



PROGRAMME DE FORMATION

Construire la stratégie touristique de mon territoire intercommunal et la traduire en plan d'actions

3 jours
21,00 heures

Public visé

Chefs de projets, chargés de développement touristiques, chargés de marketing
Toute personne en charge de l'élaboration d'une stratégie marketing sur sa destination, son territoire
(Offices de tourisme, Collectivités, PNR, etc.)

Pré-requis

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.
Il est cependant recommandé d'avoir une connaissance sectorielle des clientèles touristiques et des notions de marketing territorial

Objectifs pédagogiques

POURQUOI SUIVRE CETTE FORMATION ?

Pour qu'une commune inscrive de grandes orientations prospectives, il est nécessaire de décliner une ligne de conduite en élaborant une stratégie marketing efficace, ainsi qu'un plan d'actions répondant à l'image qu'on souhaite véhiculer pour un territoire. L'intercommunalité ayant pour objectif de mobiliser les ressources humaines locales pour renforcer la compétitivité du territoire, il est indispensable de réfléchir aux leviers, aux facteurs clés de succès et réussir une démarche d'attractivité globale.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir les différentes étapes **d'un diagnostic territorial et des objectifs de performance** à atteindre
- Révéler ce qui rend le territoire unique et dégager **ses plus-values**
- Définir **les différents axes stratégiques**, véritable feuille de route de l'analyse
- Dérouler les plans d'action commerciaux et politiques de produits, de communication dans une démarche de **MARKETING TERRITORIAL**



Programme de la formation

❖ **DEFINIR UNE « BUSINESS STRATEGY »**

- Analyser le macro-environnement (facteurs environnementaux et géopolitiques) du territoire concerné.
- Recenser et qualifier les ressources territoriales humaines et matérielles par un diagnostic du potentiel touristique, ses atouts, ses faiblesses, ses cibles, ses partenaires.
- Définir les enjeux et se positionner dans le cadre d'une analyse benchmarking et répondre aux questions posées : quels leviers et quels moyens pour réussir, quelles perspectives face au contexte environnemental ?

❖ **LES ETAPES D'IDENTIFICATION D'UNE DEMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITE DE LA DESTINATION**

- Définir **l'identité du territoire** pour en amplifier son attractivité en se donnant l'ambition de choisir les bons objectifs et enjeux stratégiques.
- Identifier **les différents niveaux de stratégies** afin de positionner le territoire, en construire la promesse client (stratégies concurrentielles, de croissance) et pouvoir répondre aux questions suivantes : comment sélectionner la meilleure stratégie pour mon territoire, quels sont les bons choix stratégiques pour repenser mon offre touristique ?

❖ **DETERMINER UNE PLANIFICATION STRATEGIQUE ET OPERATIONNELLE**

- Construire sa "partition" par **une démarche de planification stratégique** (Marketing mix).
- Formaliser **un plan d'action** avec des leviers stratégiques pour gérer le changement, créer un éventuel nouveau business model et l'évaluer.
- Dérouler **une feuille de route de projets innovants** en créant une politique de communication « happening ».
- Améliorer la structuration des acteurs et partenaires par une démarche plus collaborative.

Modalités pédagogiques

Interventions illustrées d'exemples

Exercices de mise en situation, échanges et débats à partir de cas concrets et d'analyses constructives de la situation des participants

Réalisation d'une fiche de diagnostic territorial

Utilisations de diverses matrices (swot, pestel, mapping perceptuel, 5 forces de PORTER, l'horloge stratégique)

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF

Matrices d'outils

Fiches de proposition de marketing territorial

Modalités d'évaluation et de suivi

- Recueil des attentes en amont de la formation (questionnaire)
- Evaluation de l'atteinte des objectifs de formation à l'issue de la formation
- Evaluation de la formation (satisfaction à chaud et à froid)
- Attestation de fin de formation remis au stagiaire