

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1: GÉRER UN PROJET EVENEMENTIEL			
<p>A 1.1 Conception d'un évènement grand public ou professionnel</p>	<p>C 1.1 A partir du cahier des charges du client, des directives de la direction ou du service commercial, analyser et hiérarchiser les attendus en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente</p> <p>C 1.2 Concevoir un événement en intégrant dans la réflexion les dimensions de développement durable et d'accessibilité au public en situation de handicap, et les tendances en matière d'innovation du secteur événementiel</p> <p>C 1.3 Identifier et interroger les prestataires répondant aux besoins humains, techniques et logistiques dans l'objectif d'obtenir les devis correspondants</p> <p>C 1.4 Analyser les devis des prestataires et définir le budget du projet d'évènement</p> <p>C.1.5 Participer à la rédaction de la solution événementielle qui sera présentée au client</p>	<p>Etude de cas composée de plusieurs cas pratiques - examen écrit - individuel</p> <p>M1.1 à M1.5: A partir d'un cahier des charges client, réel ou fictif, d'une entreprise souhaitant organiser un événement, le participant conçoit et présente à l'aide d'outils bureautiques un projet événementiel grand public ou professionnel détaillé.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à comprendre les besoins et les attentes du client pour les traduire en une solution événementielle adaptée, dans le respect de l'enveloppe budgétaire.</p>	<p>Critères d'évaluation M1.1 à M1.5:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins du client sont synthétisés et correctement identifiés - Les contraintes budgétaires associées sont prises en compte - Les moyens financiers nécessaires sont cohérents avec les moyens financiers mobilisables - Les ressources humaines, techniques et logistiques nécessaires sont cohérentes avec les ressources mobilisables - la dimension durable est prise en compte dans la conception de l'évènement en limitant l'impact de l'empreinte carbone, l'impact sur les populations locales et sur l'environnement. - l'accessibilité au public en situation de handicap est prise en compte dans les choix des prestations avec d'éventuelles alternatives proposées - La présentation du projet événementiel sur le fond est structurée et le niveau d'information est adapté - La présentation couvre l'ensemble du spectre de l'évènement - La présentation dans sa forme est qualitative: rédaction soignée, illustrations, infographie

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

<p>A1.2 Planification et coordination d'un évènement grand public ou professionnel</p>	<p>C1.6 Réaliser le rétro planning de l'évènement à l'aide d'outil de gestion de projet en attribuant les différentes tâches de réalisation de l'évènementiel aux collaborateurs de l'équipe et en définissant leurs chronologies dans le but d'organiser sa mise en oeuvre</p> <p>C1.7 Communiquer avec les collaborateurs en présentiel ou à distance, via des outils adaptés et en prenant en compte les éventuelles spécificités d'un collaborateur en situation de handicap, dans l'optique d'optimiser l'atteinte des objectifs</p> <p>C1.8 Contractualiser avec les prestataires sélectionnés pour sécuriser la qualité, le coût et délai de livraison des prestations attendues sur l'évènement</p> <p>C1.9 Coordonner l'organisation de l'évènement selon le plan de mise en oeuvre de l'évènement et traiter les risques pouvant entraver sa réalisation pour en assurer son déroulement</p> <p>C1.10 Suivre le budget alloué au projet en apportant des actions correctives pour réduire les écarts constatés et maintenir l'équilibre budgétaire</p>	<p>Etude de cas composé de plusieurs cas pratiques - examen écrit - individuel ou collectif</p> <p>M1.6 à M1.10: A partir d'un cas réel ou fictif de projet d'évènement et d'équipe projet constituée, le participant produit un dossier de mise en oeuvre comprenant un rétro-planning de l'organisation de l'évènement avec assignation des tâches au membre de l'équipe projet, définition des outils de suivi et des moyens de communication avec l'équipe projet et création d'un tableau de bord de suivi financier du projet</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à séquencer et coordonner l'organisation de l'évènement et de l'équipe projet, et de maîtriser le suivi du budget alloué.</p>	<p>Critères d'évaluation M1.6 à M1.10:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'organisation de l'évènement est découpée en séquences - Les différentes étapes de réalisation du projet d'évènement sont conceptualisées et articulées de manière logique dans leurs chronologies - Le rétro-planning envisagé est complet et couvre l'ensemble des étapes de réalisation de l'évènement - Les étapes sont découpées en tâches assignées à un ou plusieurs collaborateurs internes ou externes (prestataires) - L'assignation des tâches est cohérente et réalisable - Les outils de suivi et de communication pour l'équipe projet sont identifiés, adaptés et pertinents - Le tableau de suivi du budget est construit de manière à permettre d'identifier d'éventuels écarts
--	--	--	---

BLOC 2: PRODUCTION DE PRODUITS ET SERVICES TOURISTIQUES

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

<p>A 2.1 Conception de produits et services touristiques</p>	<p>C2.1 Participer à l'analyse des produits et services touristiques existants selon différents critères définis avec sa hiérarchie (satisfaction client, rentabilité, saisonnalité, risques sanitaires, politiques ou climatiques...) dans l'objectif d'identifier les points d'amélioration de l'offre existante</p> <p>C2.2 Participer à la veille des tendances, des pratiques et usages dans le secteur du tourisme et des voyages avec des outils adaptés dans l'objectif de détecter des opportunités de développement de nouveaux produits/services</p> <p>C2.3 Concevoir ou améliorer un nouveau produit ou service touristique en adéquation avec la stratégie de positionnement/ de marque de son entreprise en intégrant dans la réflexion les dimensions de développement durable et d'accessibilité au public en situation de handicap</p>	<p>Etude de cas composée de plusieurs cas pratiques - examen écrit - individuel</p> <p>M2.1 à M2.3: A partir de données qualitatives et quantitatives, réelles ou fictives, concernant un produit ou service touristique d'un tour-opérateur, d'une agence réceptive ou d'un territoire, ainsi que de données professionnelles et d'articles de presse sur les tendances et évolutions du marché, le participant rédige une note d'opportunité concernant</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'amélioration d'un produit ou service touristique existant - la création d'un nouveau produit ou service touristique <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à analyser des données de différentes natures dans le but d'améliorer une offre touristique existante, comme de concevoir une offre touristique innovante et différenciante en adéquation avec la stratégie de marque de l'opérateur touristique ou du territoire.</p>	<p>Critères d'évaluation M2.1 à M2.3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les forces et faiblesses du produit ou du service touristique concerné sont caractérisées et le diagnostic est argumenté - L'analyse des articles de presse ou des données professionnelles est qualitative et mise en perspective - Les choix des pistes d'amélioration du produit ou service touristique sont pertinentes - Le type de nouveau produit envisagé est adapté à une nouvelle tendance du marché - les problématiques d'accessibilité PMR sont abordées et prises en compte dans la conception - des suggestions pour limiter l'empreinte carbone, pour respecter les populations locales, et préserver l'environnement sont formulées - le positionnement de la marque de l'entreprise ou du territoire est respecté
<p>A 2.2 Production de produits et services touristiques</p>	<p>C2.4 Rechercher des prestataires (hébergeur, transporteur, réceptifs...) parmi les prestataires</p>	<p>Etude de cas - examen écrit - en groupe</p>	<p>Critères d'évaluation M2.4 à M2.7</p>

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

	<p>référencés de l'entreprise ou identifier de nouveaux prestataires en adéquation avec les prestations recherchées</p> <p>C2.5 Négocier les achats de prestations auprès des nouveaux prestataires ou de prestataires référencés en appliquant la stratégie tarifaire de l'entreprise afin d'assurer un niveau de rentabilité satisfaisant</p> <p>C2.6 Contractualiser, ou participer à la contractualisation avec les prestataires sélectionnés avec l'appui du service juridique de l'entreprise si besoin, pour sécuriser les termes de l'accord négocié</p> <p>C2.7 Établir les grilles tarifaires du produit ou service touristique en y intégrant, en application de la politique tarifaire de son entreprise, les différents facteurs de modularité (canal de vente, saisonnalité, nb de pax, ...)</p>	<p>M2.4 à M2.7: A partir d'une note d'opportunité pour la création d'un nouveau produit ou service touristique, les participants doivent construire pour un opérateur touristique ou un territoire le produit ou le service touristique correspondant en restituant dans un dossier écrit la méthodologie appliquée, l'argumentaire des choix effectués et la présentation finale du nouveau produit ou service touristique.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à construire avec méthode un produit ou service touristique correspondant à la typologie de produit attendu (gamme de produit/service, type de prestations assemblées, prestataires sélectionnés, tarifs...),</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les prestations à assembler sont correctement identifiées - la méthodologie globale de production appliquée est détaillée et adaptée - Les critères de recherche de prestataires sont pertinents au regard de la note d'opportunité - Les prestations sélectionnées sont cohérentes avec celles-ci (typologie de l'offre, gamme de prestations et de tarifs) - La dimension durable est prise en compte dans les choix des prestations afin de limiter l'impact de l'empreinte carbone, l'impact sur les populations locales et sur l'environnement. - L'accessibilité au public en situation de handicap est prise en compte dans les choix des prestations avec d'éventuelles alternatives proposées - La tarification est cohérente et prend en compte les facteurs de modularité (saisonnalité, nb de pax, prestations en option...)
--	---	---	--

BLOC 3: PROMOTION DE PRODUITS ET SERVICES VOYAGES, DÉPLACEMENTS OU ÉVÉNEMENTIELS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

<p>A 3 - Mise en oeuvre d'actions de promotion pour un produit/service voyages, déplacements ou évènementiel en application du plan marketing/communication</p>	<p>C3.1 Créer ou mettre à jour les documents de communication présentant les produits ou service voyages, déplacements ou évènementiel (fiche produit, brochure et plaquette, newsletter), avec des informations, infographies, photos, vidéos adaptées aux supports de diffusion (numérique ou papier) et au destinataire final (diffusion au grand public ou au service commercial ou aux partenaires distributeurs ou partenaires affiliés)</p> <p>C3.2 Appliquer aux pages web créées ou mises à jour les principales techniques de référencement naturel (SEO) en utilisant les outils basiques du SEO</p> <p>C3.4 Rédiger des contenus rédactionnels et multimédias dans des formats adaptés (posts, stories, reels) autour des produits ou services voyages, déplacements ou évènementiels afin d'animer la communication social média</p> <p>C3.5 Rédiger un contenu rédactionnel de type dossier de presse ou communiqué de presse autour d'un produit ou service voyages, déplacements ou un évènement afin de créer ou entretenir les relations presse</p> <p>C3.6 Maintenir le tableau de bord des indicateurs de performance pour les actions de promotion conduites afin de pouvoir transmettre ces données à sa hiérarchie</p>	<p>Etude de cas composée de plusieurs cas pratiques - examen écrit - individuel</p> <p>M3.1 à M3.5: Dans le but d'en permettre la promotion, et à partir d'un "brief" de produit/service touristique, ou d'un "brief" d'évènement, ou d'un "brief" de produit/service lié aux déplacements d'affaires, le participant réalise avec des outils bureautiques des documents de communication , et un tableau de bord pour reporter l'impact de ces actions de promotion.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à traduire le brief produit ou service en éléments de communication attractifs contribuant à la promotion de ceux-ci. Il s'agit également d'évaluer sa capacité à utiliser l'ensemble des canaux disponibles en fonction des cibles à atteindre.</p>	<p>Critère d'évaluation M3.1 à M3.5:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les contenus rédactionnels et multimédias correspondent au brief - Les contenus rédactionnels et multimédias sont attractifs et valorisent le produit, le service ou l'évènement - Les contenus rédactionnels et multimédias sont adaptés au type de support et au destinataire ciblé - les canaux et supports de communication choisis sont complémentaires et créent un équilibre pertinent - Les contenus dédiés aux pages webs prennent en compte les techniques basiques du référencement naturel - Les canaux et supports de communication choisis sont adaptés à la pluralité des cibles: grand public, partenaires commerciaux, presse... - Le tableau de suivi des retombées des actions de promotion permet est exhaustif et couvre l'ensemble de celles-ci
---	---	---	---

BLOC 4: COMMERCIALISATION DE PRODUITS ET SERVICES VOYAGES DÉPLACEMENTS OU ÉVÉNEMENTIELS ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

<p>4.1 - Développement de la clientèle cible d'un produit/service voyages, déplacements ou événementiel en application du plan d'action commerciale</p>	<p>C4.1 Conduire ou coordonner des actions de conquête auprès des différents profils de clientèle ciblés en utilisant des techniques de prospection physique (salons, phoning, mailing, visite terrain....) ou digitale (social selling) et dans l'objectif de développer le portefeuille clients</p> <p>C4.2 Proposer un produit/service voyage, déplacements ou un événement en adéquation avec les attentes du prospect sous forme de proposition commerciale et accompagner le prospect dans sa prise de décision jusqu'à l'acte d'achat</p> <p>C4.3 Maîtriser les bases de la comptabilité d'entreprise pour s'assurer du bon établissement des documents requis (devis, bon de commande ou contrat, factures et avoirs) en lien avec le service comptabilité ou administratif en fonction des ventes de produits ou services voyages, déplacements ou d'évènements réalisées</p>	<p>Mise en situation professionnelle - épreuve orale - en groupe</p> <p>M4.1 à M4.3: A partir d'un panel de produits ou services liés au voyages de loisirs, au voyage d'affaires à l'évènementiel, et d'une typologie de prospect/client, le participant doit présenter les produits ou services les mieux adaptés. Il argumente ensuite ses propositions de produits ou services en répondant aux questions du client/prospect ou à ses objections.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à conduire un entretien de vente en s'appropriant les descriptifs des produits et services donnés dans l'objectif d'aboutir à l'acte d'achat.</p>	<p>Critères d'évaluation M4.1 à M4.3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'entretien de vente est correctement mené et intègre les techniques commerciales - Les produits ou services sélectionnés parmi le panel d'offres sont adaptés à la typologie du prospect/client - L'argumentation est correctement séquencée, et de manière logique - Les informations données sont claires et permettent aux clients prospect/client de se projeter dans l'utilisation du produit ou du service, et d'en cerner la valeur ajoutée - Des réponses précises sont apportées aux questions du prospect/client ou à ses objections - L'entretien est conclue de manière à engager une poursuite des échanges (envoi de brochure,de devis/cotation ou prise de réservation)
<p>4.2 - Gérer la relation et fidéliser la clientèle des produits et services de voyages, de déplacements ou événementiel</p>	<p>C4.4 Assurer une expérience client qualitative dans les différentes étapes d'échanges avec le client (prise en charge de sa demande, renseignements, proposition commerciale, accompagnement à la décision dans le choix du produit/service voyages, déplacements d'affaires ou de l'évènement)</p>	<p>Etude de cas de composée de plusieurs cas - épreuve écrite - individuel</p> <p>M4.4 à M4.7: Pour une typologie d'entreprise donnée (tour-opérateur, entreprise souhaitant confier l'organisation des déplacements de ses collaborateurs ou d'un séminaire) avec ses caractéristiques</p>	<p>Critères d'évaluation M4.4 à M4.7:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les grandes étapes du parcours client sont caractérisées - Les outils de gestion de relation clientèle préconisés et l'utilisation qui doit en être faite est pertinente

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation
Titre "Responsable des activités du tourisme et des voyages"

	<p>C4.5 Collecter des informations sur la satisfaction du client en utilisant des outils adaptés à la collecte et en assurer le suivi dans le but d'identifier les points d'amélioration</p> <p>C4.6 Traiter les réclamations d'un client en apportant une réponse rapide par le canal de communication adapté (mail, chat, téléphone, site d'avis client...) et une proposer une solution satisfaisante pour les deux parties dans l'objectif d'éviter un litige</p> <p>C4.7 Mettre en place des opérations de fidélisation donnant accès à des avantages divers (tarifs réduits, services additionnels, nouveautés...) par un canal de communication adapté (téléphone, sms, emailing,...) auprès des clients acquis et identifiés par l'usage d'un outil de type CRM dans le but d'inciter le client à réserver à nouveau un produit/service voyages, déplacements ou un évènement</p>	<p>détaillées , le participant constitue un dossier écrit dans lequel il préconise une organisation de la gestion de la relation clientèle en proposant des outils adaptés. Il la formalise en proposant un discours type ou emails type correspondant aux différentes situations de la relation clientèle: confirmation de réservation, enquête satisfaction post- prestation, traitement d'une réclamation, fidélisation.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du participant à offrir une expérience client satisfaisante selon les situations dans l'objectif de pouvoir fidéliser la clientèle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les canaux de communication proposés sont judicieux au regard de la cible - Les contenus rédactionnels sont écrits dans un français professionnel et sont adaptés à la cible - Les contenus rédactionnels sont adaptés aux étapes du parcours client et contribuent à une meilleur expérience client - Les délais de traitements sont prévus et sont adaptés au regard du parcours client et de la capacité à les assurer - La collecte des informations de satisfaction se fait au travers d'outils permettant l'automatisation
--	---	---	--