

PROGRAMME DE FORMATION

Mieux répondre aux attentes des clientèles à vélo : de la famille aux mordus

Objectifs de la formation

- Créer et/ou disposer de produits et services adaptés
- Identifier les profils et attentes des différentes clientèles
- Designer des expériences clients pour enrichir son offre
- Adapter sa communication selon ses cibles

Programme

Auvergne Rhône Alpes est souvent considéré comme étant une région technique, difficile ou inaccessible quand il s'agit de vélo. La couverture médiatique du Tour de France qui franchit ses cols alpins, ses trois massifs montagneux, mais aussi ses grands itinéraires cyclo touristiques de plusieurs centaines de kilomètres contribuent à cette réputation.

Pourtant la région AuRA peut s'appuyer sur un terrain de jeu extrêmement varié et sur un excellent niveau de service notamment en matière d'encadrement. La popularité croissante du vélo (et surtout du VAE) constitue donc une opportunité remarquable pour la région de se diversifier et d'accueillir un nouveau public.

Et justement : la stratégie régionale en matière de vélo tourisme vise la valorisation de la diversité des pratiques vélo. Tout en continuant à consolider le segment cyclosporitif, elle souhaite favoriser l'émergence d'une nouvelle offre touristique à vélo moins technique et plus accessible. Pour les territoires et les collectivités, l'enjeu est donc de bien identifier leur clientèle-cible afin d'orienter leur stratégie locale et répondre correctement à leurs visiteurs.

Module 1 : Contextualiser le marché du tourisme à vélo

- Tendances touristiques générales
- Tendances liées à l'itinérance douce
- Profils des itinérants pratiquants et des nouvelles clientèles

Module 2 : Atouts et difficultés liés à la clientèle à vélo

- Produits
- Cibles
- Organisation
- Méthodes
- Connaissances
- Etat d'esprit

Module 3 : Connaître la stratégie régionale vélo

- Présentation par le chargé de mission tourisme outdoor et vélo d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme de la stratégie régionale sur cette clientèle et l'étude qui lui est dédiée

Module 4 : Les clientèles à vélo

- Les typologies : du néo itinérant au sportif, des familles aux individuels

- Les attentes communes et spécifiques de chaque clientèle
- Leurs freins à la pratique et les facteurs de réassurance
- Les infrastructures et moyens matériels essentiels à proposer

Module 5 : Développer une offre enrichie par l'expérience

- C'est quoi le tourisme expérientiel ?
- Désigner son offre augmentée d'expériences clients (micro-aventures, multi itinérances, séjours combinés) au-delà de la proposition de produits et services adéquats,
- Marketer son offre pour la rendre séduisante.

Module 6 : Communiquer et commercialiser son offre

- Focus sur les cibles GIR et touristes de proximité : qui sont-ils et comment les stimuler
- Sélectionner les canaux de communication et commercialisation directs et indirects adaptés
- Construire sa proposition de valeur pour se différencier
- Rédiger son plan d'actions

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Atelier de co-construction et brainstorming
- Etude de cas personnalisés
- Support pédagogique transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e du développement et/ou de la commercialisation au sein de toute structure touristique

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Gilles BOURGEOIS, formateur et consultant spécialisé sur la gestion de la clientèle et des activités de pleine nature. Il organise, accompagne et encadre régulièrement des séjours cyclotouristes sportifs en France et à l'étranger.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quizz final
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures