

Référentiel de compétences

Titre : L'accueil en Ile de de France, un socle commun des compétences-clés trans-métiers et trans-secteurs du tourisme

Objectif général de la formation : Améliorer la qualité de l'accueil. Développer l'hospitalité en Ile de France

Durée : modulable de 50 à 200 heures environ.

La durée et le contenu de ce programme sont modulables en fonction des cibles. Il est recommandé que chaque personne puisse à terme posséder l'ensemble de ce socle de compétences-clés, quelque soit son métier et sa branche professionnelle.

Cible :

1. Personnels en contact direct avec les visiteurs de l'ensemble des branches professionnelles du tourisme en formation continue
2. Demandeurs d'emploi souhaitant intégrer un métier de contact client
3. Apprentis et formation initiale

Ce référentiel de compétences-clés transversales destiné aux personnels du secteur tourisme, vise 4 grands objectifs opérationnels qui devront être assortis de modules de formation adaptés aux objectifs pédagogiques déclinés ci-après.

Objectif opérationnel 1 : Se mettre au service de l'autre

- **Objectif pédagogique 1.1 : être capable de témoigner de son sens de l'hospitalité et d'ouverture à autrui**
Faire preuve d'empathie, d'écoute active, questionner, comprendre l'autre, se mettre à sa place
Aller au delà du SBAM, anticiper les besoins et adapter l'offre de services
- **Objectif pédagogique 1.2 : être capable de conseiller de manière personnalisée et respectueuse**
Comprendre les demandes implicites et explicites, les anticiper et les susciter
Promouvoir des services, argumenter, négocier. Vendre l'essentiel comme les prestations additionnelles , adapter son argumentaire de vente
- **Objectif pédagogique 1.3 : être capable de maîtriser les émotions**
Savoir adopter une posture assertive. Comprendre les émotions pour éviter l'escalade des conflits
Dépasser le stress (le sien et celui des autres), rassurer et orienter les voyageurs

Objectif 2. Gérer la diversité des clientèles et de leurs besoins en se tenant au fait des évolutions du marché international du tourisme

- **Objectif pédagogique 2.1 : être capable d'étudier et de diagnostiquer la diversité et l'évolution constante des besoins de chaque segment de clientèle**
Approche marketing, besoins par cibles clientèles
- **Objectif pédagogique 2.2 : être capable de communiquer dans une/plusieurs autre (s) langue (s), avec d'autres cultures (inter culturalité)**
Connaître les principales cultures des visiteurs de l'IdF pour s'y adapter
Trouver les informations
Utiliser un vocabulaire minimum dans la langue des visiteurs

Objectif pédagogique 2.3 : être capable de prendre en charge la diversité, des générations, des handicaps, des origines, des styles (l'hyper informé, ..)

Objectif 3. Maîtriser l'offre globale de la destination régionale, connaître son écosystème

- **Objectif pédagogique 3.1 : être capable d'avoir une vision d'ensemble des étapes d'un séjour touristique** et savoir faire le lien entre les différents secteurs du tourisme (expliquer, ajuster, conseiller, orienter). Agir dans la continuité de l'accueil régional.
- **Objectif pédagogique 3.2 : être capable de connaître les acteurs régionaux de la chaîne touristique**, comprendre le rôle de chacun et pouvoir les contacter pour régler les problèmes, savoir passer le relais aux spécialistes.
- **Objectif pédagogique 3.3 : être capable de ré-enchanter le séjour** par des informations personnalisées, sur la destination au plan culturel et pratique. Promouvoir la

diversité de l'offre francillienne, son patrimoine, ses événements, son tourisme vert ...

Objectif 4. S'approprier et défendre la stratégie particulière aux entreprises accueillantes

Objectif pédagogique 4.1 : être capable de représenter son entreprise : ses valeurs, son identité, son image (dress code) et d'être particulièrement attentif à la qualité du service, et la fidélisation. Etre un ambassadeur de l'accueil en Ile de France

Objectif pédagogique 4.2 : être capable de respecter et faire respecter par les visiteurs les règles de contrôle, de gestion de crise, de gestion des flux et des comportements de groupes, de sécurité et de sureté, réglementations,

Objectifs pédagogique 4.3 : être capable de maîtriser les nouvelles technologies et leurs usages métiers

Objectif pédagogique 4.4 : être capable de coopérer, de travailler en équipe solidaire, d'innover, de trouver des solutions en situation, d'échanger les bonnes pratiques.

Objectif 4 bis. Piloter une stratégie et mettre en place une organisation spécifiques aux entreprises accueillantes (pour les managers)

Objectif pédagogique 5.1: être capable d'être un ambassadeur de l'accueil en Ile de France et le pilote central de l'accueil de son organisme en visant un haut niveau de satisfaction et de fidélisation et en réajustant les réponses en fonction des fluctuations de l'environnement)

Objectif pédagogique 5.2: être capable de fédérer les équipes autour des valeurs de l'entreprise : sa vision, son identité, son image (dress code) et d'être particulièrement attentif à la qualité du service, et la fidélisation.

Objectif pédagogique 5.3: être capable de mettre en place et faire respecter les règles spécifiques au secteur de contrôle, de gestion de crise, de gestion des flux et des comportements de groupes, de sécurité et de sureté, réglementations,

Objectifs pédagogique 5.4: être capable d'intégrer les outils métiers (NT, veille, yield marketing, ...) et de former les équipes à leurs usages

Objectif pédagogique 5.5: être capable d'adopter un management orienté client favorisant l'autonomie et l'innovation, en particulier en formant et régulant les équipes en contact clients, les conduire à coopérer, à trouver des solutions et prendre des décisions adaptées en temps réel, échanger les bonnes pratiques, animé des réunions de débriefing.

Référentiel de compétences

<i>Le salarié</i> Gérer la relation client et la qualité de service	<i>Le client</i> Connaissance fine de la diversité des cibles et de leurs besoins (selon leur culture, particularités,)	<i>La destination</i> Connaissance de la destination régionale et des différentes étapes du parcours touristique (transport, hébergement, loisir....)	<i>L'entreprise</i> Intégration et portage des problématiques de l'entreprise: valeur/image de marque, sécurité, qualité, organisation
<p>1.1 Etre capable de témoigner de son sens de l'hospitalité</p> <p>1.1.1 être un hôte, ouvert à autrui, pro actif, qui anticipe les besoins</p> <p>1.1.2 être capable d'empathie, questionner, comprendre l'autre, se mettre à sa place</p> <p>1.1.3 aller au delà du SBAM, adapter l'offre de services</p>	<p>2.1 Etre capable de Gérer la diversité des attentes et des clientèles,</p> <p>2.1.1 diagnostiquer et prendre en charge les besoins individuels et les attentes culturelles</p>	<p>3.1 Etre capable de se repérer dans les étapes d'un séjour touristique et les différents secteurs du tourisme</p>	<p>4.1 Etre capable de comprendre les problématiques de l'entreprise : valeurs, identité, image (dress code), développement durable,</p>
<p>1.2 Etre capable de conseiller de manière personnalisée et respectueuse</p> <p>1.2.2 Comprendre la demande implicite et explicite</p> <p>1.2.3 Promouvoir, argumenter</p> <p>1.2.4 Négocier, Vendre (l'essentiel comme les extras)</p>	<p>2.2 Etre capable de communiquer dans une/plusieurs autre (s) langue (s), avec d'autres cultures (inter culturalité)</p> <p>2.2.1 Connaître les cultures des visiteurs</p> <p>2.2.2 Trouver les informations qui facilitent la communication</p> <p>2.2.3 Utiliser à minima les bases d'une langue étrangère</p>	<p>3.2 Etre capable de faire le lien entre les différents acteurs de la chaîne du tourisme (connaître les fonctions, les personnes, etc.)</p>	<p>4.2. Etre capable d'intégrer les règles de sécurité et de contrôle, de gestion des flux, réglementations, de maîtriser les nouvelles technologies et leurs usages métiers</p>
<p>1.3 Etre capable de maîtriser les émotions</p> <p>1.3.1 Savoir adopter une posture assertive</p> <p>1.3.2 Comprendre les émotions pour éviter l'escalade des conflits</p> <p>1.3.3 Dépasser le stress et rassurer les voyageurs</p>	<p>2.3 Etre capable de tenir compte de la diversité, des générations, des handicaps, des origines</p>	<p>3.3 Etre capable d'indiquer les caractéristiques des destinations - patrimoine et événements en IdF, biodiversité, tourisme vert</p>	<p>4.3 Etre capable de coopérer, travailler en équipe solidaire, d'innover, trouver des solutions en situation, d'échanger les bonnes pratiques</p>