



Centre de
compétence
forem
tourisme

Formations travailleurs 2023

Activités du Centre de compétence Forem Tourisme
destinées aux travailleurs des secteurs touristiques.



Modalités de participation

Inscription, frais, intervention des fonds de formation



Calendrier

Janvier à décembre 2023



Formations catalogue

51 formations au programme



Formations sur mesure

Notre réponse à vos besoins spécifiques

Modalités de participation

Vous êtes intéressé.e par une ou plusieurs de nos activités ?
Comment y participer ?

Inscription :

- ✓ Cliquez sur le lien <https://forms.gle/R8ZbneypHzNHQW3P9> et complétez le formulaire d'inscription.

Frais de participation :

98€ TTC / personne / jour.

Certaines formations sont cependant financées par les **fonds de formation de vos commissions paritaires** :



Vous émargez à la sous-commission paritaire 329.02 ou 329.03 (asbl) :



FONDS SOCIAL DU SECTEUR SOCIOCULTUREL ET SPORTIF

Le Fonds 4S, vous octroie, selon la taille de votre asbl, un BMA (Budget Maximum Autorisé) dont le plafond est fixé pour trois ans (informations détaillées sur www.fonds-4s.org). Vous pouvez utiliser ce budget pour participer à toutes nos formations, y compris les [formations sur mesure](#). Vous vous inscrivez directement auprès de nous et nous contactons le fonds afin de connaître votre "crédit" disponible.

!! Nouveauté 2023 !! Ceci concerne les travailleurs salariés, mais également les bénévoles, volontaires et administrateurs issus d'une asbl du secteur !

Vous émargez à la commission paritaire 333 :



Fonds pour la formation
des travailleurs de la
commission paritaire
des attractions touristiques

Le fonds pour la formation professionnelle des travailleurs de la commission paritaire des attractions touristiques a décidé d'octroyer par équivalent temps plein de chaque entreprise du secteur un financement disponible pour toutes les formations de ce catalogue. Vous vous inscrivez directement auprès de nous et nous contactons le fonds afin de connaître votre "crédit" disponible.

Vous émargez à la commission paritaire 200 :



Le Cefora, notre partenaire, vous permet de bénéficier gratuitement d'une sélection de formations de ce catalogue.

Pour en savoir plus sur les formations prises en charge, n'hésitez pas à nous contacter !

Fiche	FORMATION	JANV.	FEVR.	MARS	AVRIL
1	Démarrer sa promotion touristique sur Instagram	12, 24			
2	Le petit patrimoine	13, 27			
3	Optimiser les performances de son site web avec Google Analytics	17, 26			
4	La technique du nudge. Et si vous influenciez les comportements vertueux de vos visiteurs ?	19			
5	Rédiger des contenus attractifs pour les réseaux sociaux	20			
6	Organiser sa communication sur les réseaux sociaux grâce au calendrier de publications		3		
7	Guider des groupes de visiteurs		3, 15		
8	Booster sa visibilité touristique locale en ligne		7		
9	Communiquer avec les influenceurs du web pour promouvoir son activité touristique		8		
10	Boîte à outils du tourisme durable		10, 17		
11	Démarrer sur LinkedIn en tant qu'entreprise touristique		13		
12	Créez votre business plan		27	1	
13	Comment appréhender la déficience visuelle dans votre structure ?			3, 13, 17	20
14	Réussir une campagne de publicité payante sur Facebook & Instagram			10	

Fiche	FORMATION	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
15	Néerlandais sans complexe	7, 8, 14, 15, 21			
16	Concevoir et aménager son espace d'accueil et de vente	22			
17	Formations POS - Module 1 « Back Office »	24			
18	Formations POS - Module 2 « Front Office »	31			
19	Formations POS - Module 3 « Statistiques & analyse détaillée »	31			
20	Gérer les conflits dans un contexte d'accueil touristique	28			
21	Travailler avec la presse	29			
22	Mettre en place une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux		5		
23	Eco-gestes : comment économiser l'eau ?		18		
24	Le jeu, de l'accueil à la visite, une plus-value pour votre territoire touristique		18		
25	Créer des vidéos touristiques professionnelles avec un smartphone		20		
26	Intégrer les habitants dans sa stratégie d'accueil		20		
27	L'art du conte dans la visite guidée		21, 28		
28	Utiliser l'e-mailing pour promouvoir sa destination touristique et fidéliser les visiteurs			24	

Fiche	FORMATION	JUIN	AOÛT	SEPT.	OCT.
13	Comment appréhender la déficience visuelle dans votre structure?	1, 5, 12			
21	Travailler avec la presse		30		
29	Organiser la vente de produits touristiques en ligne			4, 5	
30	Se former à l'audiodescription			6, 13	
10	Boîte à outils du tourisme durable			14, 21	
31	Eco-gestes : objectif "Zéro déchet"			19	
32	Créer des podcasts touristiques				3, 4, 24, 25
33	Créer une micro-aventure sur votre territoire touristique				4, 11, 18
9	Communiquer avec les influenceurs du web pour promouvoir son activité touristique				5
13	Comment appréhender la déficience visuelle dans votre structure?				9, 16, 23
34	Communiquer de manière responsable : comment faire ?				10
15	Néerlandais sans complexe				12, 13, 19, 20, 24
35	Le street art				13, 20

Fiche	FORMATION	OCT.	NOV.	DEC.
25	Créer des vidéos touristiques professionnelles avec un smartphone	19		
22	Mettre en place une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux		9	
36	Tik Tok, un nouvel outil de promotion touristique		16	
37	Recruter efficacement dans le secteur touristique		17	1
38	Twitch et le streaming en ligne, un intérêt pour les secteurs touristiques et culturels ?		22	
39	Comment adapter sa stratégie marketing à la génération Z ?		23	
15	Néerlandais sans complexe		23, 24, 30	1, 7
14	Réussir une campagne de publicité payante sur Facebook & Instagram		23	
40	Répondre aux avis en ligne et gérer son e-réputation touristique		28	5
41	Formation en ligne "Organisation du tourisme" pour découvrir le secteur du tourisme	Accessible en permanence		

1. Démarrer sa promotion touristique sur Instagram



Toute personne en charge de créer et gérer un compte Instagram dans une structure touristique ou culturelle



12/01 et 24/01
2 X ½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Plateforme de partage de photos et de vidéos, Instagram propose une diversité de formats qui permettent aux entreprises touristiques de présenter services, produits et activités de manière attractive. Un incontournable de votre communication digitale !

Objectifs de la formation :

Quelles sont les règles de ce réseau ? Quelles sont les tendances actuelles en termes de contenu et quelles nouvelles fonctionnalités sont à explorer ? Comment gagner en visibilité et créer un lien solide avec une communauté ? Comment gérer un compte professionnel le plus efficacement possible ?

Au cours de cette **formation à la fois théorique et pratique**, vous explorerez les fonctionnalités et formats d'Instagram. Vous découvrirez également quelles bonnes pratiques sont à appliquer à votre stratégie de communication sur ce réseau social.

Contenu / programme :

- Découvrir Instagram : pour qui ? pourquoi ? chiffres clés et utilité
- Créer, personnaliser et paramétrer sa page Instagram
- Connaître les différents formats de publication sur Instagram
- Alimenter sa page au quotidien : texte, hashtags, visuels ...
- Gagner en visibilité sur ce réseau, recruter et animer une communauté
- Explorer les comptes professionnels à la loupe.

En pratique :
Chaque participant devra se munir d'un smartphone sur lequel l'application Instagram est installée.

2. Patritourisme – Cycle de formations “Patrimoine et Tourisme” – Le petit patrimoine



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



13/01 et 27/01
2 X ½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Le petit patrimoine fait l'objet aujourd'hui d'une attention toute particulière : sensibilisation des propriétaires publics et privés, implication citoyenne, élaboration d'inventaires, chantiers de restauration et opérations de mise en valeur diverses. Les acteurs du tourisme ont un rôle à jouer dans sa préservation : attirer l'attention des visiteurs sur ces particularités culturelles discrètes et les sensibiliser à leur transmission dans le cadre d'un tourisme diffus.

Objectifs de la formation :

- Identifier les éléments du petit patrimoine et élargir ses repères (contexte historique, croyances sacrées et rituels, thèmes et objets récurrents en Wallonie,...)
- Dégager les informations importantes pour une mise en valeur touristique (contenu des messages adressés aux visiteurs (publications, commentaires) et exemples de projets de valorisation).



3. Optimiser les performances de son site web avec Google Analytics



Chargé.e de communication digitale, Responsable marketing, ou toute personne en charge du suivi du site web de sa structure touristique.



17/01 et 26/01
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Gratuite et efficace, Google Analytics est LA solution d'analyse d'audience de sites web la plus utilisée au monde. Cet outil permet d'obtenir des données essentielles pour comprendre le comportement de vos internautes et donc d'optimiser la performance de votre site web touristique.

Répartie sur 2 jours, cette formation vous permettra de découvrir toutes les facettes du fonctionnement de Google Analytics 4, la nouvelle génération d'Analytics qui remplacera définitivement l'ancienne dès le 1er juillet 2023.

Contenu / programme :

Jour 1 (bases)

- Présentation de Google Analytics
- Création d'un compte Analytics
- Différences entre Universal Analytics (version 3) et Analytics 4
- Cohabitation entre Analytics 3 et Analytics 4
- Point sur le RGPD
- Les principaux indicateurs clé Analytics 3
- Clôture d'Analytics 3
- Présentation de la nouvelle interface GA4
- Explication de la logique de l'outil
- Comment retrouver certaines données Google Analytics 3 dans ce nouvel outil

- Mise en place la version GA4
- Collecte et configuration des paramètres d'événements spécifiques
- Définition des attributs utilisateur personnalisés (propriétés utilisateur)
- Définition des conversions
- Analyse et exploitation des données avec GA4

Jour 2 (perfectionnement)

- Création d'audience et d'objectifs en GA4
- Création de rapport avec GA4
- Utilisation de l'intelligence artificielle
- Création d'un compte Google Tag Manager
- Intégration Analytics 3 & 4 via Google Tag Manager
- Possibilités de Google Tag Manager pour d'autres intégrations
- Création d'événements spécifiques avec GA4
- Découverte des rapports standards
- Découverte d'Explore (module d'analyse personnalisable)
- Utilisation des rapports
- Mesure des campagnes
- Intégration avec Data Studio
- Le futur de GA 4.

En pratique :

Vous pouvez soit apporter votre PC portable soit utiliser un des PC du Centre de compétence Tourisme.

4. La technique du nudge. Et si vous influenciez les comportements vertueux de vos visiteurs ?



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



19/01
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Le nudge ou "coup de pouce" est un incitant, un outil efficace et peu onéreux pour adapter le comportement et améliorer le bien-être des visiteurs lors de leur expérience touristique. Mais l'utilisation des nudges dans le tourisme relève-elle d'un effet de mode ou s'agit-il d'un véritable outil de communication ?

Créer des nudges pour vos visiteurs, c'est les faire passer de l'intention à l'action. Et si c'était éthique, ludique et... lucratif ?

Vous êtes sensible aux aspects durables du tourisme et vous êtes soucieux de partager vos valeurs ? Ne manquez pas cette formation à cette technique originale !

Objectifs de la formation :

- Définir le nudge
- Définir les objectifs de votre structure
- Identifier les « biais cognitifs » et autres facteurs d'influence
- Mesurer les campagnes nudge
- Découvrir et vous inspirer des nudges existants
- Trouver des leviers d'action
- Imaginer des nudges cohérents aux objectifs de votre structure.

5. Rédiger des contenus attractifs pour les réseaux sociaux



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique



20/01
½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Il n'y a pas que les visuels sur les réseaux sociaux ! Même si ceux-ci sont devenus primordiaux, l'écriture web adaptée aux différents médias reste un indispensable.

Objectifs de la formation :

Quel ton adopter ? Quelle longueur de texte ?

Comment pousser à l'action et à l'engagement ?

Comment faire passer son message et ses valeurs de façon efficace ?

Cette formation courte vous permettra de maîtriser les clés de la rédaction web pour une gestion optimale de vos réseaux sociaux.

Contenu / programme :

- Règles de la rédaction web
- Techniques de rédaction propres aux réseaux sociaux
- La ligne éditoriale : trouver son style et déterminer ses mots clés
- Techniques d'engagement et d'appel à l'action
- Bonnes pratiques de Copywriting sur les réseaux sociaux.

6. Organiser sa communication sur les réseaux sociaux grâce au calendrier de publications



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique



3/02
½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Comment publier efficacement en parallèle sur plusieurs réseaux sociaux, sur le web ou sur d'autres canaux digitaux ? Comment faire un suivi professionnel de sa communication digitale multicanal ? L'utilisation d'un calendrier éditorial de publications est la bonne solution pour ne pas s'y perdre et respecter les spécificités de chaque plateforme ! Cette formation courte vous donnera toutes les clés de la création et de l'utilisation d'un calendrier éditorial web efficace.

Contenu / programme :

- Revue des différents types de contenus selon les canaux digitaux
- Définition et utilisation d'un calendrier de publications multicanal (fréquence, support, méthode ...)
- Bonnes pratiques de gestion de sa communication digitale en multicanal (pertinence, recyclage, curation ...)
- Mise en pratique sur base d'un exemple concret du secteur touristique.

7. Guider des groupes de visiteurs



Tout.e guide
touristique freelance
ou employé.e d'un
organisme ou d'une
entreprise touristique



3/02 et 15/02
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Activité de médiation coutumière, la visite guidée est une opportunité de créer le lien avec vos visiteurs et ainsi de favoriser leur retour. Elle est également une véritable vitrine de votre professionnalisme et des ressources locales présentées à des touristes exigeants.

Guider vos groupes de touristes, c'est leur montrer le chemin et interpréter le patrimoine présent autour d'eux, tout en les surprenant et suscitant leur questionnement. Le guide leur révèle les pépites et favorise leur bonne compréhension dans une atmosphère conviviale.

Objectifs de la formation :

- Accueillir, orienter et guider vos visiteurs dans leurs découvertes multiples
- S'adapter à leurs profils
- Livrer vos commentaires
- Favoriser l'écoute et la bonne compréhension
- Gérer le temps, les interventions
- Répondre aux imprévus.

Prérequis :
Avoir acquis une aisance à la
communication orale.

8. Booster sa visibilité touristique locale en ligne



Chargé.e de
communication ou
toute personne en
charge de la
communication
digitale de son
entreprise touristique



7/02
½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

À l'heure du web et des réseaux sociaux, les communautés en ligne dépassent souvent les frontières. Cependant, l'objectif d'une stratégie de communication peut aussi consister à être plus visible localement. Comment optimiser sa présence en ligne pour gagner en visibilité auprès des habitants ou des touristes locaux ? Quelles actions mettre concrètement en place ? Au cours de cette formation, vous pourrez découvrir les clés d'une stratégie de communication digitale efficace pour un public cible proche.

Contenu / programme :

- Spécificités d'une stratégie de communication locale
- Définition des publics-cibles
- Optimisation de sa présence en ligne pour une visibilité locale : réseaux sociaux, site web, sites d'avis, Google Business Profile etc...
- Développer une stratégie de communication locale pour un projet
- Exemples et bonnes pratiques dans le secteur du tourisme.

9. Communiquer avec les influenceurs du web pour promouvoir son activité touristique



Chargé.e de communication ou toute personne en charge de la communication digitale de son entreprise touristique



1^{ère} session : 8/02 à Marche
2^{ème} session : 5/10 à Namur
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme Marche
et Form@Nam, Namur

Blogueur, Instagrameur, Youtubeur, ... Les influenceurs sont sur toutes les lèvres depuis plusieurs années. De nombreuses structures de promotion touristique ont fait appel à leurs services afin de nourrir leur stratégie de marketing touristique. En 2023, qu'en est-il ? Travailler avec des influenceurs est-il toujours aussi pertinent qu'avant ? Comment travailler avec eux et en tirer le meilleur ?

Objectifs de la formation :

Travailler avec des blogueurs ? Pour qui ? Comment et pourquoi ?

- Comprendre la différence entre blogueurs, influenceurs, ambassadeurs
- Analyser différents blogs pertinents en Wallonie
- Distinguer les différentes manières de travailler avec les blogueurs pour promouvoir son activité touristique
- Comprendre l'importance du marketing de contenu dans le développement d'un marketing 2.0
- L'utilisation des communautés des blogueurs comme levier pour son territoire
- Exemples de campagnes blogueurs réussies
- Exemple de contrat à développer.

Construire sa stratégie « blogueurs » en phase avec son identité territoriale.

- Analyse approfondie des blogueurs « utiles » à son territoire afin de développer une stratégie pertinente
- Définir les forces de son territoire sur lequel capitaliser l'attention des influenceurs
- Définir une ébauche de stratégie « Blog » sur une année
- Apprendre à mesurer l'impact de sa campagne.

10. Boîte à outils du tourisme durable



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



1^{ère} session : 10/02 et
17/02

2^{ème} session : 14/09
et 21/09

2 demi- jours
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Cette formation s'inscrit dans le cadre du développement d'un tourisme intégré plus respectueux de l'environnement et du bien-être de tous. Investir une démarche de développement durable concerne la destination touristique, le produit et la gestion des ressources humaines et des infrastructures. Et si les préoccupations durables permettaient d'innover ? Comment engager une démarche de transition du tourisme ? Comment passer des bonnes intentions aux actes en rendant concrètes vos actions en faveur d'un tourisme responsable, éthique, environnemental et inclusif ? Cette formation vous fournira les clés pour accompagner votre projet de tourisme responsable.

Objectifs de la formation :

- Comprendre la logique générale de développement durable et de transition pour répondre aux enjeux du tourisme
- Etablir son diagnostic pour construire sa stratégie durable
- Construire une politique RSE au sein de son organisation à l'aide d'outils (chartes, écolabels, référentiels, normes, ...).

11. Démarrer sur LinkedIn en tant qu'entreprise touristique



Chargé.e de
communication ou
toute personne en
charge de la
communication
digitale de son
entreprise touristique



13/02
½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Bien plus qu'une simple plateforme de recrutement, LinkedIn est devenu un outil de promotion et de réseautage BtoB puissant et une véritable vitrine pour les entreprises touristiques. Comment paramétrer une page attrayante ? Quelles publications poster et quand ? Les réponses à ces questions vous permettront de démarrer efficacement une communication sur ce réseau social professionnel et vous éclaireront sur la stratégie de contenu à adopter pour atteindre vos objectifs.

Contenu / programme :

- Découverte des spécificités du réseau
- Informations sur le ou les publics-cibles
- Création et paramétrage de sa page d'entreprise
- Revue des différents types de contenus à publier (articles, liens, etc.)
- Bonnes pratiques de réseautage
- Tendances.





12. Créez votre business plan



Entrepreneurs,
métiers de la
création,
professionnel.les du
tourisme, toute
personne désireuse
de professionnaliser
son activité



27/02 et 1/03
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Vous souhaitez créer, professionnaliser votre activité touristique ou peut-être reprendre ou modifier les activités d'une entreprise ? Le business plan, autrement appelé plan d'affaires, est un document synthétique qui permet de structurer, mais aussi de présenter de façon simple et efficace les tenants et aboutissants d'un projet. Il est indispensable à tout créateur d'entreprise, qu'il s'agisse de la création ou de la reprise d'une organisation, mais aussi d'un projet de développement de l'activité de la structure. Il convient également de donner une vue d'ensemble des actions qui seront menées, les moyens déployés pour y parvenir, mais également de préciser une temporalité pour atteindre ses objectifs. Un business plan sert d'argumentaire notamment pour le besoin de financement et le potentiel de rentabilité d'un projet, afin de convaincre de potentiels investisseurs, distributeurs et/ou partenaires commerciaux. Il représente également un document de référence pour le créateur d'une entreprise durant les étapes de déploiement d'un projet.

Objectifs de la formation :

- Déterminer les étapes de son business plan (étude de faisabilité ou plan d'entreprise) en vue de créer son entreprise
- Choisir la structure correspondante à sa situation et à son activité
- Choisir la forme juridique si société
- Calculer la rentabilité de l'activité.



13. Comment appréhender la déficience visuelle dans votre structure ?

En collaboration avec l'Œuvre Fédérale Les Amis des Aveugles et des Malvoyants Asbl



Vous êtes guide touristique, médiateur.rice culturel.le ou personnel en charge de l'accueil et de l'accompagnement des touristes? Vous voulez parfaire vos compétences et identifier les besoins spécifiques des visiteurs aveugles ou malvoyants et y répondre de manière adéquate ?

Quels sont les premiers gestes à adopter lorsque vous accueillez une personne déficiente visuelle ? Comment identifier les visiteurs concernés et leurs besoins ? Quelles techniques de médiation et de guidage utiliser ?

Participez à cette formation animée par L'œuvre fédérale Les Amis des Aveugles et des Malvoyants, vous comprendrez la déficience visuelle et adopterez les gestes adéquats pour offrir un accueil et un accompagnement de qualité !

Objectifs de la formation :

- Comprendre les besoins des personnes déficientes visuelles
- Adopter les bons gestes pour mieux accueillir
- Guider une personne aveugle ou malvoyante dans ses déplacements
- Préparer une visite adaptée en utilisant les bons outils.

3 possibilités :

- Les **3, 13, 17 mars et 20 avril** : J1 à J3 de 9h à 12h30 en ligne, J4 de 9h à 16h30 au Musée de la Photographie à Charleroi.
- Les **1er, 5 et 12 juin** : J1 au Musée royal de Mariemont, J2 et J3 à L'Œuvre fédérale « Les Amis des aveugles et des malvoyants » à Ghlin, de 9h à 16h30.
- Les **9, 16 et 23 octobre** : J1 à l'Artothèque à Mons, J2 et J3 à L'Œuvre fédérale « Les Amis des aveugles et des malvoyants » à Ghlin, de 9h à 16h30.

14. Réussir une campagne de publicité payante sur Facebook & Instagram



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique



1^{ère} session : 10/03

2^{ème} session : 23/11

1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme

Aujourd'hui, le sponsoring est devenu incontournable sur Facebook & Instagram. Lors de cette journée, nous vous amènerons à concevoir une campagne de sponsoring pour votre structure ou votre entreprise. De la définition de l'audience, à celle de votre cible ou des différents formats publicitaires, les publicités Facebook & Instagram n'auront plus aucun secret pour vous !

Objectifs de la formation :

- Comprendre la pertinence des publicités Facebook dans le tourisme
- Définir les objectifs de sa campagne de sponsoring
- Appréhender les outils de création (Business Manager, Facebook Ads,...)
- Définir ses cibles et son audience
- Créer une publicité en quelques clics.

15. Néerlandais sans complexe



Toute personne
amenée à accueillir la
clientèle touristique
en néerlandais et
désireuse d'améliorer
sa pratique



3 sessions

5 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme,
Marche et
Form@Nam, Namur

Venez booster vos compétences en néerlandais en participant à une formation intensive de 5 jours centrée sur la pratique et le vocabulaire spécifique à l'accueil de la clientèle touristique !

Objectifs de la formation :

- Dépasser vos blocages ou votre peur de faire des fautes et franchir un pas qui vous permettra de mieux accueillir les visiteurs en face à face et par téléphone.

Nous vous proposons cette année 3 sessions, au choix :

- les 7, 8, 14, 15 et 21 mars, à Marche
- les 12, 13, 19, 20, 24 octobre, à Namur
- les 23, 24, 30 novembre, 1 et 7 décembre, à Marche.

**!!! Afin de composer le groupe,
nous vous demanderons de nous fournir
au préalable (ou de passer)
un test de niveau récent.**

Prérequis : minimum niveau A1 en NL (bases).



16. Concevoir et aménager son espace d'accueil et de vente



Toute personne en charge de la conception ou la gestion des espaces d'accueil et/ou de vente d'un opérateur touristique



22/03
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Votre espace d'accueil est bien plus qu'un lieu de passage, il est la vitrine de vos valeurs et de vos spécificités. Il doit rendre tangible votre positionnement, être désirable, adapté et efficace autant pour vos clients que pour votre équipe.

A l'heure actuelle, la notion d'accueil a été profondément repensée pour plus de proximité et d'attractivité. Nous verrons ensemble comment (ré)inventer ou améliorer vos espaces existants ou futurs pour donner la meilleure image de votre structure.

Nous ferons également un focus sur votre stratégie merchandising afin d'offrir une expérience globale cohérente.

La formation sera participative et pratique. Après un temps consacré à des exemples inspirants et aux notions fondamentales d'aménagement d'espace, vous serez invité.e à prototyper votre espace d'accueil et de vente afin d'établir un 1er cahier des charges de vos besoins et des potentielles actions à mener.

Objectifs de la formation :

- Connaître les tendances de fond et bonnes pratiques actuelles
- Comprendre et identifier les usages et fonctions clés de l'espace d'accueil et de vente
- Se placer dans une posture d'empathie usagers afin de modéliser des parcours efficaces dans vos espaces et assurer pleinement les missions d'informations, de conseils et de vente.
- Matières, couleurs, éclairage, mobilier, signalétique : que choisir pour bien véhiculer son message ?
- Boutique et merchandising : les gammes de produits, zone froide & chaude, implantation et masse, mobilier et displays.

17. Formations POS – Module 1 « Back Office »



Module destiné aux personnes qui ont ou auront un accès complet au système et la charge du paramétrage : direction, responsable communication, responsable boutique,...



24/03
1 jour
de 9h30 à 16h



Formation en ligne

Nous vous proposons 3 formations exceptionnelles liées à l'outil « POS » d'Elloha !

Le POS est un outil online, lié à l'**ORC de Wallonie Belgique Tourisme**, qui permet de **gérer les ventes de tickets de visite en caisse** mais également la **vente de produits de la boutique**. Il établit des rapports de transactions (Z et rapports d'activités) quotidiens, mensuels ou annuels. Il prend en charge la gestion de la TVA sur les différentes ventes et permet la réconciliation comptable de l'ensemble des opérations de vente de l'activité d'une attraction touristique. Il est également possible au travers de cette solution, d'établir des devis, de prendre des réservations et les encoder dans le système pour une visite ultérieure. Des commentaires additionnels internes & externes peuvent être ajoutés tandis que la procédure d'envoi des informations est automatisée.

Cet outil propose une gestion centralisée de ses stocks de visite (en ligne et en caisse) ou de produits de boutique. Il peut être connecté à divers périphériques comme une imprimante ticket, un tiroir-caisse et un lecteur code-barres/QR code qui permet de faciliter la vente des produits de boutique mais également le scan des tickets vendus en ligne.

Contenu / programme du module 1 :

- Paramétrage du menu & des utilisateurs
- Paramétrage des formules & ressources
- Paramétrage de la vente offline & online
- Paramétrage de la boutique
- Gestion des promotions & des codes promos.

A compléter avec
le [Module 2 "Front Office"](#)
et le [Module 3 "Statistiques & analyse détaillée"](#) si vous le souhaitez.

18. Formations POS – Module 2 « Front Office »



Module destiné au
personnel de caisse



31/03
½ jour
de 9h30 à 12h30



Formation en ligne

Contenu / programme du module 2 :

- Opérations de base des caisses
- Consultation des arrivées
- Scan des tickets vendus online
- Modification des réservations.

A compléter avec
le [Module 1 "Back Office"](#)
et le [Module 3 "Statistiques &
analyse détaillée"](#) si vous le
souhaitez.

19. Formations POS – Module 3 « Statistiques & analyse détaillée »



Module destiné aux personnes qui auront un accès complet au système et la charge du traitement des données du système : direction, responsable communication, responsable financier, responsable boutique,...



31/03
½ jour
de 13h à 16h



Formation en ligne

Contenu / programme du module 3 :

- Analyse détaillée de la fréquentation
- Fichiers CSV pour une réconciliation comptable
- Utilisation de l'outil de gestion des clients
- Inventaires de boutique.

A compléter avec
le [Module 1 "Back Office"](#) et
le [Module 2 "Front Office"](#)
si vous le souhaitez.

20. Gérer les conflits dans un contexte d'accueil touristique



Toute personne
chargée de l'accueil
et du contact
clientèle dans une
structure touristique



28/03
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

L'accueil dans un lieu touristique ou culturel peut parfois donner lieu à des conflits ou des litiges qui pourraient être évités ou atténués. Les crises que nous connaissons renforcent cette situation et compliquent parfois la communication entre les chargés d'accueil et la clientèle.

Cette formation d'un jour, théorique mais surtout pratique, vous permettra de faire le point sur votre capacité à anticiper une situation conflictuelle, mais surtout d'intégrer les notions indispensables à appliquer pour désamorcer et limiter les conflits dans un contexte d'accueil touristique.

Contenu / programme :

- Les grands principes de base de la communication verbale et non verbale :
 - Les notions d'émetteur, de récepteur, de filtre
 - Les distorsions de communication liées à l'image de soi et l'image de l'autre
 - Le triangle infernal : sauveur, bourreau, victime... et les façons d'en sortir
- Les différentes phases/étapes de progression des situations conflictuelles
- Les 5 styles de résolution de conflits (modèle de Thomas Killman)
- Les 5 indispensables de la résolution de conflits en situation d'accueil : Ecoute active, Réassurance, Origine du problème, Solution, Satisfaction
- Les clés de la gestion des émotions en situation de conflits :
 - Savoir maîtriser ses émotions et gérer la pression
 - Travailler son assertivité et son affirmation de soi ('ni paillasse ni hérisson')
 - Répondre ou ne pas répondre aux objections ou aux attaques personnelles et/ou professionnelles
- Exercices pratiques.

21. Travailler avec la presse



Responsables
communication / RP
au sein d'un
opérateur touristique



1^{ère} session : 29/03 à
Nivelles
2^{ème} session : 30/08
à Marche
1 jour
de 9h à 17h



Centre Forem de
Nivelles et
Cdc Tourisme
Marche

Durant la crise du Covid, les médias ont fait la part belle aux opérateurs touristiques, qui ont pu profiter d'un coup de projecteur bienvenu. Certains ont compris l'intérêt d'une stratégie "RP" et ont pu exploiter cette opportunité en la transformant en une relation durable avec les journalistes ... Dans le contexte économique actuel, cette stratégie est plus que jamais d'actualité car elle demande peu de budget. Restent de nombreuses questions que nous aborderons lors de cette formation : comment trouver les journalistes ? Comment les convaincre ? Comment rédiger un communiqué de presse efficace ? ... Une approche théorique complétée par des exemples complets et exercices vous permettront d'adopter les bonnes pratiques actuelles.

Objectifs de la formation :

- Connaître le paysage médiatique
- Contacter les journalistes
- Rédiger un communiqué de presse.

22. Mettre en place une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux



Toute personne en charge de la stratégie et/ou de la communication digitale d'un opérateur touristique



1^{ère} session : 5/04 à Marche
2^{ème} session : 9/11 à Namur
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche et
Form@Nam, Namur

Comment gérer au mieux ses réseaux sociaux ? Quelles stratégies mettre en place pour développer ses communautés ? Quels réseaux choisir et pour quel public cible ? Quels contenus publier, à quel moment et à quelle fréquence ? Quel ton adopter ? Cette formation vous donnera tous les outils pour piloter une communication professionnelle sur les réseaux sociaux dans le secteur du tourisme.

Objectifs de la formation :

Etablir sa stratégie digitale sur les réseaux sociaux :

- Construire une stratégie digitale
- Créer un écosystème digital "360°"
- Structurer un planning éditorial

Structurer sa communication sur les réseaux sociaux :

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- LinkedIn
- Créer des posts pertinents pour chacune des plateformes
- Ecrire pour le web et les réseaux sociaux.



23. Eco-gestes : comment économiser l'eau ?



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



18/04
½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Cette formation s'inscrit dans le cadre du développement d'un tourisme intégré plus respectueux de l'environnement et du bien-être de tous.

La première partie abordera le CertlBeau, pour "Certification des Immeubles Bâtis pour l'Eau". Cet outil a pour objet une meilleure gestion et une meilleure information des risques liés au cycle de l'eau des bâtiments publics et privés. Il a notamment pour objectif d'éviter tout risque de pollution (en amont sur le réseau de distribution et en aval lors des rejets), et est obligatoire pour tout nouveau compteur et optionnel pour les existants.

Le formateur abordera les pertes d'eau souvent invisibles et vous éclairera sur les éléments qu'il faut garder à l'œil.

S'investir dans une démarche touristique de transition, c'est aussi sensibiliser les visiteurs aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques du développement durable. La deuxième partie portera donc sur la sensibilisation des clientèles touristiques aux actes anti-gaspillages et les ressources alternatives à l'eau de distribution.

Objectifs de la formation :

- Garantir une eau de qualité à travers le cycle de l'eau
- Favoriser l'usage parcimonieux de l'eau et réduire les pertes éventuelles.

24. Le jeu, de l'accueil à la visite, une plus-value pour votre territoire touristique



Toute personne d'une structure touristique d'accueil amenée à être en contact avec la clientèle



18/04
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Comment faire jouer les touristes ? Comment les faire patienter dans le bureau d'accueil ?
Comment leur faire découvrir votre région, votre terroir, votre patrimoine « autrement » ?
Comment faire pour qu'ils deviennent acteurs de leur visite ?

Cette formation tentera de vous replonger en enfance, de vous remémorer des émotions liées à ces pratiques et d'essayer de les transposer à votre destination dans le but d'attirer les visiteurs.

Objectifs de la formation :

- Découvrir les concepts théoriques et psychologiques liés au jeu
- Les différents jeux et leurs mécanismes
- Comprendre l'utilité du jeu à chaque étape du visiteur
- Réfléchir sur la mise en place de l'utilisation du jeu dans le cadre de son travail
- S'outiller pour concevoir astucieusement ses propres jeux.

25. Créer des vidéos touristiques professionnelles avec un smartphone



Toute personne en charge de la communication digitale ou de la promotion au sein d'une entreprise ou d'un organisme touristique



1^{ère} session : 20/04 à

Marche

2^{ème} session : 19/10 à

Namur

1 jour

de 9h à 17h



Cdc Tourisme et
Form@Nam

Aujourd'hui, il suffit de sortir son smartphone pour faire une vidéo.

Même si cette affirmation est correcte, il convient de monter en puissance afin de fournir des vidéos les plus qualitatives possibles.

Objectifs de la formation :

- Comprendre les bases de la vidéo
- Structurer sa politique de contenus
- Approche de Tik-Tok, le réseau social qui bouscule la vidéo touristique
- Découvrir les logiciels de montage sur smartphone
- Tenter sa première vidéo avec son smartphone.



26. Intégrer les habitants dans sa stratégie d'accueil



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



20/04
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Acteur impliqué dans l'accueil des visiteurs mais également clientèle touristique de proximité, l'habitant occupe une place de choix dans les stratégies de destination. A travers son attitude envers les visiteurs, ses connaissances du territoire ou son savoir-faire artisanal, l'habitant contribue au moins à l'atmosphère du lieu et participe au développement d'un tourisme plus ancré dans une réalité sociale et culturelle. Acteur à ne pas négliger, cet habitant peut intégrer un réseau animé par le professionnel du tourisme qui lui confie une mission. Certains d'entre eux développeront leurs compétences managériales pour un projet d'entreprise, d'autres partageront les publications des structures de promotion sur les réseaux sociaux.

Objectifs de la formation :

- Favoriser la participation des habitants dans les projets touristiques
- Engager une démarche de transition du tourisme en réduisant les impacts négatifs d'un tourisme qui ne tiendrait pas compte des habitants.

Contenu / programme :

- Médiation touristique versus médiation culturelle
- De la consultation à la réalisation : un axe de la bonne gouvernance
- Les conditions d'une participation authentique
- Les différentes formes de tourisme qui intègrent les habitants de la destination
- Les réseaux d'ambassadeurs
- Ressources
- Activité de synthèse.

27. Professionnalisation des guides et des médiateurs culturels : L'art du conte dans la visite guidée



Animateurs.rices,
guides touristiques,
médiateurs.rices
culturel.les en charge
de l'accueil et de
l'accompagnement
des visiteurs dans les
institutions et
entreprises
touristiques et
culturelles



21/04 et 28/04
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Vous modifiez régulièrement les thématiques de vos visites guidées et animations et vous souhaitez développer vos compétences artistiques pour diversifier vos offres à l'intention des familles ? Venez vous initier à l'interprétation de contes en déambulation et apportez un complément à votre activité de guidage ou de médiation !

Objectifs de la formation :

- Identifier repères, tendances actuelles et compétences
- Interpréter un conte en déambulation dans le cadre d'une initiation
- Développer mes compétences en communication en vue de conter lors de mes activités
- Développer mon offre de d'animations et visites guidées au départ du conte.

Prérequis :
Porter des vêtements confortables et
pratiques.

28. Utiliser l'e-mailing pour promouvoir sa destination touristique et fidéliser les visiteurs



Responsables
communication /
marketing au sein
d'un opérateur
touristique



24/05
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Depuis la crise du Covid, le terme « tracing » est devenu familier ... Nous ne pouvons plus accueillir (et laisser repartir) des clients de manière spontanée sans les avoir identifiés, le plus souvent au travers d'une procédure de réservation préalable. Ces nouvelles normes peuvent représenter une réelle opportunité de fidélisation à plus long terme, grâce à des messages personnalisés, tout en respectant la législation (RGPD) en vigueur. C'est donc le moment d'adopter un des nombreux outils gratuits disponibles sur le web, afin de pratiquer l'e-mailing de manière professionnelle et respectueuse. Cette formation (niveau débutant) vous permettra de vous exercer sur une des plateformes gratuites les plus connues : Mailchimp.

Objectifs de la formation :

- Elaborer une stratégie de marketing direct
- Gérer des bases de données en respectant la législation RGPD
- Concevoir un e-mailing et assurer le routage via une plateforme dédiée (Mailchimp).

Prérequis :
Tutoriels en ligne à suivre avant la
formation.



29. Organiser la vente de produits touristiques en ligne



Responsables
marketing / vente au
sein d'un opérateur
touristique



4/09 et 5/09
2 jours
de 9h à 17h



Formation en ligne

Vous envisagez de vendre vos services / produits en ligne mais n'avez pas encore franchi le pas ? L'e-commerce est l'outil idéal pour décupler vos ventes et faciliter le parcours de vos clients. Plus qu'un avantage concurrentiel, c'est devenu une condition sine qua non pour pérenniser son activité à long terme, et ce dans tous les secteurs : hébergement, voyages, activités ludiques ou culturelles. La digitalisation des ventes constitue d'ailleurs une priorité pour la Wallonie, notamment au travers de la plateforme "ORC" mise à disposition des opérateurs touristiques membres de Visit Wallonia. Durant cette formation, vous aborderez les notions de stratégie et d'opérationnalisation dans l'e-commerce, vous découvrirez le concept d'OTA et les solutions de e-ticketing, de merchandising, afin d'optimiser votre présence sur le web et générer de la conversion, au bénéfice de votre chiffre d'affaires. Deux journées remplies de conseils pratiques pour franchir le pas !

Objectifs de la formation :

- Elaborer une stratégie de vente en ligne
- Mettre en place des dispositifs de vente en ligne
- Evaluer la pertinence et la rentabilité des dispositifs mis en place.



30. Professionnalisation des guides et des médiateurs culturels : Se former à l'audiodescription



Médiateur.rice
culturel.le, guide
touristique ou
personnel en charge
de l'accueil et de
l'accompagnement
des visiteurs



6/09 et 13/09
2 jours
de 9h à 17h



A déterminer

Vous souhaitez accompagner ou communiquer avec des personnes aveugles ou malvoyantes dans leurs découvertes de vos thématiques ? Vous voulez offrir plus de confort à vos visiteurs ? L'audiodescription est un ensemble de techniques qui permettent de rendre accessibles des films, des spectacles ou des expositions, aux personnes aveugles ou malvoyantes grâce à un texte en voix off qui décrit les éléments visuels de l'œuvre. De l'écoute, de la sensibilité, de véritables qualités de synthèse, bref, l'audiodescripteur est un véritable auteur, passionné d'écrit, féru de culture générale, désireux d'accompagner son public vers davantage de compréhension et de confort. Il communique bien et de manière claire et concise.

Les personnes aveugles et malvoyantes sont le premier public de l'audiodescription, mais aussi toute personne souhaitant « écouter » de la même manière qu'une œuvre radiophonique.

Objectifs de la formation :

- Identifier les usages possibles dans le secteur du tourisme et des loisirs (de l'audiodescription enregistrée à l'audiodescription en directe)
- Déterminer le rôle de l'audiodescripteur
- Traduire l'image à travers la parole.



31. Eco-gestes : objectif "Zéro déchet"



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



19/09
½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Cette formation s'inscrit dans le cadre du développement d'un tourisme intégré plus respectueux de l'environnement et du bien-être de tous. Investir une démarche de développement durable concerne la destination touristique, le produit et la gestion des ressources humaines et des infrastructures.

Et si on visait le "Zéro déchet" ? Réduire la quantité des déchets participe pleinement à la stratégie de développement durable. Comment améliorer la stratégie de gestion de vos déchets ? Cette partie mêlera obligations légales dans les lieux de loisir et les différents courants : achats responsables, réduction des déchets, labels environnementaux, impacts sur l'environnement, bons tris, etc.

Objectif de la formation :

- Réduire la quantité de déchets dans votre structure.



32. Créer des podcasts touristiques



Toute personne en charge de la communication ou de la promotion au sein d'une structure touristique



3 et 4/10 : module 1
24 et 25/10 : module 2
2 X 2 jours
de 9h à 17h



Cepegre, Gosselies

Aujourd'hui, Les podcasts, contenus audios diffusés en ligne, sont devenus un atout de la communication et du marketing d'entreprise. Nomades, ils peuvent être écoutés partout et proposent des contenus originaux et immersifs. Un atout pour votre storytelling touristique!

Cette formation de 2 X 2 jours, à la fois théorique, mais surtout pratique, vous est proposée en 2 modules distincts :

- Module 1 : découverte des podcasts, formats, étapes de réalisation, scénarisation, techniques de prise de son, utilisation d'un logiciel de montage
- Module 2 : développement et production finale de votre projet de podcast pour votre structure touristique.

Le module 2 nécessitera des prises de son préalables sur le terrain entre les deux sessions afin de travailler directement sur vos enregistrements.

Tout le matériel d'enregistrement sera mis à votre disposition pendant la période de la formation.

Prérequis :

Pour suivre le module 2, il est nécessaire d'avoir suivi le module 1. Il est par contre possible de s'inscrire uniquement au module 1.



33. Créer une micro-aventure sur votre territoire touristique



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



4, 11 et 18/10
3 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Sortez vos touristes du cadre, la micro-aventure est l'activité santé et défis du moment. Comment la concevoir et la réussir ? Comment en faire un moment unique et convivial en toute sécurité ? Cette formation vous permet de poser les bases, d'imaginer votre micro-aventure en tenant compte des éléments naturels et marketing ! Soyez curieux !

Objectifs de la formation :

- Avoir un aperçu du secteur "Outdoor" en Wallonie
- Gérer la lecture de carte et la création d'itinéraire
- Appréhender l'aspect durable des micro-aventures
- Percevoir la micro-aventure comme levier d'attractivité d'un territoire.

Contenu / programme :

J1. Etat des lieux du secteur Outdoor + Création de randos & aspects durables

- Théorie + patrimoine bâti & naturel + cartographie, applis gps, ...

J2. Approche marketing d'une micro-aventure

- Storytelling & communication, contes & légendes, tendances et inspirations

J3. Journée de terrain

- Matin : cartographie + applications
- Après-midi : photo & vidéo.



34. Communiquer de manière responsable : comment faire ?



Chargé.e de
communication,
chargé.e de la
stratégie au sein
d'une structure
touristique



10/10
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Contribuer au développement d'un tourisme plus durable demande une gestion responsable de vos outils de communication, tant papiers que numériques (cadrage des quantités et recyclage éventuel de vos brochures non distribuées, abandon du papier, éco-conception de votre site web, productions audiovisuelles éco-responsables,...). Cette gestion porte également sur les messages que vous diffusez auprès de vos clientèles (offres durables, alternatives en matière de mobilité, sensibilisation à la production de CO2 lors du séjour,...). Les réseaux sociaux dans lesquels vous performez sont source de pollution numérique et peuvent aussi donner lieu à des dérives. Par leur viralité et leur capacité d'audience, ils peuvent être utilisés pour répartir les flux, valoriser les acteurs engagés, développer des pratiques vertueuses...

Tous ces enjeux vous parlent ? Où en êtes-vous ? Et si on remettait en question notre manière de communiquer tout en innovant ?

Objectifs de la formation :

- Analyser l'impact environnemental de vos outils de communication et mettre en œuvre vos actions pour adopter une communication responsable (off line, on line et print) : enjeux, leviers, outils et méthodes
- Déployer une stratégie social média responsable et des publications engagées
- S'engager pour un numérique responsable et analyser la performance de vos réseaux sociaux sous un prisme responsable.



35. Patritourisme – Cycle de formations “Patrimoine et Tourisme” – Le street art



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



13/10 et 20/10
½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

L’art urbain ou street art est particulièrement mis en valeur pour positionner les destinations touristiques. Au-delà du quartier périphérique qu’il permet de découvrir ou du cœur historique qu’il réinterroge, comment aborder et présenter aux visiteurs ces ressources artistiques variées et éparses ?

Objectifs de la formation :

- Comprendre l’origine du street art et élargir ses repères : de l’art public au 19e siècle au street art (rétroacte)
- Identifier ses différentes expressions (contextes, artistes, thématiques, techniques)
- Présenter ses ressources artistiques dans la visite guidée
- Identifier la documentation et les exemples de mise en valeur touristique.

36. Tik Tok, un nouvel outil de promotion touristique



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique



16/11
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Aujourd'hui, des marques, des entreprises, ont bien compris l'intérêt que pouvait représenter Tik Tok pour toucher les adolescents et les jeunes adultes. Force est de constater que de plus en plus de destinations touristiques tentent une percée. Et si Tik Tok était le nouveau réseau social incontournable du tourisme de demain ? Au cours de cette formation, nous vous proposons de le décortiquer et de vous offrir les clés pour démarrer un compte professionnel sur le bon pied.

Objectifs de la formation :

- Présentation de Tik Tok (chiffres clés, public cible, particularités,...)
- Des exemples de campagnes Tik Tok réussies dans le tourisme
- Création d'un compte professionnel et son paramétrage
- Fonctionnalités et création de contenus
- Création d'une campagne publicitaire avec TikTok Ads
- Développer son audience, bonnes pratiques.



37. Recruter efficacement dans le secteur touristique



Directeur-trice,
coordinateur-trice,
responsable d'équipe
ou toute personne
amenée à recruter au
sein de son
organisme
touristique



17/11 et 1/12
2 jours
de 9h à 17h



Namur – Form@Nam

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, recruter la bonne personne au bon endroit et au bon moment est devenu un défi important pour beaucoup d'opérateurs touristiques.

Objectifs de la formation :

Cette formation, assortie de nombreux exemples et cas pratiques, vous donnera les clés pour mettre en place un recrutement professionnel, en s'appuyant sur les particularités du secteur touristique.

Contenu / programme :

- Les défis et les enjeux majeurs du recrutement
- La situation du secteur du tourisme et les conséquences de la crise COVID
- La rédaction d'une offre d'emploi attirant le bon candidat
- Le screening préalable des candidatures
- L'entretien de recrutement efficace
- Le recrutement des nouvelles générations
- Les nouvelles techniques du recrutement 3.0 sur le web et les réseaux sociaux
- Les clés pour développer sa marque employeur et la promouvoir
- Exercices pratiques et mises en situation.



38. Twitch et le streaming en ligne, quel intérêt pour les secteurs touristiques et culturels ?



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique ou culturel



22/11
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Avec le Covid, le contenu vidéo en ligne a explosé. Les plateformes de streaming comme Netflix, Disney Plus ou YouTube ont vu leur nombre d'utilisateurs augmenter fortement. Mais une autre plateforme a littéralement battu tous les records : Twitch. Cette plateforme de streaming en direct issue du jeu vidéo a vu son contenu se diversifier, notamment d'un point de vue touristique et culturel. Cette formation a pour but de vous montrer l'intérêt du stream en direct mais aussi de vous expliquer sa mise en œuvre ainsi que les contenus sous-jacents que l'on peut créer après le direct. Tout cela vous permettra de nourrir votre stratégie de communication en créant des contenus multicanaux au départ d'un seul et même contenu.

Objectifs de la formation :

- Présentation du streaming et des plateformes comme Twitch
- Intérêt et perspectives du streaming pour le secteur culturel et touristique
- Quelques applications de streams pertinents pour les secteurs
- Explication et mise en œuvre d'un stream
- Utilisation du contenu créé après le stream (re-montage YouTube, extrait pour Tik Tok).



39. Comment adapter sa stratégie marketing à la génération Z ?



Toute personne
active au sein de son
organisme ou
entreprise touristique



23/11
1 jour
de 9h à 17h



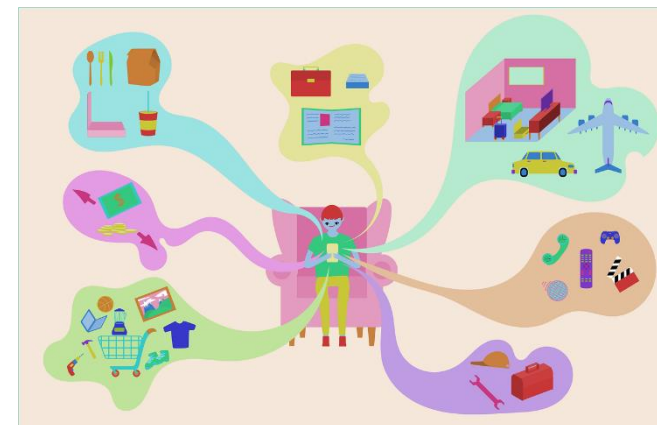
Cdc Tourisme
Marche

La génération Z est la première génération digital-native. Cela la différencie évidemment des générations précédentes dans ses comportements. Une génération aux multiples facettes qui doit être intégrée dans une stratégie touristique spécifique.

Comment les capter et leur donner l'envie de consommer nos produits ? C'est ce que nous essayerons de comprendre et de concevoir lors de cette formation.

Objectifs de la formation :

- Les générations et leurs spécificités
- Les pratiques touristiques et culturelles de la génération Z
- L'accueil, l'attitude, les produits et la communication à adopter pour les capter.



40. Répondre aux avis en ligne et gérer son e-réputation touristique



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique



28/11 et 5/12
2 X ½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Dans un contexte où la qualité de la relation avec la clientèle touristique est un enjeu majeur pour les opérateurs du secteur, les avis et commentaires en ligne des internautes sont des facteurs qui peuvent entraîner des conséquences immédiates sur le comportement d'achat des touristes.

Objectifs de la formation :

- Savoir répondre de façon professionnelle et constructive aux avis ou commentaires en ligne
- Faire de vos avis en ligne un levier important pour fidéliser ou conquérir une nouvelle clientèle touristique.

Contenu / programme :

- Définition de l'e-réputation dans le secteur du tourisme
- Enjeux et impacts de l'e-réputation et identification des opportunités
- Diagnostic de sa réputation en ligne avec un focus sur les plateformes et sites web incontournables pour le secteur touristique
- Compréhension des insatisfactions et des avis négatifs en ligne
- Stratégies de réponses et techniques rédactionnelles efficaces
- Mise en place d'outils de veille active sur le web et les réseaux sociaux
- Trucs et astuces, bonnes pratiques
- Exercices pratiques.



41. Formation en ligne "Organisation du tourisme" pour découvrir le secteur du tourisme



Toute personne
intégrant le secteur
du tourisme



Module accessible en
permanence.
Disponibilité courant
2023 (inscriptions
possibles dès
maintenant)

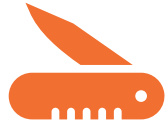


Formation à distance

Un nouveau Mooc en ligne sera bientôt disponible pour les travailleurs, demandeurs d'emploi et étudiants, afin de présenter le secteur du tourisme, son poids économique au niveau mondial, mais également en Wallonie, la présentation des différentes institutions officielles et associations professionnelles, ainsi qu'un portrait des différents secteurs et sous-secteurs : offices de tourisme, hébergements, attractions touristiques et musées, voyagistes ... Ce Mooc est accessible en permanence et peut être consulté de manière modulable. De nombreux petits quizz permettent également de tester ses connaissances. C'est l'outil idéal pour initier les nouveaux collaborateurs / nouvelles collaboratrices à l'univers professionnel du tourisme ou tout simplement rafraîchir sa culture générale !

Objectif de la formation :

- S'initier au secteur du tourisme
- Connaître les institutions touristiques
- Connaître les différents secteurs du tourisme et leurs spécificités.



Formations sur mesure

Vous souhaitez une formation spécifique pour votre entreprise, dans vos locaux, sur votre site ?

Nos activités de formation peuvent être organisées spécifiquement pour vous (groupes de minimum 6 personnes, qui peuvent être de plusieurs structures). Ceci est valable pour **toutes les formations de ce catalogue**, pour toute **thématique que vous souhaiteriez proposer**, ainsi que **d'autres thématiques**, telles que :

- Professionnaliser mes techniques d'accueil
- Accueillir des visiteurs présentant des besoins spécifiques
- Perfectionner mes techniques de vente et de négociation commerciale en tourisme
- Concevoir des activités adaptées aux visiteurs présentant des besoins spécifiques
- ...

Ces formations organisées pour votre structure peuvent par ailleurs être entièrement prises en charge par le Fonds 4S (pour les entreprises de la **CP 329**), ainsi que par le Fonds de formation de la Commission paritaire **333**.

Intéressé.e ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous !



tourisme.info@forem.be

084 24 09 01



CONTACT

Centre de
compétence
forem. tourisme

Parc d'activités du Wex
Rue de la Plaine, 1
6900 Marche-en-Famenne

Tél: 084 24 09 01

Mail: tourisme.info@forem.be

Site web : www.formation-tourisme.be

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :

