

CATALOGUE DE FORMATION



ACTIONS COLLECTIVES RÉGIONALES

2025

Les actions collectives régionales

=> Le dispositif 2025

Une action collective est **un dispositif** élaboré par un OPCO (OPérateur de Compétences => **AFDAS** pour la branche tourisme) visant à proposer aux adhérents des **actions de formation financées** traitant d'une thématique spécifique. C'est une **demande collective** (plusieurs entreprises, plusieurs stagiaires) soumise à la CPNEFP (Commission Paritaire Emploi Formation Professionnelle de la branche des organismes de Tourisme) / CGC (Commission de Gestion de la Contribution Conventionnelle) par l'intermédiaire de la FRT - Référent territorial des actions collectives régionales et concerne une action de formation réalisée par **un prestataire de formation référencé Qualiopi**. L'organisme de formation doit être une structure juridiquement distincte du Relais Territorial et des entreprises bénéficiaires.

La mise en œuvre des actions collectives régionales doit répondre aux conditions suivantes :

- Les actions collectives sont accessibles à **toutes structures de la branche des organismes de tourisme** adhérentes à l'AFDAS et permettent de :
 - Déployer des formations ciblées et adaptées aux besoins et spécificités de la branche.
 - Favoriser les dynamiques territoriales.
- La CGC valide **une enveloppe régionale actions collectives 2025** en fonction de la remontée des besoins du référent territorial.
- Le financement des coûts pédagogiques est réalisé dans la limite de l'enveloppe définie par la CGC et des critères suivants :
 - 2 200 € HT / jour maximum.
 - 2 entreprises minimum.
 - 5 stagiaires minimum et 15 stagiaires maximum.
 - 7h minimum et 35h maximum.

La gestion des inscriptions est la suivante :

- La demande de prise en charge est **centralisée par la FRT**.
- **8 structures / 2 places** par structure (*liste d'attente et confirmation de participation*).
- La FRT se réserve le droit exceptionnel **d'annuler** ou **de reporter** une formation, lorsque le nombre de stagiaires n'est pas atteint. En cas de report de la formation, la structure pourra maintenir son inscription pour une date ultérieure.



ADN
Tourisme

Pour les salariés du réseau adhérent
de la branche tourisme de l'Afdas.

afdas
OPÉRATEUR DE COMPÉTENCES



Tamarin
SPL



FONDATION
DU PATRIMOINE
Océan Indien

ACCUEIL - INFORMATION -
QUALITÉ

COMMERCIALISATION -
PRODUITS - VENTE

COMMUNICATION -
MARKETING

MANAGEMENT - GESTION
INTERNE - GOUVERNANCE
DE LA DESTINATION

RELATIONS AVEC LES
SOCIOPROFESIONNELS

Le programme des actions collectives régionales 2025

- English in the field19 mars - 02 avril - 16 avril - 30 avril - 21 mai 2025
- Apprendre une langue étrangère, l'espagnol18 mars, 1 avril, 15 avril, 29 avril 2025
- Découvrir l'allemand en langue étrangère2 mai , 23mai , 30 mai ; 6juin , 13 juin 2025



Les formations d'accueil et d'information avec nos
organismes de formation-partenaires

James Christie CTT

KoSeZ
le centre des langues

ANGLAIS DU TOURISME

« ENGLISH IN THE FIELD »



19 mars ; 02 avril ; 16 avril ;
30 avril ; 21 mai 2025

9h00 à 12h00 et 13h00 à 17h00



EN EXTERIEUR



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

Objectifs

- Développer l'expression orale et l'aisance générale.
- Préparer un lexique pour l'accueil des touristes à La Réunion.
- Consolider et enrichir la gamme de vocabulaire touristique, spécifique à La Réunion.
- Améliorer la réactivité et spontanéité pour mieux communiquer avec les interlocuteurs non francophones.
- Travailler l'accent et parfaire les connaissances en grammaire.

Programme

5 jours d'intervention dans différents lieux touristiques de l'île, en privilégiant les lieux incontournables (OT, musée, structure privée, site naturel..) :

- LES HAUTS (Plaine des Palmistes)
- L'OUEST (Saint-Gilles)
- LE SUD (Manapany)
- LE NORD (Saint-Denis)
- L'EST (Salazie)

Moyens techniques et humains

Intervenant : James Christie / Cobie Rosewarne
Organisme de formation : JAMES CHRISTIE CIT

Visites sur place des lieux incontournables. Jeux de rôle / Simulation.

Méthodes pédagogiques

- Apprentissage d'un lexique de termes adaptés aux spécificités de La Réunion, vu thème par thème.
- Simulations & jeux de rôle.
- Fiches récapitulatives du vocabulaire utilisé sur chaque intervention.

Modalités d'évaluation

Evaluation du niveau d'entrée.
Questionnaire de satisfaction.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

Conseillers en séjours / Experts en destination.
Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Etre à l'aise dans l'échange, le partage de compétences, avec une réelle capacité d'écoute

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

DECOUVRIR UNE LANGUE ETRANGERE : APPRENDRE L'ESPAGNOL

Objectifs

- Permettre aux personnels en service accueil et information d'acquérir les compétences nécessaires pour communiquer efficacement en espagnol avec des clients hispanophones.
- Découvrir une langue étrangère et s'approprier les notions de base.

Programme

J 1 : Introduction à la langue et vocabulaire de base

J 2 : Communication élémentaire avec les clients

J 3 : Décrire les services touristiques et répondre aux demandes

J 4 : Synthèse et évaluation finale

- Accueillir et orienter un client hispanophone
- Poser et répondre à des questions basiques
- Développer un vocabulaire de base : métiers, services, lieux touristiques pour décrire les services (hébergement, restauration, loisirs) Explication des procédures simples (réservation, paiement)

Moyens techniques et humains

Intervenant : Santiago Valero

Organisme de formation : SMILE

Atelier de conversation en groupe.

Méthodes pédagogiques

- Présentation interactive et démonstrations
- Exercices pratiques en binôme (dialogues simples)
- Fiches de vocabulaire spécifiques au secteur touristique

Modalités d'évaluation

Evaluation du niveau d'entrée.

Questionnaire de satisfaction.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

Conseillers en séjours / Experts en destination.

Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Etre à l'aise dans l'échange, le partage de compétences

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.



18 mars, 25 mars 2025

1 avril, 15 avril, 29 avril 2025

9h00 à 12h30

17,5h



PRESENTIEL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes

En inter-entreprises

Selon planning



Emmanuelle LORION

06 92 83 39 21

e.lorion@ftrt.re

DECOUVRIR L'ALLEMAND EN LANGUE ETRANGERE

Objectifs

- Répondre aux attentes clients en terme d'accueil et d'information touristique.
- Acquérir les compétences nécessaires pour communiquer avec la clientèle allemande.
- Découvrir une langue étrangère et s'approprier les notions de base.

Programme

- J 1 : Introduction à la langue et vocabulaire de base
 J 2 : Communication élémentaire avec les clients
 J 3 : Décrire les services touristiques et répondre aux demandes
- Savoir accueillir et orienter un client allemand
 - Poser et répondre à des questions basiques
 - Développer un vocabulaire de base : métiers, services, lieux touristiques pour décrire les services (hébergement, restauration, loisirs)

Moyens techniques et humains

Intervenante : Laurie Jeambrun
 Organisme de formation : SMILE

Atelier de conversation en groupe.

Méthodes pédagogiques

- Évaluation de niveau en pré-inscription
- Exercices pratiques en binôme, mises en situation, travaux et cas pratiques.
- Fiches de vocabulaire & Vidéos courtes sur les bases de la langue
- Un accès à des ressources en ligne pour maintenir et améliorer leur niveau

Modalités d'évaluation

- Evaluations en cours de formation et à la fin du module.
- Évaluation des compétences à travers des jeux de rôle et des retours.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

Conseillers en séjours / Experts en destination.
 Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Etre à l'aise dans l'échange, le partage de compétences

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.



2 mai , 23mai , 30 mai 2025 ;
 6 juin , 13 juin 2025

9h00 à 12h30



PRESENTIEL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
 2 structures différentes
 En inter-entreprises
 Selon planning



Emmanuelle LORION
 06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

ACCUEIL - INFORMATION -
QUALITÉ

COMMERCIALISATION -
PRODUITS - VENTE

COMMUNICATION -
MARKETING

MANAGEMENT - GESTION
INTERNE - GOUVERNANCE
DE LA DESTINATION

RELATIONS AVEC LES
SOCIOPROFESIONNELS

Le programme des actions collectives régionales 2025

- Concevoir des produits à valeur ajoutée.....18, 19 ; 25, 26 février 2025
- Aider, accompagner les presta sur les produits qu'ils proposent.....27 mai 2025
.....et 3, 10, 17 juin 2025



Les formations commercialisation – produits – vente
avec nos organismes de formation-partenaires



CONCEVOIR DES PRODUITS A VALEUR AJOUTEE



**18, 19, 25 et 26
février 2025**

13h00 à 16h30

14h



DISTANCIEL - VISIO



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt

Objectifs

- Connaître les clés d'un produit et d'une expérience réussis selon les cibles parents-enfants ; ados ; séniors, 30-40 ans
- Concevoir des offres en intégrant un processus marketing et tarifaire performant
- Synchroniser son offre avec les tendances d'achat et les attentes de la clientèle
- Définir sa stratégie de production, de communication et de vente en lien avec les capacités de mise en marché de sa destination

Programme

- Jour 1 : Introduction juridique et tendances d'achat ; Le montage de produits touristiques
- Jour 2 : La cotation La stratégie de production et les outils de vente
 - Les comportements, les facteurs d'influence et les tendances d'achat
 - Le parcours de conception et les compétences indispensables
 - Identifier la valeur perceptible pour le client
 - Eléments de séduction
 - Sa stratégie de vente et ses canaux de communication

Moyens techniques et humains

Intervenant : David BLANCHARD
Organisme de Formation : Logitourisme

Méthodes pédagogiques

- Alternance des méthodes pédagogiques, jeux, challenges, mise en situation, vidéos.
- Apports théoriques accompagnés d'exemples pratiques
- Un accès avec un profil spécifique est ouvert sur la plateforme e-learning pour réaliser le suivi de la formation

Modalités d'évaluation

- Formulaire de positionnement en amont de la formation
- Formulaire d'évaluation de la formation en fin de parcours.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Aucun

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

AIDER, ACCOMPAGNER LES PRESTATAIRES SUR LES PRODUITS QU'ILS PROPOSENT



**27 mai 2025 ;
3, 10, 17 juin 2025**

13h30 à 17h00

14h



DISTANCIEL - VISIO



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

Objectifs

- Adopter la "bonne" posture dans l'accompagnement de vos prestataires
- Connaître les tendances des marchés afin d'orienter vos conseils
- Savoir diagnostiquer les offres des prestataires par des outils d'analyse
- Orienter vos prestataires sur une gamme de produits et de services

Programme

- J 1 : L'accompagnement des prestataires, une mission régaliennne de l'Office de Tourisme
- J 2 : Connaître les tendances des marchés afin d'orienter vos conseils
- J 3 : Diagnostiquer les offres des presta par des outils d'analyse très pratiques
- J 4 : Orienter ses prestataires sur des produits
 - Mieux comprendre votre rôle dans l'accompagnement commercial
 - Quels outils de médiation utiliser ? Savoir communiquer certains points d'analyse de la consommation actuelle et potentielle
 - Veille et benchmark de produits tendances : comprendre pourquoi ils fonctionnent ? Savoir analyser l'activité commerciale de vos prestataires
 - Savoir réajuster la vision de votre prestataire

Moyens techniques et humains

Intervenant : Karine ESTAUN

Organisme de Formation : Tourism Développement

Méthodes pédagogiques

- Évaluation des acquis en amont de la formation
- Formation-action avec en livrable une malette à outils
- Apports cognitifs, conceptuels et méthodologiques
- Retour et partages d'expériences
- Benchmark, veille

Modalités d'évaluation

- Formulaire d'évaluation de la formation en fin de parcours.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Niveau Intermédiaire

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

ACCUEIL - INFORMATION -
QUALITÉ

COMMERCIALISATION -
PRODUITS - VENTE

COMMUNICATION -
MARKETING

MANAGEMENT - GESTION
INTERNE - GOUVERNANCE
DE LA DESTINATION

RELATIONS AVEC LES
SOCIOPROFESIONNELS

Le programme des actions collectives régionales 2025

- Les tendances réseaux sociaux pour adapter nos stratégies de communication24, 25 mars 2025
.....et 17, 23, 24, 25 avril 2025
- Optimiser son SEO avec les outils de l'IA, ChatGPT10 et 11 avril 2025
- Travailler sur des indicateurs de marketing digital : SEO, Google Analytic.....28 mars 2025
.....et 04 avril 2025
- Marketing Automation.....5, 12, 19 et 26 juin 2025



Les formations communication – marketing
avec nos organismes de formation-partenaires

 Logitourisme

 crealise

 ATRIA
Ingénierie - Formation - Conseil

 UMiH
FORMATION
CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE

LES TENDANCES RESEAUX SOCIAUX POUR ADAPTER NOS STRATEGIES DE COMMUNICATION



24, 25 mars 2025

17, 23, 24, 25 avril 2025

13h00 à 16h30



21h



DISTANCIEL - VISIO



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

Objectifs

- Identifier les réseaux sociaux en vogue et utiliser les dernières fonctionnalités pour allier performance et engagement des contenus.
- Optimiser sa stratégie social media
- Créer des contenus performants
- Mesurer la performance de ses publications

Programme

- **Jour 1 : Les nouvelles tendances**
- **Jour 2 : Création et optimisation des contenus**
- **Jour 3 : Publicité et mesure de la performance**
- Tendances, usages et comportements des différents réseaux sociaux. Analyse des tendances majeures.
- Utilisation de l'IA pour la gestion des réseaux sociaux
- Optimisation du contenu pour chaque réseau social (formats, longueur, horaires de publication) ; Utilisation des outils de création de visuels
- Publicité sur Meta
- Mesure de la performance
- L'importance de la veille et de l'anticipation des tendances
- Elaboration d'un tableau de suivi

Moyens techniques et humains

Intervenant : Aurelie LECLERCQ - LOGITOURISM
Projection PowerPoint soignée et attractive.

Méthodes pédagogiques

- Sondages récurrents (début, milieu, fin)
- Études de cas et analyses de contenus existants
- Alternance entre théorie et pratique.

Modalités d'évaluation

Feuilles de présence.
Formulaire d'évaluation de la formation.
Certificat de réalisation de l'action de formation.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

- Les personnes au sein des services communication - marketing / Chargé.e de communication, community manager
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Aucun

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

OPTIMISER SON SEO AVEC LES OUTILS DE L'IA, CHATGPT



10 et 11 avril 2025

9h00-12h00 et 13h00 17h00



PRESENTIEL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@frt.re

Objectifs

- Identifier les enjeux de l'IA générative au service du SEO
- Optimiser le référencement naturel avec l'IA

Programme

Jour 1 :

- **Fondamentaux du SEO et Introduction à l'IA Recherche de Mots-Clés Optimisée par l'IA ; Création de Contenu SEO de Qualité avec ChatGPT**

Jour 2 :

- **Optimisation Technique SEO avec l'IA**
- **Analyse et Suivi des Performances SEO avec l'IA**
- **Planification Stratégique et Automatisation des Tâches SEO**
- Présentation de l'intelligence artificielle et du traitement du langage naturel
- Analyse de la concurrence et identification des opportunités de niche avec l'IA
- Techniques pour maintenir la cohérence et la pertinence du contenu généré par l'IA
- Création de Contenu SEO de Qualité avec ChatGPT
- Audit de contenu : identification des points faibles et des opportunités d'amélioration
- Présentation des principaux KPI pour mesurer l'efficacité SEO
- Utilisation de ChatGPT pour interpréter les données analytiques et générer des rapports

Moyens techniques et humains

Intervenant : Jérémie HOARAU – ATRIA

Méthodes pédagogiques

- Méthodes, techniques et ressources variées et ludiques
- Alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et actives.

Modalités d'évaluation

- Fiche de renseignements en amont et questions
- Evaluations formatives réalisées à l'aide de grilles critériées
- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation
- Mesure de la satisfaction des stagiaires

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

- Les personnes au sein des services communication - marketing
- Chargé.e de communication ; Community manager
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Familiarité avec les outils numériques et les plateformes en ligne - connaissance de base du SEO et du marketing digital

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

TRAVAILLER SUR DES INDICATEURS DE MARKETING DIGITAL : SEO, GOOGLE ANALYTIC



**28 mars 2025
et 4 avril 2025**

9h00-12h00 et 13h00 17h00



14h



PRESENTIEL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftr.re

Objectifs

- Comprendre et utiliser les indicateurs clés de performance (KPI) en SEO et Google Analytics.
- Apprendre à analyser et interpréter les données pour optimiser les stratégies de marketing digital.
- Développer des compétences en reporting et en prise de décision basée sur les données

Programme

Jour 1 Les indicateurs de performance en SEO

Jour 2 : Les indicateurs de performance avec Google Analytics

- Les bases du SEO et ses indicateurs clés
- Outils pour le suivi des performances SEO
- Analyse des performances SEO
- Savoir interpréter les données SEO pour optimiser les stratégies.
- Atelier pratique
- Configuration et utilisation de Google Analytics
- Les KPI de Google Analytics
- Utilisation des segments pour une analyse plus précise
- Analyse des données avec Google Analytics

Moyens techniques et humains

Intervenant : Mickael MONDON – CREALISE

Méthodes pédagogiques

- Partage d'expériences en utilisant des cas concrets et des exemples réels issus des pratiques professionnelles.

Modalités d'évaluation

Afin de garantir l'acquisition des compétences à chaque étape de la formation, des questionnaires seront remis aux candidats entre les sessions. De plus, des entretiens individuels seront organisés au début, à mi-parcours, et à la fin de la formation. Un rapport pédagogique sera également délivré en conclusion.

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

- Les personnes au sein des services communication - marketing
- Chargé.e de communication ; Community manager
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

- Niveau Intermédiaire

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

MARKETING AUTOMATION



5, 12, 19, 26 juin 2025

en 4 demi-journée
13h30 à 17h00



DISTANCIEL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

Objectifs

- Démontrer les tenants et aboutissants d'une automatisation de campagne marketing
- Identifier les étapes nécessaires à la bonne mise en œuvre d'une automatisation
- Prendre conscience des erreurs courantes et bien mesurer la pertinence d'une automatisation
- Définir certains outils d'automatisation et expliquer comment en trouver de nouveaux
- Mesurer le coût d'une automatisation; le taux de réussite d'une campagne automatisée et la corriger
- Décrire les usages des intelligences artificielles dans les différents aspects du marketing automation.

Programme

Jour 1 -2 : Mise en contexte & approche de growth hacking

Jour 3 - 4 : Les outils de l'automatisation & l'IA

- Les domaines de l'automatisation Le cadre juridique
- Rencontrer des univers UX & CX
- Prototyper
- Optimiser son lead nurturing
- Identification des KPI clés
- Les outils low code / no code
- Marketing de variante
- Les nouvelles plateformes

Moyens techniques et humains

Intervenant : UMIH

Méthodes pédagogiques

- Partage d'expériences en utilisant des cas concrets et des exemples réels issus des pratiques professionnelles.

Modalités d'évaluation

- Evaluation et suivi en cours de formation par des productions,
- Questionnaire d'auto-évaluation
- Evaluation des acquis en fin de formation

Aspects administratifs

Remise d'attestations individuelles de formation par email aux participants.

Public visé

- Les personnes au sein des services communication - marketing
- Chargé.e de communication ; Community manager
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

- Aucun pré-requis

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

ACCUEIL - INFORMATION -
QUALITÉ

COMMERCIALISATION -
PRODUITS - VENTE

COMMUNICATION -
MARKETING

MANAGEMENT - GESTION
INTERNE - GOUVERNANCE
DE LA DESTINATION

RELATIONS AVEC LES
SOCIOPROFESIONNELS

Le programme des actions collectives régionales 2025

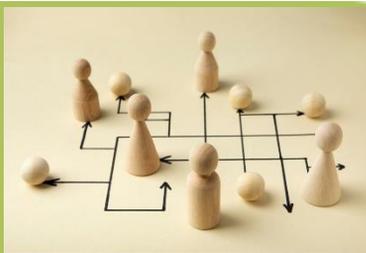
- Avoir les outils clés en main pour bien manager : management hybride et transversal
.....20 février, 20 mars , 03 & 23 avril, 22 mai, 11 juin , 03 juillet ,
.....21 aout , 11 & 30 septembre 2025
- Manager sa destination par des indicateurs de performance & par l'observation du territoire..... 07 et 22 avril 2025 , 19 mai 2025 et 02 juin 2025



Les formations management – gestion interne &
gouvernance de la destination
avec nos organismes de formation-partenaires



AVOIR LES OUTILS CLES EN MAIN POUR BIEN MANAGER MANAGEMENT HYBRIDE & TRANSVERSAL



20 fev, 20 mars, 03 avr, 23 avr,
22 mai, 11 juin, 03 juill, 21 aout,
11 sept, 30 sept 2025

9h00 à 12h30



PRESENTIEL



LOCAUX DE L'IRT / ST PAUL



Financement sur le dispositif des
actions collectives régionales pris
en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@ftrt.re

Objectifs

- Améliorer ses pratiques managériales, en particulier : manager en situation hybride (distance) et transversale (sans autorité hiérarchique)
- Encourager l'autonomie et la croissance des collaborateurs
- Manager le quotidien à savoir analyser de situations complexes et résoudre des problèmes
- Mettre en œuvre une méthodologie pour résoudre des problématiques concrètes en groupe

Programme

1. Les techniques de management
2. Les rituels de collaboration, de pilotage
3. Les postures de « manager coach »
4. Les approches RPBDC pour développer l'autonomie

- Animation du processus de Co-développement : méthode de Payet et Champagne
- Les techniques de management avec ou sans autorité directe : développement de son réseau, pratique du feedback, rituels de collaboration et de pilotage, conduite du changement, méthodes projet, gestion par les processus, Enveloppe Culturelle Minimale Partagée (ECMP), ...
- Les postures de « manager coach » pour développer l'autonomie en utilisant : le triangle de Karpman, l'outil RPBDC, le schéma de croissance des compétences, le cycle de l'autonomie, ...

Moyens techniques et humains

Intervenant Olivia GOURDOUX MOREAU
Organisme de formation : ISODOM

Méthodes pédagogiques

- Présentation des différentes phases de la méthode partage et choix d'une situation managériale réelle vécue, exposé et clarification, apport de points de vue.
- Grille des zones d'apprentissage, plan d'action, synthèse des apprentissages

Modalités d'évaluation

- Évaluation post formation.
- Mesure de la satisfaction des stagiaires.

Aspects administratifs

- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs.

Public visé

- Les personnes en charge d'une équipe, d'un projet.
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

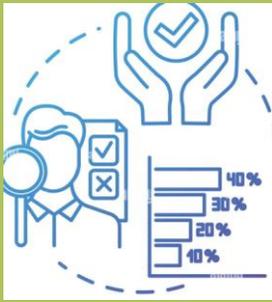
Prérequis

Volonté de partager ses expériences et d'apprendre des autres et engagement à participer à toutes les séquences de son groupe à l'issue de la première

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

MANAGER SA DESTINATION PAR DES INDICATEURS DE PERFORMANCE ET PAR L'OBSERVATION DU TERRITOIRE



07 et 22 avril,
19 mai et 02 juin 2025

9h00 à 12h00 - 13h à 17h00



PRESENTIEL



LOCAUX DE L'IRT / ST PAUL



Financement sur le dispositif des actions collectives régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS



Effectif 5 à 15 personnes /
2 structures différentes
En inter-entreprises
Selon planning



Emmanuelle LORION
06 92 83 39 21
e.lorion@firt.re

Objectifs

- Améliorer la flexibilité et l'adaptabilité des managers dans des environnements de travail changeants.
- Promouvoir la collaboration au sein des équipes pour renforcer la cohésion et optimiser les résultats.
- Comprendre les outils et techniques de l'observation touristique pour mieux analyser les données du territoire et prendre des décisions stratégiques.
- Apprendre à créer un environnement de travail propice à l'innovation et à la prise de décision fondée sur des données.

Programme

- **Jour 1 : Les enjeux du management**
- **Jour 2 : La posture de manager coach**
- **Jour 3 : La coopération et la collaboration**
- **Jour 4 : L'observation touristique de son territoire**
 - Organisation des équipes : techniques & outils
 - Techniques pour construire une culture d'équipe autour de la confiance et de la transparence. La médiation pour renforcer la collaboration
 - Développement d'un plan d'action collaboratif
 - Présentation des principaux outils et méthodes d'observation
 - Apprendre à interpréter des indicateurs clés
 - Construction d'un tableau de bord touristique
 - Utilisation stratégique des données touristiques

Moyens techniques et humains

Intervenant: Jean-Jacques LOTTERMOSER
Organisme de formation : SESAME

Méthodes pédagogiques

- Les techniques d'animation seront actives et se baseront sur des cas concrets apportés par le formateur et/ou les participants. Elles alterneront les apports de connaissances, des exemples réels. Les participants travailleront sur des études de cas pratiques et des mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Évaluation post formation.
- Mesure de la satisfaction des stagiaires.

Aspects administratifs

- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs.

Public visé

- Managers, responsables de services, personnel d'encadrement, salarié occupant des fonctions de coordination ou d'animation d'équipe.
- Salariés de droit privé des organismes de tourisme adhérents à l'AFDAS.

Prérequis

Aucun

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous contacter pour ajustements nécessaires.



Pour nous contacter :



Emmanuelle LORION

Chargée de mission
Projets transversaux & Relations
institutionnelles

06 92 83 39 21

e.lorion@frrt.re

Valérie PAYET

Animatrice de territoire & partenariats

06 93 39 83 02

v.payet@frrt.re



5. rue des Bons Enfants
97 410 SAINT-PIERRE
0262 42 39 94