

# Intégration du marketing de l'expérience dans la stratégie de l'Office de Tourisme

2 jours 14,00 heures

## Programme de formation

Mise à jour : 23/03/2023

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Connaître et comprendre les enjeux de l'expérience client  
Travailler le parcours client en utilisant des outils et des méthodes adaptés  
Mettre en place et piloter une démarche d'amélioration de l'expérience client  
Renforcer l'engagement des collaborateurs dans la culture clients

### PROGRAMME DE LA FORMATION

#### Jour 1 - Matin

#### CONNAÎTRE ET COMPRENDRE LES ENJEUX DE L'EXPERIENCE CLIENT

##### INTRODUCTION : COMPRENDRE LE MARKETING DE L'EXPÉRIENCE

- La bascule du marketing produit au marketing expérientiel
- L'intérêt et le bénéfice de travailler directement sur l'expérience client

##### LE CLIENT AU CENTRE : DE SA CONNAISSANCE À L'INTERACTION Comprendre le processus neurologique mis en place par le client

- Cerveau droit et cerveau gauche : émotion vs information
- Les sens, vecteurs d'interaction à notre environnement
- L'importance du décor, générateur d'ambiance et d'atmosphère
- La qualité de la relation humaine et l'exigence d'expertise différenciante
- Gérer l'autonomie du client : apport du digital et ses limites
- La charge cognitive et l'impératif de sobriété et de simplicité
- Jouer la très grande satisfaction : l'évaluation personnelle et perception subjective

Atelier Benchmark : Analyse des meilleurs exemples au-delà du tourisme

##### La spécificité et l'enjeu de l'expérience client au sein d'un office de tourisme

- Une expérience autour d'un service d'information : objectifs marketing
- L'importance du premier contact avec la destination
- L'opportunité de basculer d'un simple service à une expérience mémorable positive

Atelier pratique : les objectifs marketing associés à l'expérience client

##### Transformer une visite en expérience dans l'OT

- S'adapter aux attentes individuelles du client et aller plus loin
- Les principales frictions courantes dans un OT
- Impliquer le client
- Anticiper et gérer l'imprévu
- La force des valeurs et sa traduction dans l'expérience client

Atelier en groupe : Les frictions et les valeurs à traduire

#### Jour 1 - Après-midi

#### TRAVAILLER LE PARCOURS CLIENT EN UTILISANT DES OUTILS ET DES MÉTHODES ADAPTÉS



## TRAVAILLER AVEC DES PERSONAS POUR ÉPROUVER L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Principe des personas : adaptation - modularité - personnalisation
- Où et comment capter les données client
- Construire et entretenir ses personas en lien avec son OT

Atelier pratique : construction d'un persona adapté à l'office de tourisme

## TRAVAILLER À PARTIR DU PARCOURS CLIENT : POINTS DE CONTACT ET INTERACTIONS

- La **carte d'expérience** pour travailler son parcours client : poser/identifier l'expérience vécue par le client au sein de son office
- Le principe de séquençage du parcours client
- L'évaluation émotionnelle et informationnelle du parcours
- Gommer les points de friction négatifs

Atelier pratique : le séquençage de l'expérience dans son office autour d'une carte d'expérience

- Les différents leviers de l'amélioration et l'enrichissement du parcours

Atelier pratique : l'approfondissement de sa carte d'expérience pour améliorer son expérience client

## Jour 2 - Matin

### METTRE EN PLACE ET PILOTER UNE DÉMARCHE D'AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

#### LA MISE EN PLACE OU L'ADAPTATION DU PARCOURS EN PLACE

- Le cadrage préalable : prioriser ses objectifs stratégiques et opérationnels - Identifier ses contraintes
- Les services opérationnels au service du client
- Les zones physiques dédiées et leur aménagement pour atteindre ses objectifs
- Dessiner son ou ses parcours clients : zones / objectifs (travail sur plan)

Atelier pratique : le cadrage préalable et le parcours sur plan

#### PILOTER SON EXPÉRIENCE CLIENT

- L'évaluation de l'expérience vécue
- Le pilotage au quotidien
- Le processus d'amélioration : séminaire dédié, observation et tests

Atelier pratique : construire ses éléments de pilotage

## Jour 2 - Après-midi

### POUSSER PLUS LOIN L'EXPÉRIENCE

- Vigilance : la théorie n'est pas la pratique
- La force du benchmark : tester le parcours des autres offices
- Elargir le parcours client au-delà de son office
- Intégrer du storytelling au bénéfice de l'expérience client
- Les scénarios envisageables par type de clientèles
  - Focus famille > enfant

## RENFORCER L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS DANS LA CULTURE CLIENT

### FOCUS SUR LE PERSONNEL EN CONTACT : LA CHARNIÈRE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Les différentes missions attendues
- Faire face aux moments critiques : situations conflictuelles, surfréquentation...
- Compétences & attitudes : empathie et médiation
- L'importance du management : l'expérience du salarié au bénéfice de l'expérience client

Atelier en groupe : les comportements et attitudes positives

### L'ORGANISATION INTERNE AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Intégrer et coordonner le parcours avec le back office de l'OT
- Tester son parcours en réel par type de persona
- Les outils utiles dans l'évaluation et le pilotage de la relation client

Atelier pratique : caler le backoffice sur le parcours client

Atelier pratique : poser son plan d'amélioration de l'expérience client

## **PUBLIC VISÉ**

Personnes en charge du marketing  
Responsable commercial  
Commercial

## **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 heures 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 utilisera un support Powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation
- Outils : le formateur utilisera des outils qu'il 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 en cours et à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible
- 1. Les bonnes questions à se poser pour animer un réseau
- 2. Outil de connaissance de ses membres
- 3. Identification des sources de motivation
- 4. Identification dans la courbe de vie du réseau
- 5. Identification, qualification et gestion des acteurs
- 6. Autoévaluation des animateurs de réseau
- 7. Plan d'amélioration de son animation de réseau
- 8. Plan d'animation de réunions de lancement
- 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 et s'en 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**

**Benoit DUDRAGNE**

Consultant Formateur

Consultant tourisme Etourisme et Intelligence Artificielle | Expert projets digitaux | Conférencier

Expert en communication, marketing touristique et intelligence artificielle, Benoit Dudragné accompagne les destinations et de nombreux acteurs dans leurs stratégies d'innovation, leur transformation digitale, la gestion de projets web, les stratégies de communication multicanal et l'usage de l'IA.

Ancien directeur d'office de tourisme, il a programmé, durant 9 années, la ligne éditoriale du salon du E-tourisme en France : « Voyage en Multimédia » et aujourd'hui celle de "CMontheBeach" avec les membres d'id-rezo.

Il travaille spécifiquement sur les stratégies de marketing touristique, l'intelligence artificielle, le marketing expérientiel et les stratégies de contenu...

Habilité par ADN Tourisme pour les CQP « Chargé de Projet Etourisme » et « Référénts des Accueils Touristiques », il est co-fondateur de la marque d'experts en e-tourisme « id-rezo » où il intervient comme formateur ou conférencier sur les thématiques suivantes :

- L'intelligence artificielle appliquée au tourisme
- Le management numérique des destinations
- Le content management de destination
- La refonte et l'animation du site internet
- Les enjeux et les atouts du tourisme rural
- L'animation d'un réseau de partenaires
- L'écriture et l'ergonomie web
- Le design d'expérience sur les territoires et chez les prestataires
- ...

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

### **SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :**



Satisfaction moyenne de 0% obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivie par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

*NB : Si ce dernier chapitre 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.*