Déployer un observatoire du tourisme sur son territoire

1 jours 7,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 25/01/2024

Objectifs de la formation

- Avoir une vision 360° du champ d'observation de tourisme pour un territoire : offre, fréquentation, clientèles, économie, numérique.
- Connaître les principales sources ou dispositifs techniques existants pour récolter les informations recherchées
- Apprendre à sélectionner les "bonnes" informations à synthétiser par rapport aux objectifs d'observation du tourisme par sa structure.

Témoignages de stagiaires

- "Cette formation m'a permit de mieux cibler les indicateurs utiles et également cela va me permettre de trouver certains indicateurs dont nous avons besoin" (Geneviève P.)
- "La formation nous appris beaucoup de chose, l'expertise du formateur était très intéressant et adaptée par rapport à la taille et aux moyens de chaque Office de Tourisme. Du coup on peut très rapidement proposer quelque chose de concret en fin de formation. Cette formation n'est pas trop longue mais les objectifs sont là, de plus c'était un petit groupe avec le même niveau et un bon rythme. On y trouve des solutions simples et rapides à mettre en place avec le reste de nos équipes." (Thibault T.)
- "Formation très satisfaisante sur la capacité à collecter de la donnée (sources, outils méthodologiques à utiliser). Mise en pratique nécessaire sur la création de tableaux de bord pertinents" (Hélène M.)
- "Formateur concret, pragmatique et synthétique. Contenus de la formation adaptés à mes attentes : sources d'informations utiles, données clés et outils méthodologiques à prendre en compte maintenant pour réaliser des tableaux de bord." (Elodie L.)
- "Très complet avec un spectre très large de l'observation Bon formateur, très calé sur le sujet." (Camille C.)
- "Grâce à cette formation, je vais pouvoir : - mieux organiser la mise en place des tableaux de bord -faire le tri dans les sources à utiliser et à mettre en avant - gagner en efficacité... On voit tout de suite comment mettre la théorie en pratique et le support utilisé par le formateur est très adapté." (Virginie P.)

Programme de la formation

1. Rappel des notions de bases

- Les sources disponibles : Atout France, Insee, ADT…
- Les dispositifs existants et leurs limites

- Le lexique statistique de l'observateur du tourisme (nuitée, excursionniste, touriste, taux d'occupation, revpar…)
- Les missions de base d'un observatoire local du tourisme

2. Offre touristique, capacités d'accueil et offre globale

- Le suivi des hébergements banalisés
- Le suivi des hébergements non banalisés
- Les secteurs thématiques (restauration, culture, loisirs, etc…)
- Les indicateurs de l'offre locale globale (commerces, services, etc…)

Pour ces thèmes sont abordés :

- Les sources existantes
- Les indicateurs indispensables
- Les outils pérennes à mettre en place sur son territoire
- Les tableaux de bord « type » de présentation et de suivi des résultats

3. La fréquentation touristique de son territoire

- La définition d'une fréquentation touristique globale
- Les sources locales (eau, ordures ménagères…)
- L'analyse via la technique des « flux »
- L'utilisation des données de la téléphonie mobile (FluxVision)

4. La fréquentation touristique dans les hébergements

- L'hôtellerie
- L'hôtellerie de plein air
- Les meublés labellisés et classés
- Les hébergements collectifs

Pour ces 4 thèmes sont abordés :

- Les sources existantes
- Les indicateurs indispensables
- Les dispositifs possibles à mettre en place
- Les tableaux de bord « type » de présentation et de suivi des résultats

5. Le suivi des personnes renseignées

5.1 Physiquement : A l'accueil – Au téléphone

- Quels dispositifs d'observation pour quels résultats ?
- Quelles données récolter et pour quelle utilisation ?
- Comment optimiser les outils de récolte ?

5.2 Numériquement : Site web, réseaux sociaux, livechat...

- Les indicateurs de base du webanalytics : visiteurs, visiteurs uniques, pages vues, durées uniques, taux de rebond…
- Sites web : les dispositifs par traceurs (Google Analytics) vs dispositifs par analyse des fichiers logs
- Réseaux sociaux : les outils disponibles
- La synthèse des éléments récoltés dans une tableau synthétique

6. Le profil des clientèles touristiques

6.1 Mettre en place une enquête de clientèle

- Les techniques d'enquête (Face à face ? Administrée ? Auto- administrée ?) : avantages, inconvénients et implications pour l'OT
- Les préalables méthodologiques (échantillons, quotas, tris…) et les données indispensables pour se lancer dans une enquête.
- La construction d'un questionnaire : les grandes thématiques, les différents types de questions
- Les outils de traitement à utiliser (présentation de logiciels spécialisés – démonstration du logiciel Sphinx IQ2)

6.2 La spécificité des enquêtes « satisfaction/insatisfaction »

- L'intégration dans une enquête de clientèle classique
- L'enquête en ligne « a posteriori »
- Pré-requis méthodologiques indispensables

- Les outils d'enquête en ligne et leur fonctionnement (Google Drive, LimeSurvey, Sphinx OnLine, Formsite)

7 .L'évaluation de l'impact économique du tourisme sur un territoire

- L'approche des dépenses touristiques
- La technique du « carnet de dépenses »
- L'interrogation au « cumul du séjour » intégrée dans une enquête de clientèle
- Le calcul de consommation touristique totale
- L'évaluation des emplois touristiques
- Les emplois touristiques : emplois directs et emplois indirects
- Emplois salariés et non-salariés : quelles sources et quels résultats ?

PUBLIC VISÉ

Personnel d'offices de tourisme ou d'organismes territoriaux en charge du tourisme

- Directeur, directrice d'office de tourisme
- Chargé.e de communication
- Responsable marketing
- Responsable qualité
- Responsables réseaux professionnels
- Responsable de filière
- Animateur de réseaux professionnels

PRÉREQUIS

- Travailler pour un office de tourisme ou un organisme territorial du tourisme
- Avoir une sensibilité à la statistique et à l'intérêt de l'observation statistique

MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS

Modalités d'organisation :

Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 10 maximum

- En présentiel : dans nos locaux (646 rue Marius Petipa 34080 Montpellier) ou dans toute autre salle mise à disposition pour le donneur d'ordre et qui réponde aux exigences de bon déroulement de la formation
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

Accès à la formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 10 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),*

Accueil des personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer ICI ou contactez notre référent handicap.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation sous format PDF
- Outils : le formateur/la formatrice utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible.
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur/la formatrice
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer

Modalités d'évaluation et de suivi

- La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.
- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

Votre formatrice ou votre formateur

VIVIAN VIDAL
CONSULTANT

Co-fondateur du Cabinet 4V et de la marque Id-rezo, consultant et facilitateur pour l'industrie du tourisme

Vivian VIDAL est consultant et expert pour l'industrie du tourisme depuis près de 20 ans. Il accompagne les acteurs touristiques dans le cadre d'orientations stratégiques, de plans d'actions numériques, d'adaptation de l'offre et des services à la demande, d'assistance à maîtrise d'ouvrages, de réorganisation de structures… en utilisant de plus en plus des techniques collaboratives et en se positionnant comme facilitateur.

Les autres formateurs-trices Id-rezo

Satisfaction moyenne obtenue lors de précédentes formations :

%

Satisfaction moyenne de % obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.
Cette formation a été suivi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

NB : Si ce dernier chapître ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.