

## PROGRAMME DE FORMATION

### Séduire les randonneurs grâce à une offre-randonnée structurée

#### Objectifs de la formation

- Assimiler les caractéristiques des clientèles et tendances-clés à prendre en compte
- Évaluer le niveau de service et d'adéquation de son offre avec les publics accueillis/cibles visées
- Structurer une gamme d'offre-randonnée adaptée aux capacités de son territoire en y intégrant différents niveaux de service
- Présenter sa gamme d'offre-randonnée de manière attractive et en levant les éventuels freins à la pratique

#### Programme

Avec ses 33 000 kilomètres de sentiers balisés dont 16 000 kilomètres de GR, Auvergne-Rhône-Alpes est la première région de France pour la pratique de la randonnée en séjour.

Cette activité, accessible à tous ou presque, regroupe un public varié comportant habitués, sportifs, couples, familles avec enfants en bas-âge... Le contexte sanitaire actuel a renforcé cette tendance outdoor en attirant de plus en plus de nouveaux profils, de néo pratiquants nécessitant une véritable acculturation au milieu montagne et à ses contraintes. Par ailleurs, les outils numériques permettent aujourd'hui d'avoir accès à de l'information hors circuits traditionnels. Comment les destinations peuvent elles être présentes sur ces médias et apporter de la valeur ajoutée à ses cibles de clientèles ?

La thématique randonnée est vaste et complexe et nécessite une expertise afin de répondre au mieux aux besoins des clients et à leurs attentes. Comment construire l'image de l'offre randonnée de sa destination et comment la promouvoir ?

**A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure/capable de formaliser et promouvoir une offre randonnée adaptée à ses cibles de clientèles.**

#### Module 1 : Clientèles et tendances : qui sont mes marcheurs ?

- Présentation de données de cadrage récentes sur la pratique de la randonnée en séjour touristique
- Prise en compte des tendances structurelles et incidence des facteurs sanitaires conjoncturels sur l'exacerbation du besoin de nature et l'irruption de nouveaux segments/nouveaux comportements
- Approche générique des clientèles selon la matrice de segmentation des pratiques et détermination personnalisée des clientèles du territoire

#### Module 2 : Mon offre-randonnée est-elle à la hauteur ?

- Présentation du principe de la Pyramide de l'Offre
- Application personnalisée au territoire pour évaluation
- Restitution sélective pour analyse critique collective
- Croisement Pyramide x Segmentation : repérer où sont les lacunes/les gisements dans ma gamme

#### Module 3 : Organiser/formaliser mon offre-randonnée, pouvoir amorcer la (re)construction d'une gamme d'offre-randonnée cohérente et adaptée

- Analyse d'expériences inspirantes de destinations

- Enjeu du lien gamme-positionnement
- Débriefing sur les implications opérationnelles du travail sur sa gamme d'offre-randonnée

#### **Module 4 : Promouvoir une offre-randonnée lisible et attractive, être capable de rendre visibles et lisibles les points-forts de son offre-randonnée**

- Exemples d'expression du positionnement d'une offre-randonnée
- Exercices de passage du « descriptif » au « bénéfice-client » dans le domaine de la randonnée
- Les solutions pour nuancer/compenser les freins à la pratique
- Comment utiliser des plates-formes numériques dédiées aux randonnées pour valoriser son offre, et le cas échéant intervenir face à une communication tierce pénalisante

#### **Méthodes et supports**

- Apports théoriques
- Utilisation d'outils et ressources spécifiques « randonnée »
- Interactivité, jeux-manipulations, mises en situation des participants
- Contenus multimédia (expériences inspirantes) avec navigation sur sites de destinations
- Supports pédagogiques transmis aux stagiaires

#### **Public**

Chargé.e de développement, chargé.e de produit et/ou de commercialisation

#### **Prérequis**

Pas de prérequis

#### **Informations complémentaires**

Cette formation est animée par Christophe REVERET, spécialisé dans l'assistance aux acteurs publics et opérateurs privés des territoires touristiques pour la définition de leurs stratégies de développement, le positionnement/repositionnement de leur offre, et la mise en œuvre des actions correspondantes.

#### **Modalités d'évaluation (Pré-Formation)**

- Questionnaire de pré-formation en ligne

#### **Modalités d'évaluation (Post-Formation)**

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : exercices et quizz tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

#### **Durée**

1,00 jour(s)  
7:00 heures