine du changement - Trouver sa place et son rôle dans un OT, une équipe en mutation et un environnement touristique (territoire, prestataires) pour développer un sentiment d'appartenance - Donner envie d'évoluer dans son métier et de se réinventer dans sa pratique professionnelle 		
Public	Prérequis	Durée
Responsables amenés à conduire le changement auprès d'une équipe. Salariés de structures concernées par des changements.	Être impacté par un changement	14 heures, 2 journées
Programme		
NB : le programme présenté ci-dessous est celui à destination des salariés. Le programme pour les managers devant conduire le changement est sensiblement le même, mais axé sur "comment présenter et faire accepter le changement"		
ETAPE 1 : TRAVAILLER DANS UN OT impacté par des changements <ul style="list-style-type: none"> - Ce qui a réellement changé ces dernières années : fusion, missions, partenariats, compétitivité, etc. - Les raisons de ces changements : Facteurs internes / Facteurs externes : évolutions sociologiques, environnementales, culturelles, concurrentielles, de la demande et de l'offre... - Les enjeux des OT aujourd'hui et les conséquences de ces mutations pour les OT : RH et de compétences, outils, aménagements, moyens techniques et financiers, partenariats, valeurs, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre ses propres ressorts de motivation et s'appuyer sur ses ressources - Se faire confiance face au changement et sortir de sa zone de confort - Moi face au changement : mon profil, mes réactions face au changement, mes craintes / mes envies 	
ETAPE 2 : EVALUER SA RELATION AU CHANGEMENT <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les différents types de changements et leurs impacts au quotidien : <ul style="list-style-type: none"> - Prescrit / Construit / De crise / Adaptatif - Organisationnels, techniques, méthodes, relationnels, valeurs - Comprendre les différents types de réactions face au changement : Proactivité / Passivité / Opposition - Comprendre les résistances aux changements : <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi on résiste : croyances, valeurs, personnalité, expériences passées... - Comment : attitudes et comportements face au changement - Les impacts du changement sur l'efficacité individuelle et sur l'efficacité collective - La zone de confort : la crainte d'en sortir et les risques liés à sa sortie - Se connaître pour faire face au changement : PHASE RELATIONNELLE <ul style="list-style-type: none"> - Repérer le stress lié au changement pour le surmonter 	ETAPE 3 : PARTICIPER AU CHANGEMENT <p>Partie 1 : Savoir vivre positivement le changement = PHASE INFORMATION</p> <p>Les avantages du changement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour soi : motivation, défi, variété, valorisation, reconnaissance, curiosité, intérêt... - Pour l'intérêt collectif : esprit d'équipe, coopération, partage de valeurs communes... <p>Comprendre et donner du sens au changement pour l'accepter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Être informé efficacement et de manière personnalisée et individualisée sur le changement - Utiliser le changement comme facteur de motivation en lui donnant du sens pour soi <p>Partie 2 : Participer ensemble au changement = PHASE PROJET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apprendre à travailler ensemble : créer un esprit d'équipe, mettre du lien et un fil conducteur, apprendre à se connaître, avoir un rôle clair et adapté à chacun - Participer au changement : s'impliquer, construire des outils communs et se fixer un objectif commun à atteindre 	
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		
Indicateurs de réussite		
39 stagiaires formés Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Formation orientée 100% tourisme. Beaucoup d'échanges très constructifs. On sent des données récentes, des mises à jour.", "Plein de bons conseils.", "Très rassurant."</i>		

Formateur Occasionnel

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Connaître le rôle et les missions du formateur - Concevoir une formation : décoder le besoin en formation, savoir ce que l'on souhaite transmettre, définir son message, élaborer un programme de formation, traduire son message de façon claire et simple, choisir une méthode pédagogique et concevoir des supports d'animation... - Animer une formation avec aisance : être à l'aise, prendre confiance en soi, animer le groupe, faire participer, susciter l'intérêt... - Evaluer une action de formation : satisfaction, acquis 		
Public	Prérequis	Durée
Toute personne amenée à animer une formation	Aucun	14 heures, 2 journées
Programme		
<p>Etape 1 : Tenir compte du facteur humain Mieux se connaître en tant que formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les rôles du formateur : producteur, facilitateur, régulateur - Les obligations du formateur occasionnel - Quizz d'auto-évaluation : quel type de formateur êtes-vous ? <p>Comprendre les mécanismes d'apprentissage chez l'adulte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les freins à la participation aux formations - Les spécificités de l'apprentissage chez l'adulte - Les besoins des stagiaires - Les étapes d'apprentissage <p>Etape 2 : Savoir préparer la formation 7 étapes pour construire une formation : se poser les bonnes questions dans le bon ordre...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les besoins en formation - Définir les objectifs stratégiques, opérationnels pédagogiques - Concevoir son programme de formation - Choisir une méthode d'animation et les bons outils/supports <ul style="list-style-type: none"> • Les méthodes : affirmative, interrogative, découverte • Les différents supports / outils au service de la formation • Avantages / inconvénients • Situations appropriées à chaque méthode / outils 	<ul style="list-style-type: none"> - Zoom : les techniques pour impliquer les participants - Organiser les aspects matériels <ul style="list-style-type: none"> • Check list du formateur • La notion d'accueil en formation et de mise en scène des lieux • Conseils : placement des participants, salles, tables, repas... <p>Etape 3 : Savoir animer la formation Etre à l'aise pour animer sa formation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autodiagnostic savoir-être du formateur - Gestion du stress, prise de parole en public, communication, écoute, adaptation, reformulation... - Maîtriser le déroulement de sa formation et le groupe - Savoir susciter l'intérêt <p>Savoir gérer les situations difficiles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestion du temps - Gestion des participants, notamment les comportements négatifs - Gestion des aspects matériels <p>Etape 4 : Savoir évaluer la formation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi évaluer ? - Evaluer avant, pendant et après : quoi évaluer ? comment ? avec quels outils ? 	
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
<p>Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis</p> <p>Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation</p>		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Mises en situations sur la base du volontariat Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
<p>86 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Formatrice à l'écoute, qui a su nous mettre à l'aise et créer une bonne dynamique de groupe.", "Plein d'idées à mettre en œuvre.", "Tout à fait en adéquation avec nos besoins sur le terrain.", "Jusqu'à maintenant, la meilleure formation que j'ai suivie."</i></p>		

Animation de réunions efficaces et participatives

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<ul style="list-style-type: none"> - Connaître son profil d'animateur de réunion, identifier ses points forts et axes d'amélioration - Maîtriser les étapes pour bien préparer et organiser les réunions efficacement - Connaître les techniques pour faire participer et savoir impliquer davantage les participants aux réunions - Animer une réunion de manière participative et gérer le groupe - Connaître les comportements à adopter pour faire face aux situations difficiles 		
Public	Prérequis	Durée
Toute personne amenée à animer une réunion	Aucun	14 heures, 2 journées
Programme		
ETAPE 1 – SE POSITIONNER TANT QU'ANIMATEUR DE REUNION		
<ul style="list-style-type: none"> - Fonctions et rôles de l'animateur – limites de l'animateur - Qualités requises : organisation, humaines et relationnelles, techniques : compétences, maîtrise du sujet... - Autodiagnostic : mon profil d'animateur de réunion 		
ETAPE 2 – PREPARER LA REUNION – La CLE de la réussite		
Partie 1 : Définir les contours de sa réunion		
<ul style="list-style-type: none"> - Définir les objectifs - Identifier les participants : qui inviter ? comment sélectionner les participants à inviter ? - Définir un programme / ordre du jour des thèmes à aborder : dans quel ordre ? quelle durée à chaque point ? - Les différents types de réunion : lequel choisir en fonction de ses objectifs, de son public et de l'ordre du jour ? - L'organisation matérielle : date, horaire, lieu, salle, logistique, invitations... - L'invitation, la communication de l'ordre du jour et les informations préalables 		
Partie 2 : Choisir une méthode d'animation et ses supports/outils		
<ul style="list-style-type: none"> - Les méthodes d'animations : exposé, échanges, exercices créatifs... Comment choisir ? Avantages et inconvénients - Les supports à utiliser : support remis aux participants, utilisés en réunions - Les techniques pour impliquer les participants 		
Partie 1 : Etre à l'aise dans son rôle d'animateur de réunion		
Outils pour améliorer sa capacité à animer et gérer le groupe :		
<ul style="list-style-type: none"> - Diminuer le stress : préparation optimale, confort, prise de recul... - Le savoir-être de l'animateur, règles de communication verbale et non verbale - Maîtriser le déroulement de sa réunion 		
Partie 2 : Savoir identifier, comprendre et gérer les situations difficiles		
<ul style="list-style-type: none"> - Gestion du temps, gestion des soucis techniques et matériels, gestion des personnalités difficiles 		
ETAPE 4 : Savoir conclure et suivre la réunion		
<ul style="list-style-type: none"> - Savoir mettre un terme à la réunion et conclure - Savoir évaluer sa réunion - Faire un compte-rendu efficace et suivre la mise en œuvre des décisions prises en réunion 		
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Mises en situations sur la base du volontariat Quizz final Satisfaction à chaud Plan d'action Personnel Evaluation à froid à 3 mois
Indicateurs de réussite		
86 stagiaires formés depuis 2011 Ce sont eux qui en parlent le mieux : <i>"Une formation très complète et concrète, avec des outils, des clés et de la bienveillance.", "Formation très dynamique"</i> Retour post-formation : <i>"Ma réunion d'hier s'est très bien passée : beaucoup plus participative et constructive que les réunions précédentes. Ma directrice m'a complimentée en me disant que sans doute ma formation avait été très utile et une des participantes nous a félicité d'avoir tenu le délai imparti en terminant 30 secondes avant l'heure !"</i>		

Démarche Qualité : l'écoute client adaptée à mon OT

Objectifs pédagogiques opérationnels		
<p>À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir ses objectifs en matière d'écoute client - Connaître les outils existants pour écouter les clients, ainsi que leurs avantages / inconvénients - En fonction de ses objectifs, choisir le ou les outils les plus pertinents pour l'écoute client 		
Public	Prérequis	Durée
Responsables qualité	Être engagé dans une démarche qualité	7 h, 1 journée
Programme		
<p>NB : Les participants devront envoyer, avant la formation, leurs outils actuels de mesure de la satisfaction client</p>		
<p>ETAPE 1 : Réflexion stratégique</p> <p>Objectif : prendre conscience de ce qui a déjà été mené et de l'adéquation par rapport à ses objectifs.</p>		
<p>Partie 1 : Autodiagnostic</p> <p>Autodiagnostic</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ce que je fais déjà pour écouter mes clients - Ce qui a motivé cette démarche : réel besoin/envie ? imitation ? obligation liée à une démarche qualité ? - Ce que j'en retire concrètement, comment j'utilise ces informations - Points forts / difficultés <p>Echanges collectifs et mise en avant des points forts et points faibles</p>		
<p>Partie 2 : Définir mes objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi écouter mes clients ? Ce que j'en attends concrètement : évaluation de la satisfaction ? idées d'amélioration ? évaluation de l'expérience vécue ? recommandations ? etc. - Quels sont mes besoins en matière d'écoute clients ? - Ai-je les ressources à la hauteur de mes objectifs ? temps, moyens humains, techniques... - Application : chaque participant écrit ses objectifs en matière d'écoute clients 		
<p>ETAPE 2 : Les dispositifs d'écoute clients pertinents en OT</p> <p>Objectif : connaître les dispositifs d'écoute client existant pour choisir le plus pertinent pour son OT.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation des dispositifs d'écoute client utilisables - Pour chacun : <ul style="list-style-type: none"> o Dans quel cas l'utiliser ? o Avantages ? Inconvénients ? Risques ? o Adapté à vos objectifs ? 		
<p>ETAPE 3 : Zoom sur le questionnaire de satisfaction</p> <p>Objectif : prendre conscience qu'aujourd'hui, le questionnaire client reste le moyen le plus facile à mettre en œuvre pour récolter l'avis des clients, mais qu'il faut savoir l'optimiser pour qu'il réponde aux objectifs poursuivis.</p>		
<p>Partie 1 : Définir sa méthodologie d'enquête</p> <p>Thèmes à aborder dans l'enquête</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quel contenu ? - Questionnaire global ? Un questionnaire par "service" ? Ex. : visite guidée, boutique... <p>Echantillon :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qui interroger ? - Combien de personnes interroger au minimum ? <p>Administration de l'enquête client :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Périodes d'enquête : tout le temps ? quelques périodes courtes ? - Mode de passation : Papier ? En ligne ? Auto administré ? Assisté ? 		
<p>Partie 2 : Inciter les clients à participer à l'enquête</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impliquer le personnel pour inciter les visiteurs à participer à l'enquête - Motiver les visiteurs à répondre : utiliser les différents ressorts de motivation... 		
<p>ETAPE 4 : Traiter et analyser les résultats</p> <p>Objectif : utiliser concrètement les résultats de satisfaction.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils à disposition pour traiter les résultats - Fréquence de traitement - Les différents niveaux d'analyse - L'homogénéité entre structures pour pouvoir comparer les résultats à l'échelle départementale - Le suivi : tableau de bord de la satisfaction client - Communiquer efficacement les résultats - Passer des résultats au plan d'amélioration - ... 		
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques		Evaluation
<p>Méthodes et moyens pédagogiques :</p> <p>30% apports théoriques PowerPoint</p> <p>30% apports théoriques issus d'une méthode participative</p> <p>40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis</p> <p>Outils et supports pédagogiques :</p> <p>Présentiel : remise d'un support de formation papier / pas besoin d'ordinateur</p> <p>A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation</p>		<p>Tour de table introductif</p> <p>Echanges avec la formatrice</p> <p>Exercices d'application</p> <p>Quizz final</p> <p>Satisfaction à chaud</p> <p>Plan d'action Personnel</p> <p>Evaluation à froid à 3 mois</p>
Indicateurs de réussite		
<p>110 stagiaires formés depuis 2011 sur des thématiques liées à la qualité</p> <p>Ce sont eux qui en parlent le mieux :</p> <p>"Outils et conseils pour animer la démarche de manière constructive", "Outils pour ne pas oublier l'objectif principal de la démarche : un accueil de qualité", "Nouvelle motivation, nouvelles idées, repartir sur de bonnes bases."</p>		