



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR ATELIER, DE L'ACCOMPAGNEMENT OFFICES DE TOURISME : REPENSER MON S.A.D.I

oisetourisme-pro.com YouTube in



Accompagnement standard imaginé pour les OT de l'Oise

Atelier 1 : CADRAGE, CARTOGRAPHIE ET CIBLAGE PRESTATAIRES

Cible : Equipe OT // Durée : 0,5 jour

Atelier 2 : CONNAISSANCE CLIENTS ET PERSONNAS

Cible : Equipe OT (+ Prestataires cibles) // Durée : 1 jour

Atelier 3 : AUTO-DIAGNOSTIC DES SERVICES DE L'OT // PARCOURS CLIENTS

Cible : Equipe OT // Durée : 1 jour

Atelier 4 : FOCUS HORS LES MURS - AUTO-DIAGNOSTIC DES SERVICES

Cible : Equipe OT // Durée : 2 x 0,5 jour (distincts)

Atelier 5 : CHANTIERS ACTIONS ET DEPLOIEMENT

Cible : Equipe OT // Durée : 0,5 jour

Atelier optionnel : PRESENTATION AUX ELUS ET/OU PRESTATAIRES

Cible : Elus et/ou prestataires du territoire // Durée : 0,5 jour

Format standard :

4 jours en présentiels

1 jour de préparation

0,5 jour en option

**Sur une durée totale
d'environ 6 mois**

PRIX

5 j X 350€ HT

1750€ HT ou 2100€ TTC

= 2520€ TTC avec option

ATELIER 1 : cadrage, cartographie et ciblage prestataires

Programme:

1/2 journée pour poser le contexte, approfondir la problématique de l'OT, présenter la méthodologie du SADI  destination.

+ On commence tout de suite par la cartographie des flux et le ciblage des prestataires à intégrer au projet.

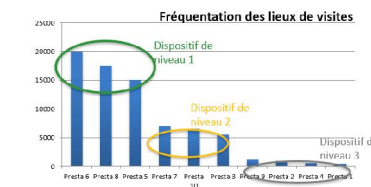
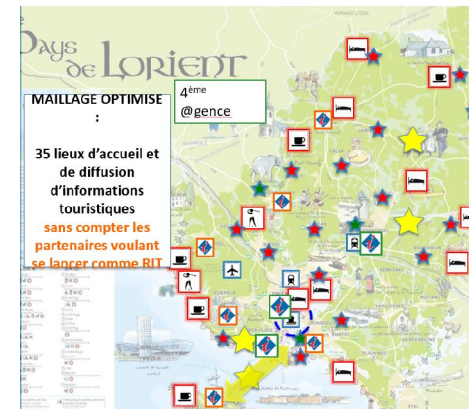
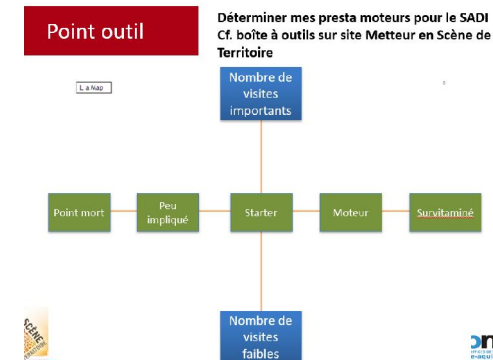
Objectifs :

- Mobiliser l'équipe autour des enjeux
- Établir un constat commun
- Poser les bases du travail transversal
- S'approprier la présentation pour être en mesure de « pitcher » le SADI
- obtenir la visualisation du maillage actuel de l'accueil sur le territoire
- Sélectionner les prestataires à intégrer aux groupes de travail

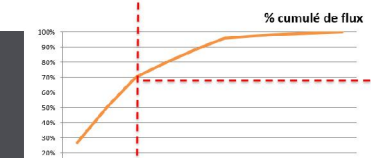
ATELIER 1 : cadrage, cartographie et ciblage prestataires

Livrables:

- Présentation Powerpoint
- Cartographie des flux
- Listing de prestataires + mapping de sélection
- Méthodologie et tableau d'évaluation du maillage (points forts/points faibles)



Quels niveaux d'information et de services selon ces lieux ?



En priorisant 3 lieux, je touche 70 % du flux

ATELIER 2 : connaissance client et personae

Programme:

1 journée pour segmenter sa clientèle, choisir ses cibles prioritaires, détailler leurs besoins, leurs motivations primaires, leur période de consommation, leurs attentes....

Objectifs :

- Faire émerger des échanges une vision partagée des clientèles de la destination et des cibles prioritaires
- Dresser les portraits robots des clientèles cibles prioritaires
- Affiner les profils par la technique des persona

ATELIER 2 : connaissance client et personae

Livrables:

- Sélection des cibles prioritaires
- Frise de temps : répartition des cibles prioritaires dans l'année
- Portrait robot des cibles

Le Fond Trotteur / Epicurieux

Albert
63 ans - Ancien chef d'entreprise à la retraite
Marié à Claudine
2 enfants, 3 petits-enfants
De Strasbourg
Mode de déplacement : la Peugeot 508

« Je cherche des bonnes tables et des produits locaux de qualité. La semaine, avec ma femme, nous aimons visiter des lieux de patrimoine Français et nous prendre notre temps. »

Profil
→ Séniors
→ Couples voyageant sans enfant

Apté des filières :
« Tourisme d'exploration »
« Tourisme patrimoine et culture »
« Tourisme et art de vivre »

ALPES RIVIERA DES ALPES

Albert est adepte de découvertes culturelles ou culinaires.
Cet amateur du goût aime découvrir de nouveaux établissements d'hôtels, et s'intéresse aux produits locaux. Il apprécie l'authenticité et le charme d'un restaurant de quartier ou lieu. Il aime se faire plaisir et se nourrir.

Il aime prendre le temps de dîner, et se passionner pour le patrimoine français.

Profil technologique
- Niveau de confiance en la technologie : 6/10
- Proportion à la diffusion (réseaux sociaux) : 4/10
- Mode d'achat : essentiellement en direct au téléphone et rarement en ligne sauf pour des produits simples et faciles à acheter
- Mode de communication : magazine, presse, internet essentiellement par des recherches sur Google et via des sites ou des blogs

Profil
- Peu sportif
- Cultivé et amateur d'art

Intérêts
- Recherche une palette complète d'activités, en lien avec son profil et proches de ses envies
- Recherche une destination sécurisée (Bonne de confort (matériel))
- Prévoit à l'avance ses vacances

Trait de personnalité
- Peu stressé, un peu boudeur, il est peu pressé et prend son temps
- Calme
- Enthousiaste
- Préfère les activités individuelles aux sorties collectives
- Aime rencontrer la population, les locaux (artisans, producteurs)
- Besoin de préparer ses vacances en amont
- Pas fumeur mais peut se faire bien plaisir selon les services

Intériorité
Extraverti ——— Introversi
Sensé ——— Insensé
Raisonné ——— Spontané
Jaguer ——— Observer

Valeur
→ Évasion : il n'aime pas voyager tout, il veut bouger mais que ça lui apporte quelque chose à l'esprit.
- Traditionnel : valeurs sûres, sans risque, avec un certain niveau de confort
- Esprit « sale » : besoin de contenu (il est cultivé et cherche à enrichir ses connaissances), il est curieux et aime apprendre, il aime échanger et rencontrer les autres.
- Plaisir : aime bien manger (produits de qualité)

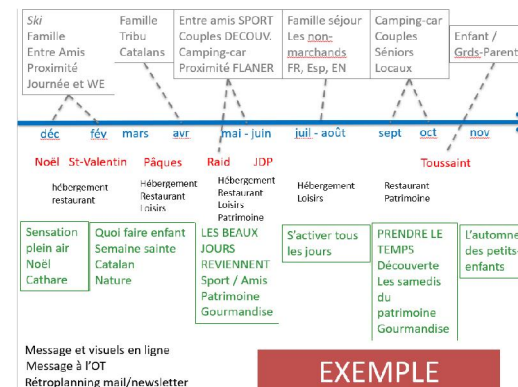
WEBSEMINAIRE

TRAJE

8 dynamiques de motivation primaire
(généralement 2 à 3 principales chez un individu)

	Autocentré		Social	
Extraverti	Epicurien bien-être, naturel, simplicité, authenticité	Animateur Ludique, sensations fortes, activités variées	Stratège Culture, élégance, leadership	Affectif Affection, tendresse, amitié
Introverti	Conceptuel réfléchi, logique, innovateur	Gestionnaire Technicité, économie, sécurité, santé	Compétiteur Dépassement de soi, performance, originalité	Solidaire Altruiste, humble, ascète
	Calme, posé	Mouvement	Conquête	Relations

Institute of NeuroCognitivism



ATELIER 3 : auto-diagnostic des services de l'Office de tourisme

Programme:

1 journée pour évaluer les services de l'OT en fonction des attentes des clientèles cibles.

Objectifs :

- Imaginer les parcours clients de nos cibles prioritaires
- Evaluer les services de l'OT sur les différentes phases (avant/pendant/après)
- Identifier des marges de progressions
- Prioriser les actions

ATELIER 3 : auto-diagnostic des services de l'Office de tourisme

Livrables:

- Parcours clients / expérience map
- Grille d'autodiagnostic des services OT
- Mapping de priorisation des actions

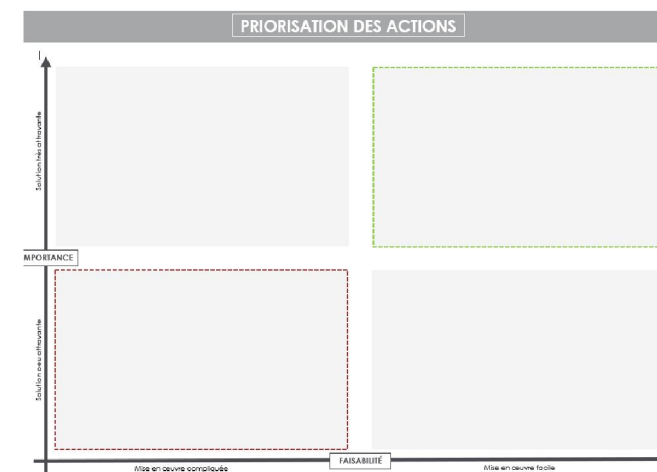
« Le parcours idéal de »

je suis plutôt

les couleurs

la photo

	AVANT	AVANT	AVANT	PENDANT	APRÈS
	Aspiration	Décision et proposition	Réservation	Ville	Post-vale
Je fais					
Je veux					
Je ne veux pas					
Je ressens					
OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION					



ATELIER 4 : auto-diagnostic des services hors les murs

2 options de programme

2 X 1/2 journée pour identifier les ruptures de charges sur la destination.

- 1) En fonction de la cartographie et des parcours clients (expérimentation grandeur nature)
- 2) En organisant des focus groupes représentatifs des cibles prioritaires

Objectifs :

- Tester les parcours clients en situation réelle ou obtenir un témoignage réel (caution externe)
- Identifier les ruptures de charges et cerner les marges de progression
- Réfléchir aux outils / dispositifs à développer sur la destination

ATELIER 4 : auto-diagnostic des services hors les murs.

Livrables:

- Grille d'autodiagnostic du « hors les murs »
ou
- Technique et assistance à la mise en place d'un focus groupe
- Trame de synthèse sur le dispositif d'accueil hors les murs

ATELIER 5 : Chantiers, actions et déploiement

Programme :

1/2 journée pour commencer la synthèse des travaux.
Revenir sur la priorisation des actions et acquisition de méthode de déploiement (fiche action).

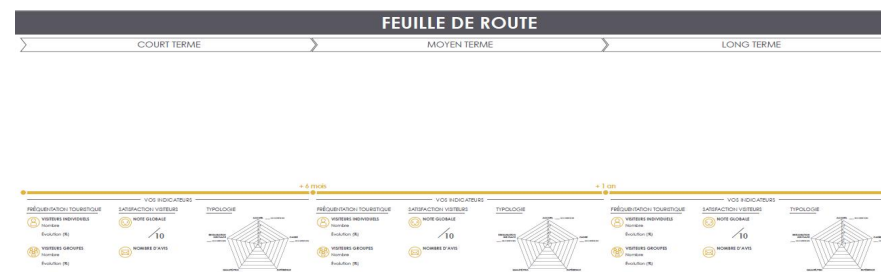
Objectifs :

- Compiler tous les éléments de diagnostic et les actions « progrès »
- Prioriser les action et les classer en fonction de leur faisabilité
- Établir la Frise de temps du plan d'action
- Choisir une action à développer pour dérouler une fiche action avec indicateurs.

ATELIER 5 : Chantiers actions et déploiement

Livrables:

- Plan de synthèse du SADI
- Matrice de priorisation des actions
- Plan d'action dans le temps
- Méthodo fiche action + indicateurs



OPTION : Présentation aux élus et/ou prestataires

Programme :

1/2 journée pour sensibiliser les partenaires au SADI.

Objectifs :

A définir ensemble en fonction du besoin et de la cible.

- Sensibiliser au contexte et aux évolutions autour des nouveaux modèles des OT
- Présenter les travaux du SADI
- Echanger autour des actions et enrichir la réflexion