

CHEF DE PRODUITS TOURISTIQUES REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

- La certification est composée de 3 blocs de compétences.
- La validation cumulative des 3 blocs est nécessaire à l'obtention de la certification.
- Chaque bloc fait l'objet d'une certification et peut être capitalisé.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc de compétences n° 1 : Conception de produits touristiques			
<p>A1. Analyse des marchés, des tendances de consommation et des gisements d'innovation en vue de la création de produits de tourisme et de loisir</p> <p>A1.1 L'organisation d'une veille économique, technologique et socio-comportementale dans le secteur du tourisme</p> <p>A1.2 L'analyse de marchés touristiques, l'étude des entreprises concurrentes et de leur stratégie produits/prix</p>	<p>En organisant une veille économique, technologique et socio-comportementale dans le secteur du tourisme, analyser les marchés, les tendances de consommation et les gisements d'innovation émergents en lien avec l'offre de voyage, afin de repérer et d'évaluer leurs facteurs d'évolution en vue de la création de produits de tourisme et de loisir.</p> <p>C.1.1.1 Organiser une veille sur les tendances du secteur du tourisme en matière d'usage, de concepts, d'offre produit/service et d'innovation technologique, en sélectionnant les ressources documentaires à consulter et les manifestations professionnelles auxquelles participer, afin d'en repérer les facteurs d'évolution et d'évaluer leur impact sur le marché.</p> <p>C.1.2.1 Analyser des données socio-économiques sur les marchés touristiques français et internationaux, en s'appuyant sur des études existantes ou en réalisant ses propres études,</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Proposition d'innovations pour des produits touristiques en fonction des tendances et évolutions du marché</p> <p><i>A partir d'études de marchés, d'enquêtes ou de données professionnelles, les candidats réalisent d'une note de synthèse de l'analyse des marchés avec préconisations d'innovations sur les produits, les destinations et leur commercialisation.</i></p>	<p><i>En relation avec la compétence C.1.1.1 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la recherche documentaire : <ul style="list-style-type: none"> - les sources d'information sélectionnées sont complémentaires, - les sources d'information sélectionnées sont fiables et recoupées, - les données de référence sur les différents marchés sont identifiées. <p><i>En relation avec les compétences C.1.2.1 & C.1.2.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse économique : <ul style="list-style-type: none"> - les données chiffrées collectées donnent lieu à une qualification

			<ul style="list-style-type: none"> - les résultats attendus et bénéfiques possibles sont clairement évalués et présentés, - les opportunités de nouvelles destinations sont présentées et justifiées, - les innovations sur les canaux de distribution et de commercialisation sont présentées et justifiées - les axes d'amélioration et d'innovation pour des produits touristiques en vue de leur adaptation à des évolutions de marchés sont présentés et justifiés.
<p>A2. Conception de produits touristiques pour des tours opérateurs, des agences et des clients particuliers</p> <p>A2.1 L'analyse de demandes clients, sous la forme de cahier des charges ou d'entretiens de découverte</p>	<p>En s'appuyant sur l'analyse des demandes exprimées par des clients directs ou indirects, concevoir des produits touristiques s'inscrivant dans une logique de développement durable et favorisant la mobilité des publics en situation de handicap pour des tours opérateurs, des agences ou des clients particuliers, en élaborant des concepts et programmations de séjours correspondant à leurs attentes et en évaluant le potentiel commercial du produit.</p> <p>C.2.1.1 Analyser la demande émise par un client pour la création d'un produit touristique, en identifiant et interprétant ses attentes exprimées sous la forme d'un cahier des charges ou dans le cadre d'un entretien de découverte, afin de qualifier le profil de la clientèle cible, de définir ses besoins et exigences et d'évaluer les contraintes résultant de ses moyens et possibilités, en termes de budget, de calendrier et de durée de séjour.</p> <p>C.2.1.2 Valider avec le client les caractéristiques et objectifs du produit touristique à créer, en vérifiant auprès de lui la justesse des analyses et interprétations opérées, afin de définir le positionnement du produit et ses contraintes spécifiques.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Conception d'un produit touristique pour une agence de voyage, un tour opérateur ou un client particulier</p> <p><i>A partir de la demande d'un client particulier, d'une agence ou d'un tour opérateur, concernant la création d'un produit touristique, les candidats doivent imaginer et proposer un concept de séjour ou de forfait touristique répondant aux différentes problématiques présentées.</i></p> <p><i>Ils présentent un programme schématique et la cotation.</i></p>	<p><i>En relation avec les compétences C.2.1.1 & C.2.1.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse de la demande/besoin du client : <ul style="list-style-type: none"> - les attentes exprimées par le client sont correctement repérées, - les attentes implicites du client sont correctement détectées, - les caractéristiques du client sont définies, - le besoin du client est reformulé, - les exigences et contraintes du client sont identifiées de façon exhaustive et correctement évaluées, - l'interprétation de la demande du client est matérialisée par la préfiguration du produit/service à développer.

<p>A2.2 L'élaboration du concept de produits et des composantes de l'offre</p>	<p>C.2.2.1 Elaborer un concept de produit touristique correspondant aux attentes et besoins du client, en identifiant ses destinations et activités constitutives en fonction des potentialités et caractéristiques du territoire, afin d'établir une proposition originale, attractive et satisfaisant ses exigences.</p> <p>C.2.2.2 Formuler des solutions de voyage et de séjour s'inscrivant dans une logique de développement durable et équitable, en prenant en compte les considérations éthiques et environnementales formulées ou non par son client, afin de privilégier dans la mesure du possible des mobilités sobres et d'élaborer des activités et des modalités de voyage et d'excursions respectueuses des écosystèmes et des cultures locales.</p> <p>C.2.2.3 Rechercher des solutions de voyage et de séjour compatibles avec les publics en situation de handicap, en prenant en considération les contraintes liées à leurs spécificités, afin de favoriser leur mobilité et de garantir leur accès à l'offre touristique.</p> <p>C.2.2.4 Identifier les risques liés à la réalisation du produit touristique, en tenant compte des facteurs d'instabilité géopolitiques, économiques et climatiques, afin d'en anticiper les éventuels impacts et d'assurer le niveau d'information du client en la matière.</p>	<p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.2.2.1 à C.2.2.4 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du concept du produit élaboré en réponse à la demande client : <ul style="list-style-type: none"> - les exigences et contraintes du cahier des charges du client sont prises en compte, respectées et/ou solutionnées, - les problématiques liées au handicap et aux questions d'accessibilité sont prises en compte et solutionnées, - l'empreinte carbone liée au produit est calculée et des solutions d'économie et de sobriété sont formulées, - le produit est conçu dans le respect des intérêts socio-économiques des populations locales, - le produit est conçu dans le respect de la préservation des cultures, paysages et de la diversité écologique locale, - le concept du produit est original et différenciant, - les facteurs environnementaux (géopolitique, climat...) et les risques associés sont identifiés et prévenus.
<p>A2.3 L'élaboration des programmes de séjours et la formalisation de la proposition de produit</p>	<p>C.2.3.1 Définir le programme des visites, activités et excursions constitutives du produit touristique, en tenant compte des contraintes temporelles, budgétaires et géographiques, afin de composer un séjour répondant aux aspirations du client.</p> <p>C.2.3.2 Etablir une proposition de produit touristique formalisée, en prévoyant différentes options et programmations et en s'assurant du respect du cahier des</p>		<p><i>En relation avec les compétences C.2.3.1 & C.2.3.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la programmation et de la proposition : <ul style="list-style-type: none"> - les atouts du produit sont mis en valeur, - le choix du produit est justifié,

<p>A2.4 La cotation de produits touristiques et l'estimation de leur potentiel de ventes</p>	<p>charges ou de la demande exprimée initialement, afin de la présenter au client ou à sa hiérarchie et de valider l'offre et son packaging.</p> <p>C.2.4.1 Evaluer le potentiel commercial du produit touristique, en calculant son coût de production et en produisant l'estimation de ses ventes au regard de sa cible, afin de vérifier sa faisabilité, sa rentabilité et ses conditions de réalisation.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - le produit tient compte de la clientèle ciblée, - la présentation du produit est complète (visite, hébergement, pension, activités...), - le programme schématique est bien présenté, - le programme des visites et des activités est cohérent (timing, clients ciblés, attentes, prix). <p><i>En relation avec la compétence C.2.4.1 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisme de l'estimation des coûts et dimensionnement du produit : <ul style="list-style-type: none"> - la cotation du produit est correcte, - le potentiel de ventes est correctement estimé au regard du marché et des spécificités du produit, - la faisabilité du produit est vérifiée, - la rentabilité du produit est correctement estimée.
--	--	--	---

Bloc de compétences n° 2 : Développement de produits touristiques

<p>A3. Construction et positionnement de produits touristiques</p> <p>A3.1 L'élaboration de cahiers des charges pour la fourniture des composantes du produit touristique</p> <p>A3.2 La recherche de prestataires et fournisseurs des différentes composantes du produit touristique</p> <p>A3.3 La sélection de prestataires et fournisseurs, la négociation et la contractualisation de leurs contributions</p>	<p>En élaborant les cahiers des charges permettant de cadrer les prestations attendues et en définissant des critères de choix conjuguant impératifs économiques, qualité et engagement sociétal et environnemental, construire et positionner des produits touristiques sur le marché, en mettant en œuvre les actions de recherche, de sélection et de négociation avec les fournisseurs de leurs composantes, afin de distribuer une offre de services touristiques rentable financièrement.</p> <p>C3.1.1 Rédiger des cahiers de charges à destination de fournisseurs potentiels des composantes de produits touristiques, en détaillant les attendus et exigences en lien avec les prestations recherchées, afin de cadrer et d'optimiser leur processus d'achat.</p> <p>C.3.2.1 Rechercher les fournisseurs potentiels des différentes composantes de produits touristiques, en s'informant de leur offre de services et de leur gamme de prestation et en dirigeant ou réalisant des visites d'infrastructures et de sites pour évaluer des qualités de services et d'hébergement, afin de disposer d'un large éventail de possibilités et d'opérer une sélection et un choix satisfaisant ses exigences de qualité et de prix.</p> <p>C.3.3.1 Mettre en concurrence les fournisseurs potentiels des composantes de produits touristiques, en organisant et diffusant des appels d'offres, afin d'obtenir des propositions de prestations formalisées et comparables.</p> <p>C.3.3.2 Sélectionner les fournisseurs pour la délivrance de composantes de produits touristiques, en choisissant les offres répondant favorablement à ses critères et exigences de qualité, de prix et de développement durable, afin de disposer</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Structuration et estimation des conditions de rentabilité d'un produit touristique</p> <p><i>A partir d'une étude de cas, les candidats sont chargés de monter une production sur une destination avec la mise en place d'une chaîne charter.</i></p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p>	<p><i>En relation avec la compétence C.3.1.1 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité de la préparation du processus d'achat restitué par un cahier des charges décrivant la composante du produit touristique attendue : <ul style="list-style-type: none"> la prestation recherchée est présentée avec un niveau d'information suffisant, les exigences de qualité, capacités et délai sont spécifiées et intègrent les considérations éthiques, sociétales et environnementales, les contraintes liées à la délivrance de la prestation sont explicitées. <p><i>En relation avec les compétences C.3.2.1, C.3.3.1 & C.3.3.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Pertinence de la sélection des prestataires opérée : <ul style="list-style-type: none"> les capacités des prestataires potentiels sont évaluées au regard de critères objectifs associant dimensions qualité, délai, éthique et développement durable, les critères de choix définis sont en cohérence avec les exigences spécifiées dans le cahier des charges, l'évaluation des prestataires est objective et correcte, la sélection des prestataires est justifiée et argumentée.
---	---	--	---

<p>A3.4 La détermination des prix de vente du produit touristique</p>	<p>des ressources permettant la commercialisation de produits touristiques.</p> <p>C.3.3.3 Négocier des contenus, des niveaux et des prix de prestations avec les fournisseurs sélectionnés, en veillant au respect des niveaux de marge définis, afin d'obtenir des prestations adaptées aux caractéristiques de marchés ciblés (français et étrangers) et garantissant un niveau de rentabilité suffisant.</p> <p>C.3.3.4 Participer à la contractualisation du marché avec les fournisseurs des composantes de produits touristiques en lien avec un service juridique, en analysant et en contrôlant la conformité et le contenu des contrats au regard des clauses et accords négociés, afin de garantir un engagement mutuel entre les deux parties et de sécuriser la fourniture des prestations.</p> <p>C.3.4.1 Etablir la tarification de produits touristiques, en calculant les coûts de production au regard des différents postes de dépense et en déterminant les seuils de rentabilité en fonction de ses impératifs de marge et du volume d'affaires escompté, afin de garantir leur viabilité et leur rentabilité.</p> <p>C.3.4.2 Construire des tableaux financiers, afin de piloter et contrôler des coûts de production de produits touristiques en fonction de la saisonnalité.</p>		<p><i>En relation avec la compétence C.3.3.3 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la démarche de négociation avec un prestataire sélectionné : <ul style="list-style-type: none"> - les différents éléments négociables sont identifiés, - les marges de manœuvre et de discussion sont définies et délimitées, - les leviers de discussion et de négociation sont identifiés, - une méthodologie de négociation est présentée, - l'argumentaire support à la négociation est convaincant. <p><i>En relation avec la compétence C.3.3.4 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conformité du contrat d'achat de bien ou service : <ul style="list-style-type: none"> - les différentes clauses du contrat sont vérifiées, - les différents accords négociés sont respectés, - le contrat est conforme à la réglementation commerciale, - le contrat sécurise la transaction. <p><i>En relation avec les compétences C.3.4.1 & C.3.4.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Exactitude de l'estimation des coûts de production et de rentabilité : <ul style="list-style-type: none"> - les éléments à intégrer dans le calcul des tarifs de commercialisation ont bien été identifiés,
---	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> - le calcul des coûts de production du produit a été réalisé correctement, - le calcul des taux de marges est correctement réalisé, - la chaîne charter est mise en place en fonction de la saisonnalité, - le nombre de rotation est défini et justifié sur l'affrètement aérien, - la commission de distribution, a été calculée et justifiée - le prix de vente a bien été fixé et justifié en fonction du taux de remplissage et de la saisonnalité.
<p>A4. Conception des outils et actions de communication et de promotion de produits touristiques en vue de leur commercialisation</p> <p>A4.1 L'élaboration de contenus rédactionnels et multimédias de présentation des produits touristiques</p>	<p>En sélectionnant les formats et supports à mobiliser au regard de la cible client et des canaux de distribution en élaborant des éléments visuels et rédactionnels valorisants, concevoir les outils et actions de communication et de promotion physiques et digitaux de produits touristiques, afin d'optimiser leurs conditions de commercialisation et de favoriser leur rencontre avec le public.</p> <p>C.4.1.1 Définir une stratégie de présentation, de promotion et de communication adaptée à des produits touristiques et à leur clientèle cible, en sélectionnant les supports et canaux en adéquation avec les publics visés et les attentes de l'opérateur, afin d'optimiser ses conditions de mise en marché.</p> <p>C.4.1.2 Elaborer des contenus rédactionnels de présentation de produits touristiques en français et en anglais, en valorisant leurs avantages et éléments différenciants et en adaptant son écriture au public visé et au format du support de communication (physique ou digital), afin de diffuser des informations attractives sur les produits.</p> <p>C.4.1.3 Sélectionner les visuels, éléments iconographiques et vidéos de présentation de produits touristiques, en veillant à</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Conception des supports de communication et de promotion pour la commercialisation de produits touristiques</p> <p><i>A partir d'une étude de cas sous la forme d'un cahier des charges, les candidats doivent proposer la stratégie globale de présentation du produit touristique et réaliser les différents supports physiques et digitaux qui le valorisent. Les candidats présentent leur production à l'oral en déclinant un argumentaire de vente destiné à une équipe de commerciaux.</i></p>	<p><i>En relation avec la compétence C.4.1.1 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la stratégie de communication du produit touristique proposée : <ul style="list-style-type: none"> - les caractéristiques du produit touristique et son positionnement sont identifiés avec justesse, - la ou les cible(s) du produit touristique est(sont) définie(e) correctement et caractérisée(s), - le choix des canaux de communication à utiliser est adapté au public ciblé, - les canaux et supports de communication choisis sont complémentaires, - le choix des canaux et supports de communication optimise les potentiels de l'environnement digital, - la stratégie prévoit les modalités de référencement digital du produit

<p>A4.2 La réalisation de supports de communication imprimés de valorisation de produits touristiques</p>	<p>l'expression des ambiances, émotions et sensations qui leur sont attachées, afin d'illustrer la promesse des produits touristiques et de susciter le désir des acheteurs potentiels.</p> <p>C.4.2.1 Réaliser les supports de communication physiques de produits touristiques (plaquettes, brochures...) en lien avec le service dédié, en validant l'articulation des éléments de présentation visuels et rédigés et en s'assurant de la qualité et de l'attractivité du document final, afin de diffuser au public les informations favorisant leur commercialisation.</p> <p>C.4.2.2 Réaliser les supports de communication numériques de produits touristiques (page internet, applications mobiles, réseaux sociaux...), en exploitant les ressources offertes par les nouvelles technologies (son, vidéo, réalité virtuelle) et en adaptant les éléments rédactionnels et iconographiques à ce format spécifique, afin de diffuser au public les informations favorisant leur commercialisation.</p>	<p><i>Au moins un des supports est réalisé en anglais. La présentation orale de l'argumentaire de vente est accomplie en français.</i></p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite, visuelle et orale</p>	<p>touristique en vue d'optimiser sa visibilité.</p> <p><i>En relation avec les compétences C.4.1.2, C.4.1.3, C.4.2.1, C.4.2.2 & C.4.3.1 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité des supports de communication physiques et digitaux réalisés : - les exigences du cahier des charges sont respectées, - le niveau d'information est suffisant, - les contenus rédactionnels sont valorisants et attractifs, - les contenus rédactionnels sont adaptés au format du support et à la cible visée, - les contenus rédigés en anglais sont syntaxiquement corrects, - le choix des visuels et illustrations est justifié et contribue à la valorisation et l'attractivité du produit touristique, - la charte graphique du support – physique ou digital – est en adéquation avec le positionnement du produit touristique, - les possibilités offertes par le digital sont exploitées et les supports digitaux articulent texte, images, sons et vidéos.
<p>A4.3 La mise en ligne des promotions de produits sur des supports Internet et multimédias</p>	<p>C.4.3.1 Assurer la mise en ligne de produits touristiques sur les canaux digitaux, en sélectionnant les sites de référencement sur lesquels les positionner et en mettant en œuvre les techniques de référencement naturel, afin d'optimiser leur visibilité.</p>		
<p>A4.4 La formation des commerciaux et distributeurs chargés de promouvoir les produits touristiques auprès des clients</p>	<p>C.4.4.1 Elaborer des argumentaires commerciaux adaptés aux produits touristiques, en sélectionnant leurs points forts et avantages au regard de leur clientèle cible, afin de transmettre aux équipes chargées de leur distribution des éléments convaincants pour les commercialiser.</p>		<p><i>En relation avec les compétences C.4.4.1 & C.4.4.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'argumentaire commercial et de sa présentation :

	<p>C.4.4.2 Former les équipes commerciales à la vente de produits touristiques, en leur présentant les concepts et déroulés des séjours concernés et en les mettant en condition de s'approprier des argumentaires de vente, afin de favoriser la réussite commerciale de chaque produit.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - les points forts et éléments différenciants du produit touristique sont identifiés et valorisés, - les arguments sont conçus et adaptés au regard du public ciblé, - l'argumentaire est clair et accessible, - l'expression est correcte et le niveau de langage et d'expression est adapté au contexte, - la présentation est claire et accessible, - les techniques de présentation utilisées permettent par la compréhension, l'acquisition et l'appropriation des arguments commerciaux.
--	---	--	---

Bloc de compétences n° 3 : Suivi, évaluation et pilotage du cycle de vie de produits touristiques

A5. Suivi, évaluation et pilotage du cycle de vie de produits touristiques	En définissant et en mettant en œuvre les conditions et outils permettant de maintenir le lien avec les clients et de contrôler le déroulement des voyages et séjours, suivre le cycle de vie de produits touristiques, en évaluant leur réussite au regard de la satisfaction des clients et des volumes d'affaires générés, afin de déterminer les adaptations ou évolutions permettant d'en optimiser l'attractivité et la rentabilité.	Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :	<i>En relation avec les compétences C.5.1.1 & C.5.2.1 :</i>
A5.1 L'animation de la relation avec ses clients durant leur séjour	C.5.1.1 Définir les modalités de relations à entretenir avec les clients tout au long de leur voyage, en déterminant la fréquence des échanges et les outils de communication à mobiliser, afin de maintenir avec eux un contact régulier permettant de s'assurer du déroulement de leur séjour.	<p>Suivi d'un produit touristique</p> <p><i>A partir d'une étude de cas, les candidats élaborent les conditions et outils de suivi d'un voyage et construisent les modalités d'une enquête de satisfaction.</i></p> <p><i>A partir d'éléments chiffrés fictifs, ils évaluent la qualité du déroulement d'un voyage en fonction des retours émis par les clients ; à partir d'éléments chiffrés fictifs, ils évaluent la réussite économique et la rentabilité du produit touristique.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des modalités de suivi et de communication avec le client : <ul style="list-style-type: none"> - le choix des canaux de communication avec le client durant son séjour est justifié, articule plusieurs modalités et exploite les ressources digitales (e-mail, application mobile...), - la fréquence et la régularité des échanges prévus avec le client permettent d'assurer un suivi suffisant et de favoriser l'anticipation des aléas, - les différents points de contrôle et d'attention concernant le séjour du client sont définis.
A5.2 Le contrôle du déroulement du séjour et de la qualité des prestations proposées	C.5.2.1 Contrôler à distance le déroulement du voyage, en vérifiant la conformité des prestations constitutives du produit touristique délivrées et en trouvant les solutions à mettre en œuvre au regard des aléas et de la survenue d'éventuels problèmes, afin d'assurer le respect des engagements qualité pris vis-à-vis des clients.	<p><i>En fonction de leurs analyses, les candidats proposent les ajustements et/ou évolutions à apporter au produit pour améliorer ses ventes.</i></p>	<p><i>En relation avec les compétences C.5.3.1 & C.5.3.2 :</i></p>
A5.3 Le suivi et l'évaluation de la satisfaction des clients	<p>C.5.3.1 Elaborer les modalités et outils de mesure de la satisfaction des clients du produit touristique, en déterminant les critères et indicateurs pertinents au regard de ses spécificités et en choisissant les méthodes d'enquête et de collecte d'informations adéquates, afin de permettre une évaluation objective de la qualité du produit.</p> <p>C.5.3.2 Evaluer la satisfaction des clients du produit touristique, en analysant leurs avis exprimés sur les réseaux sociaux, par le biais d'échanges informels et d'enquêtes</p>	<p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'enquête de satisfaction client : <ul style="list-style-type: none"> - le choix de la méthode et du format d'enquête est présenté et argumenté, - les critères de satisfaction client sont clairement définis et mesurables, - les critères sont traduits en indicateurs factuels et objectifs, - les critères intègrent les dimensions quantitatives et qualitatives,

<p>A5.4 Le suivi, l'animation et la dynamisation des ventes du produit touristique</p>	<p>dématérialisées, afin d'identifier les points forts et les axes d'amélioration du produit.</p> <p>C.5.3.3 Déterminer les adaptations et/ou évolutions à apporter au produit touristique, en s'appuyant sur les résultats des enquêtes de satisfaction et retours des clients, afin de contribuer à son amélioration continue et de favoriser sa réussite commerciale.</p> <p>C.5.4.1 Mettre à jour les données chiffrées et statistiques liées aux ventes du produit touristique, en saisissant dans un outil informatique dédié les éléments relatifs au chiffre d'affaires généré, aux marges et au taux de remplissage, afin de disposer des informations objectives permettant l'estimation de sa réussite et de sa rentabilité, et la vérification de la justesse de son positionnement.</p> <p>C.5.4.2 Déterminer les évolutions commerciales et marketing du produit touristique à mettre en œuvre, en s'appuyant sur l'analyse de ses indicateurs de vente et de performance et en formulant les solutions appropriées (évolution de la tarification, repositionnement au regard de la cible client, promotions, vente flash...), afin de dynamiser ses ventes et de garantir son niveau de rentabilité.</p> <p>C.5.4.3 Etablir le bilan qualitatif et quantitatif du produit touristique, en croisant l'analyse de sa performance économique et de la satisfaction des clients, afin de proposer à sa direction le maintien, l'évolution ou l'arrêt de sa commercialisation compte tenu de sa maturité et de ses perspectives de développement.</p>		<p>- l'enquête est formalisée dans un questionnaire dématérialisé, - le choix des questions posées aux clients est en cohérence avec les critères définis, - les données à collecter sont visualisables.</p> <p><i>En relation avec les compétences C.5.3.3, C.5.4.1, C.5.4.2 & C.5.4.3 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Justesse de l'évaluation de la qualité et de la rentabilité du produit touristique : <p>- les indicateurs et données chiffrées sont correctement analysés et interprétés, - les points forts avérés et ayant donné satisfaction du produit touristique sont correctement identifiés, - les faiblesses et points d'amélioration du produit touristique sont correctement identifiés, - la réussite commerciale du produit touristique est correctement évaluée en croisant plusieurs indicateurs (volumes, marges...), - les solutions d'évolution, de repositionnement et de redynamisation des ventes du produit touristique sont justifiées et argumentées.</p>
--	---	--	---