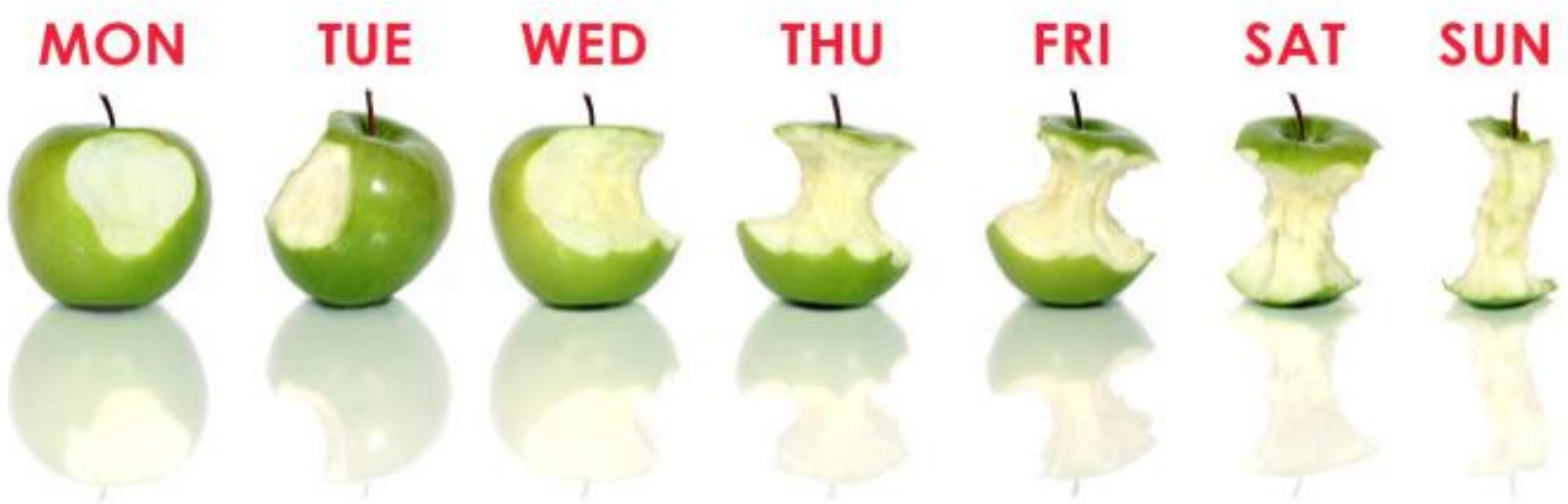
UN MICRO LEARNING :

NOUVEL OUTIL D'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE
&
PREPARER L'ACCUEIL DES CLIENTELES ETRANGERES

CRT Provence Alpes-Côte d'Azur – Fédération régionale des Office de Tourisme
06 Mars 2019

LE MICRO LEARNING COMME OUTIL DE PERFORMANCE POUR SON BUSINESS

Des petits pas pour de grands objectifs



Le Microlearning, LA solution adaptée

- Rapidité d'exécution → Vous permettre d'être prêts pour les Rendez-Vous en France
- Dispositif centré sur le contenu → Aucune perte de temps liée à la pédagogie
- Contenus accessibles sur ordinateur, tablette, smartphone → Où vous voulez, quand vous voulez
- Format ludique et court → Préserver l'intérêt et la motivation (de 1 à 4 minutes par notion)
- Dispositif de « scoring » → possibilité d'incentive et d'évaluation des équipes

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED
alpes FRENCH SOUTH
CÔTE d'AZUR FRANCE
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

COMMENT PARTICIPER :

RENTREZ L'URL

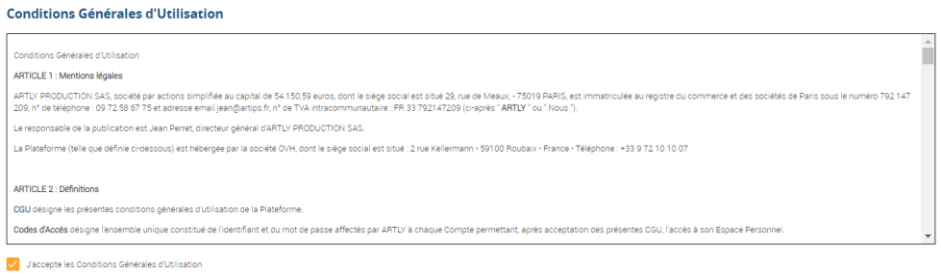
provencealpescotedazur.artips.fr

S'INSCRIRE DEPUIS LE BOUTON CONNEXION EN HAUT À DROITE

Email (pro ou perso)

MOT DE PASSE

PRÉNOM



VALIDATION DES CONDITION GÉNÉRALES D'UTILISATION

ET C'EST TOUT ! – ACCÈS GRATUIT

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED · alpes FRENCH SOUTH · CÔTE d'AZUR FRANCE

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR · COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME · Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

COMMENT PARTICIPER

provencealpescotedazur.artips.fr

INDIQUER VOS PRÉFÉRENCES

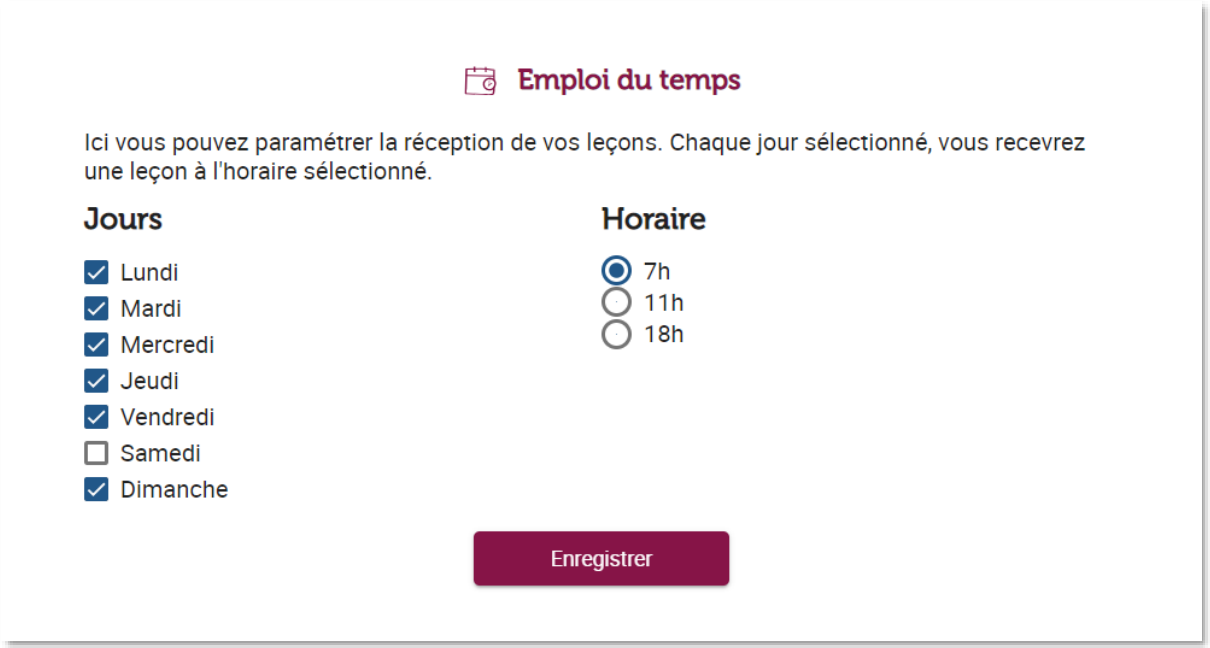
Programmez le choix du jour

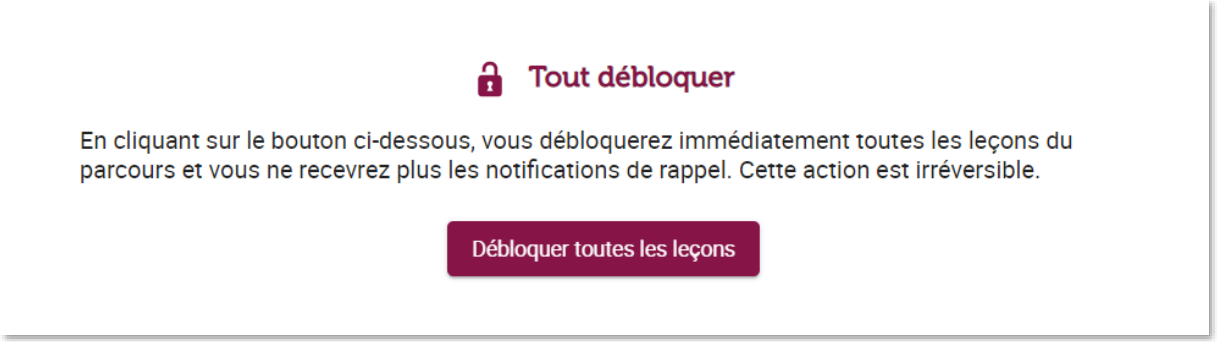
& CHOIX DE L'HEURE

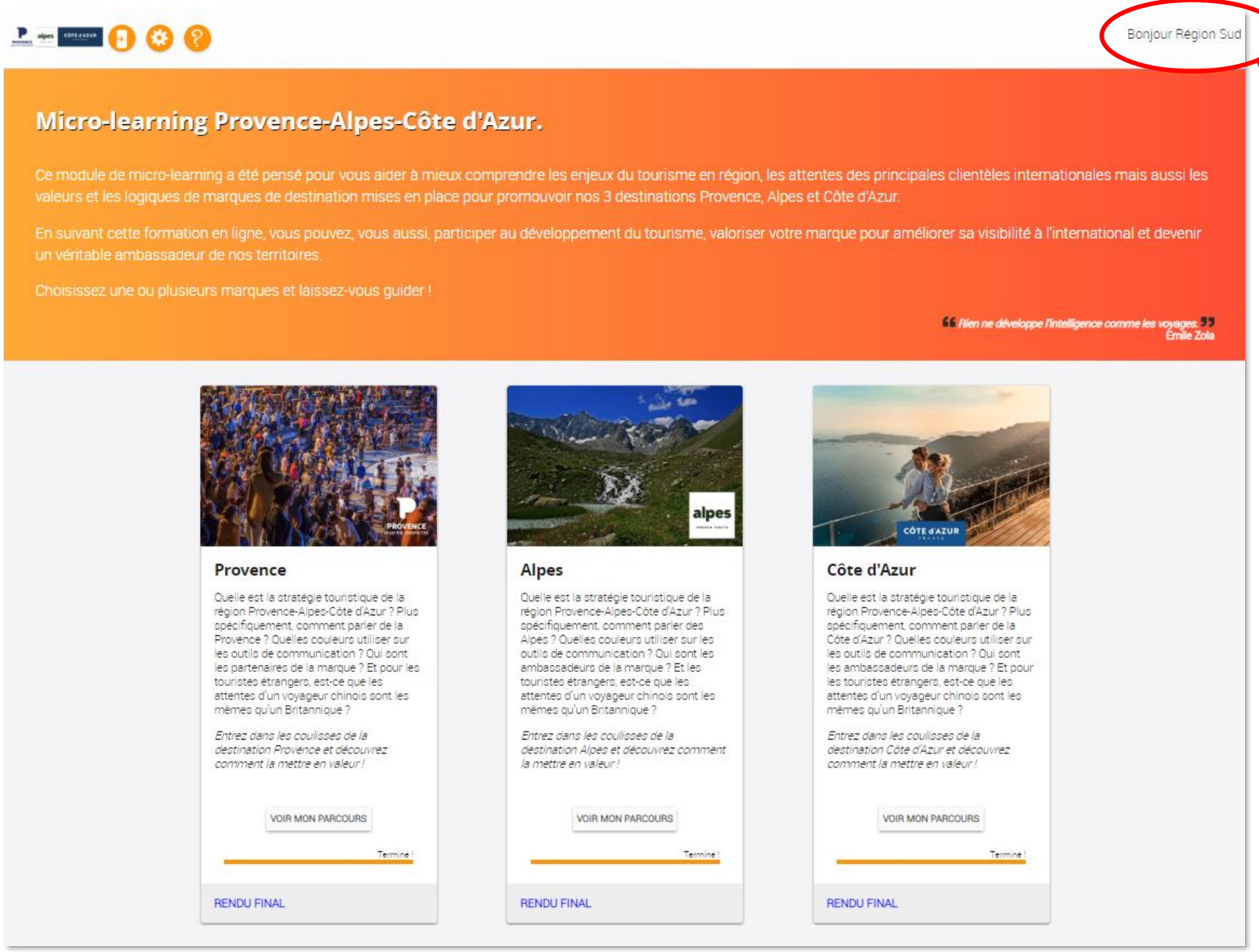
(3 JOURS PAR SEMAINE MINIMUM !)

OU

TOUT DÉBLOQUER POUR UN APPRENTISSAGE EN 1 FOIS

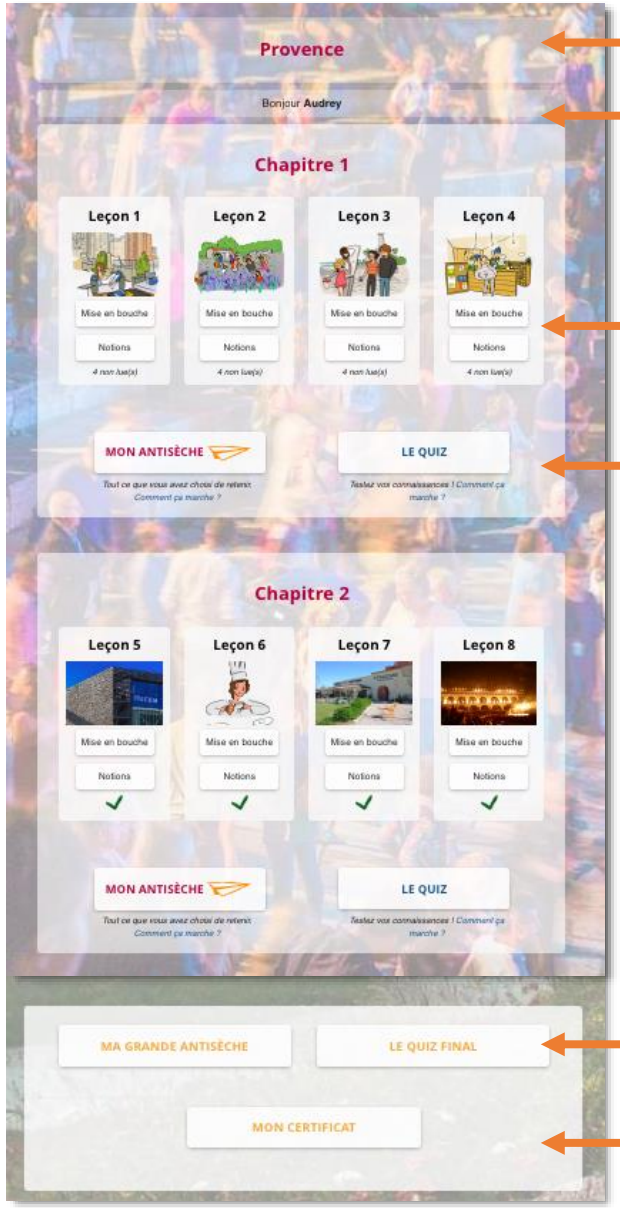






Inscription - Création d'un compte

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED
alpes FRENCH SOUTH
CÔTE d'AZUR FRANCE
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur



Rappel du parcours choisi en fonction du territoire marketing

Personnalisation du parcours

Présentation du chapitre et des leçons qui le composent

Accès immédiat aux « Antisèches » : fiche pédagogique récapitulative téléchargeable en PDF

Accès immédiat aux « Quizz » : contrôle des connaissances et jeu autour des leçons apprises

Vue globale du parcours pédagogique

Antisèche et quizz global de fin de parcours

Téléchargement du certificat personnel

PREMIER CHAPITRE :

PARCOURS COMMUN AUX TROIS MARQUES

Leçon 1 – Stratégie des marques

(10 notions)

Leçon 2 – Asie (Chine, Japon, Corée)

(8 notions)

Leçon 3 – Amérique (USA, Canada, Brésil)

(8 notions)

Leçon 4 – Europe (UK, Allemagne, Russie, Espagne, Italie)

(8 notions)

Focus Accueil des Clientèles Internationales

Leçon 2 – Asie (Chine, Japon, Corée)

(8 notions)

Leçon 3 – Amérique (USA, Canada, Brésil)

(8 notions)

Leçon 4 – Europe (UK, Allemagne, Russie, Espagne, Italie)

(8 notions)

PREMIER CHAPITRE :

FOCUS ACCUEIL DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

Notion 0 : Mise en bouche

Notion 1 : Choc culturel

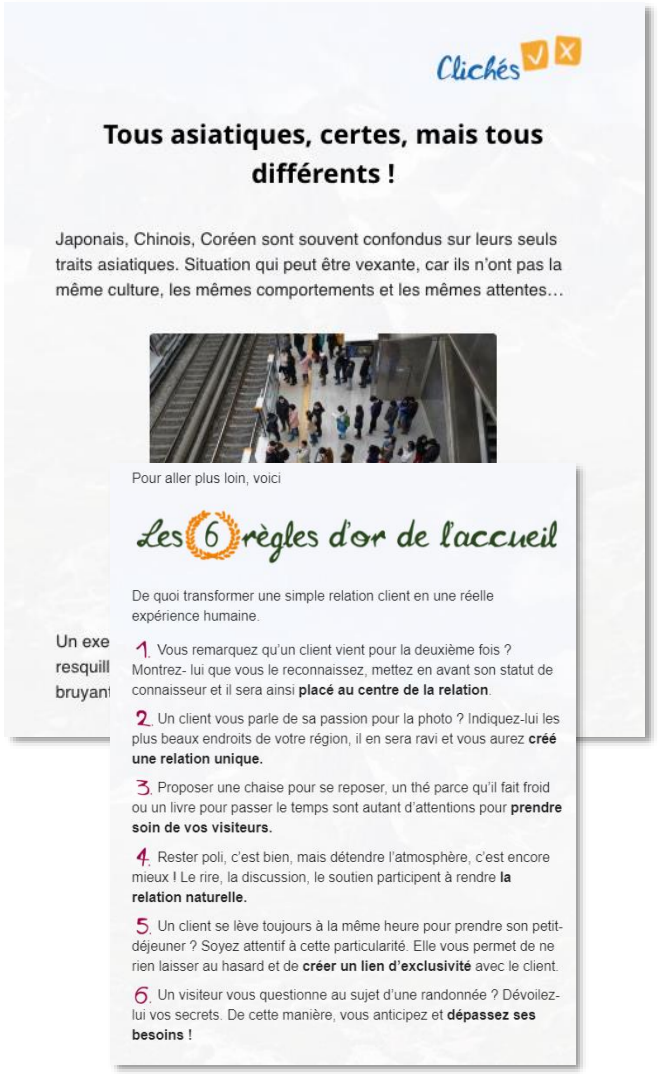
Notion 2 : Le cliché

Notion 3 : Le p’tit plus qui fait tout

Notion 4 : A table !

Notion 5 – 6 – 7 : Cartes d’identité

Notion 8 : L’immanquable



Clichés

Tous asiatiques, certes, mais tous différents !

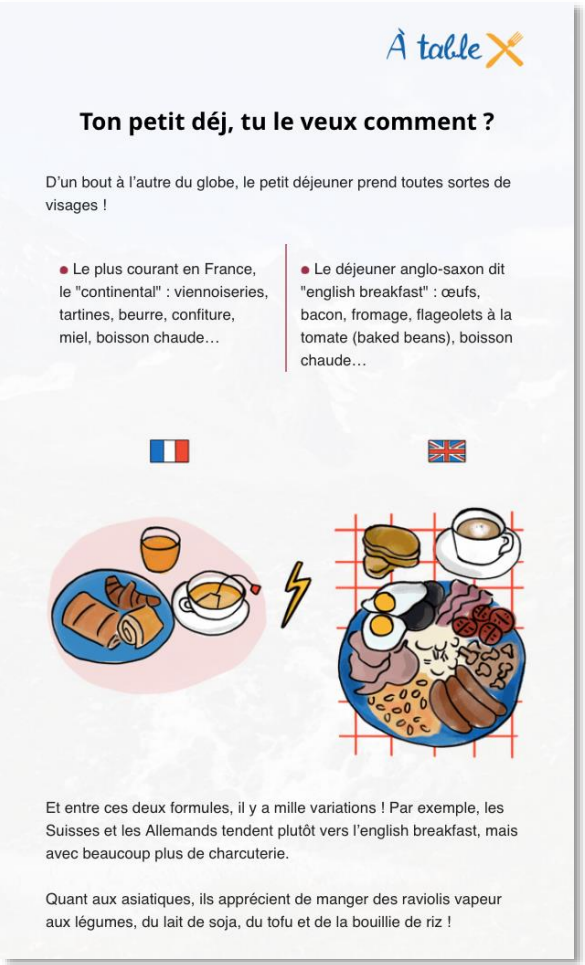
Japonais, Chinois, Coréen sont souvent confondus sur leurs seuls traits asiatiques. Situation qui peut être vexante, car ils n’ont pas la même culture, les mêmes comportements et les mêmes attentes…

Pour aller plus loin, voici

Les 6 règles d’or de l’accueil

De quoi transformer une simple relation client en une réelle expérience humaine.

1. Vous remarquez qu’un client vient pour la deuxième fois ? Montrez- lui que vous le reconnaissez, mettez en avant son statut de connaisseur et il sera ainsi **placé au centre de la relation**.
2. Un client vous parle de sa passion pour la photo ? Indiquez-lui les plus beaux endroits de votre région, il en sera ravi et vous aurez **créé une relation unique.**
3. Proposer une chaise pour se reposer, un thé parce qu’il fait froid ou un livre pour passer le temps sont autant d’attentions pour **prendre soin de vos visiteurs.**
4. Rester poli, c’est bien, mais détendre l’atmosphère, c’est encore mieux ! Le rire, la discussion, le soutien participent à rendre **la relation naturelle.**
5. Un client se lève toujours à la même heure pour prendre son petit-déjeuner ? Soyez attentif à cette particularité. Elle vous permet de ne rien laisser au hasard et de **créer un lien d’exclusivité** avec le client.
6. Un visiteur vous questionne au sujet d’une randonnée ? Dévoilez-lui vos secrets. De cette manière, vous anticipez et **dépassez ses besoins !**



À table

Ton petit déj, tu le veux comment ?

D’un bout à l’autre du globe, le petit déjeuner prend toutes sortes de visages !

- Le plus courant en France, le "continental" : viennoiseries, tartines, beurre, confiture, miel, boisson chaude…
- Le déjeuner anglo-saxon dit "english breakfast" : œufs, bacon, fromage, flageolets à la tomate (baked beans), boisson chaude…

Et entre ces deux formules, il y a mille variations ! Par exemple, les Suisses et les Allemands tendent plutôt vers l’english breakfast, mais avec beaucoup plus de charcuterie.

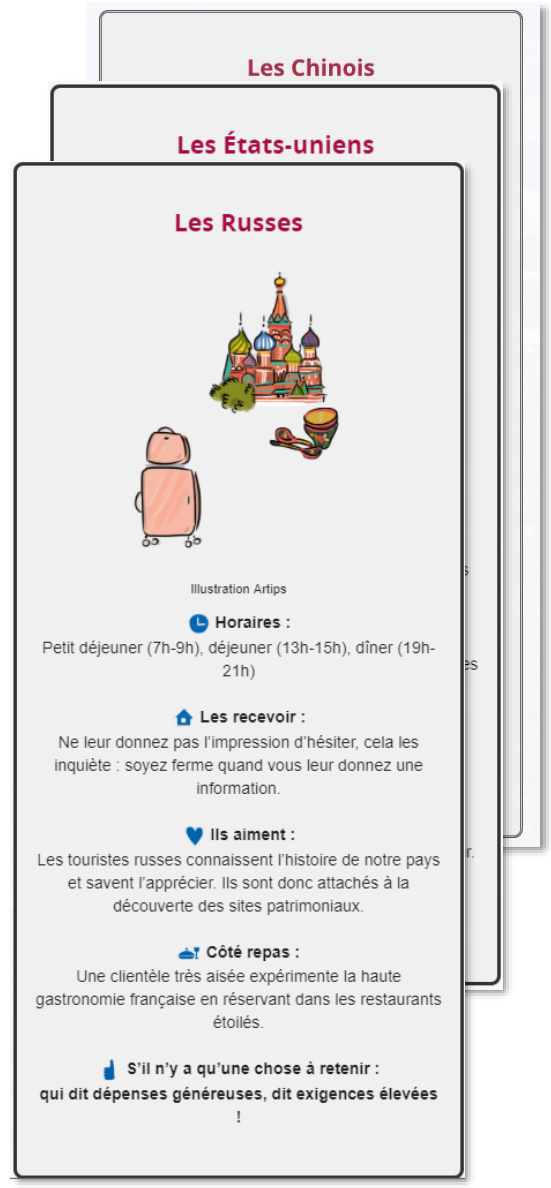
Quant aux asiatiques, ils apprécient de manger des raviolis vapeur aux légumes, du lait de soja, du tofu et de la bouillie de riz !

PREMIER CHAPITRE :

FOCUS ACCUEIL DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

Des fiches d'identité et de vocabulaires téléchargeables pour un usage quotidien

- Bonjour : Dobri dièn
- Bonsoir : Dobri viéchèr
- Bienvenue : Dobra pajalavat
- Passez un bon séjour : Kharochéva otdikha
- Au revoir : Da svidania
- Bonne journée : Kharochéva dnia
- Bon retour : Kharochéva paliota abratna
- Je ne parle pas russe mais je parle anglais : La nié gavariou pa rouski no ia gavariou pa angliski
- Merci : Spaciba
- De rien : Nié za chto
- Je vous en prie : Pajalousta
- Bon appétit : Priatnava apétita
- Un instant, s'il-vous-plaît : Padajditié minoutatchkou
- Au plaisir : Priezjaitié échio



PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED · alpes FRENCH SOUTH · CÔTE d'AZUR FRANCE

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR · COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME · Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

SECOND CHAPITRE :

PARCOURS SPÉCIFIQUE À CHAQUE MARQUE

(EXEMPLE PARCOURS PROVENCE)

Leçon 5 – Présentation de la marque

(6 notions)

Leçon 6 – Les valeurs de la marque

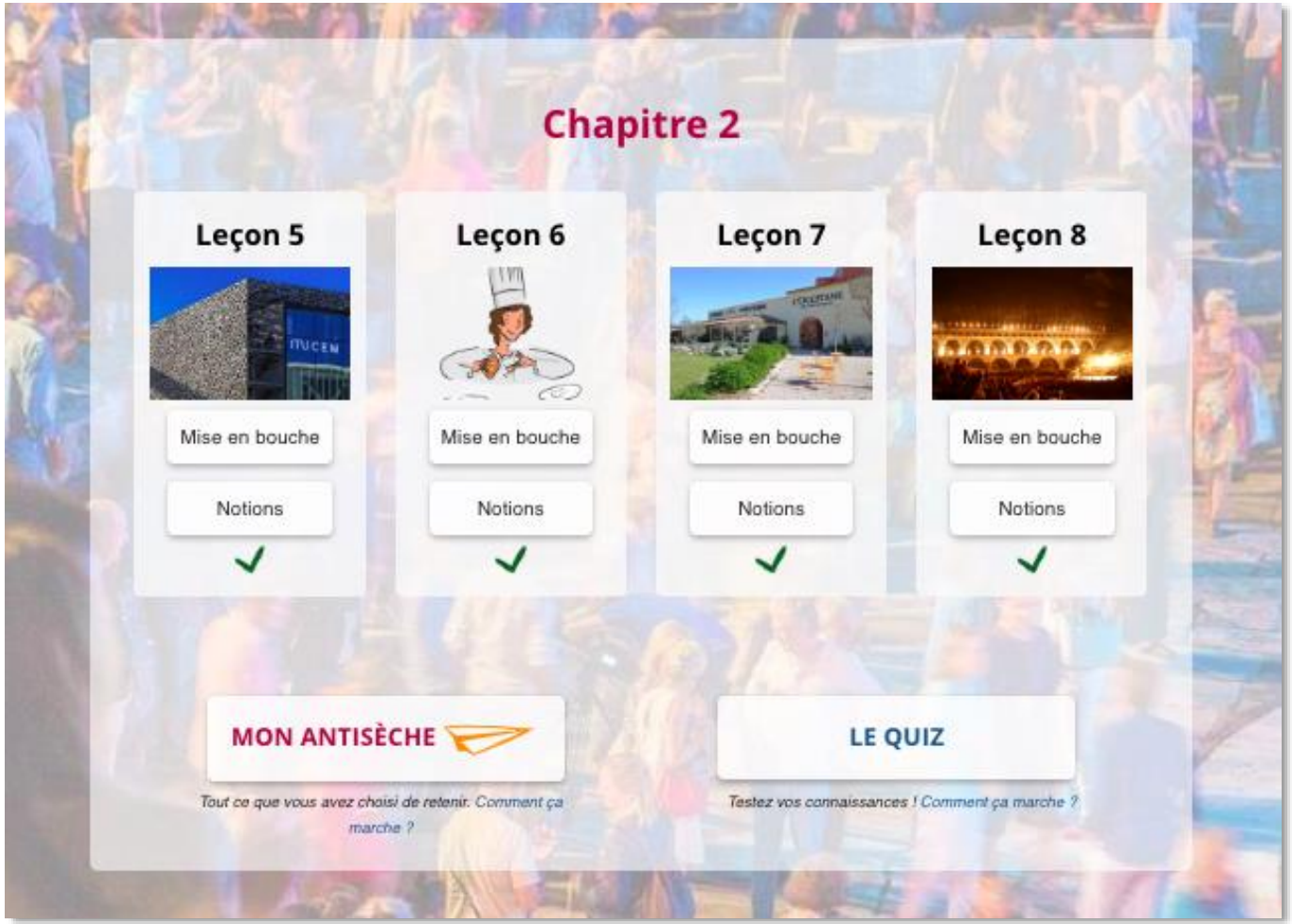
(5 notions)

Leçon 7 – Identité forte et unique

(6 notions)

Leçon 8 – Mise en application

(5 notions)



UN VRAI PARTI-PRIS ÉDITORIAL

artips
une dose d'art
au quotidien

STORYTELLING, LUDIQUE ET DÉCALÉ, PROCHE DU LANGAGE ORAL POUR PLUS D'EMPATHIE ET D'APPROPRIATION

"Laisse béton !"

Où l'on rencontre un architecte qui ne fait pas dans la dentelle.

Rudy Ricciotti, *MuCEM*, 2013

Lorsque l'on pense à la Provence, les couleurs qui nous viennent à l'esprit sont le violet des champs de lavande, l'ocre des façades, le turquoise des lacs, le vert argenté des feuilles d'olivier… et le gris du béton ! Hein ?!

Oui mais attention, pas n'importe quel béton : il s'agit de celui qui orne, à la façon d'une délicate dentelle, le Musée des civilisations et de la Méditerranée de Marseille, inauguré en 2013.

Le Mucem, de son petit nom, est un véritable joyau d'architecture contemporaine, conçu par Rudy Ricciotti juste sur le front de mer. Ce magicien du béton, qui le travaille aussi facilement que s'il s'agissait de simple fil de fer, a ainsi créé ce qui est devenu le premier site visité de la cité phocéenne !

En à peine cinq ans, le musée a accueilli près de huit millions de visiteurs, et également transformé l'image de la ville. Au-delà de ses savons et du pastis, Marseille est désormais une destination culturelle incontournable !

Rudy Ricciotti, *MuCEM*, 2013

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED
alpes FRENCH SOUTH
CÔTE d'AZUR FRANCE
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

UNE APPROCHE ICONOGRAPHIQUE QUI SE DÉMARQUE

artips
une dose d'art au quotidien

DES ILLUSTRATIONS DESSINÉES POUR UN CÔTÉ AUTHENTIQUE ET INATTENDU

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED
alpes FRENCH SOUTH
CÔTE d'AZUR FRANCE
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

UNE AUTRE BONNE RAISON DE PARTICIPER !

JEU CONCOURS ENTRE PROFESSIONNELS DU TOURISME

POUR CHAQUE PARCOURS :

1ER PRIX : SÉJOUR DE 2 NUITS/2 JOURS POUR 2 PERSONNES, D'UNE VALEUR ESTIMATIVE DE 500€

2ÈME ET 3ÈME PRIX : CHÈQUE CADEAU D'UNE VALEUR DE 150 EUROS

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED
alpes FRENCH SOUTH
CÔTE d'AZUR FRANCE
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur