

## FORMATION A DISTANCE



2 Jours

A distance  
animée par Bruno Tamaillon

Depuis 2008 en Europe, on constate un changement majeur dans les pratiques et attentes des familles durant les temps de loisirs ou de vacances.

La famille est une tribu aux multiples visages, où la place de l'enfant est centrale et modifie années après années les modes de visites, de séjours et les pédagogies expérientielles de découvertes. Les ados et les tout-petits sont une priorité.

Le nombre de familles qui voyagent dans le monde est en constante croissance et les exigences de ce public portent sur le désir de reconnection à l'essentiel, et à la qualité de l'expérience à tous les niveaux des pratiques observées. Cette formation permet à un opérateur de poser les bases d'une stratégie large de reconquête de ce public par une offre enrichie et une communication adaptée.

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES \*

- Connaître les attentes et profils de pratique des familles en France et en Europe, et identifier ceux prioritaires pour mon activité.
- Connaître le niveau de qualité attendu par les familles dans l'offre touristique, le reconnaître dans mon offre et être capable de prioriser des actions de progrès.
- Savoir identifier et assembler les 10 éléments clés d'une expérience réussie de découverte en famille.
- Construire une communication efficace vers les publics familles, et adaptée à mon offre.

*\*Les objectifs pédagogiques sont les aptitudes et les compétences visées lors de cette formation.*

**PUBLIC :** Professionnels du tourisme, du patrimoine, de la culture, des loisirs.

**Prérequis :** aucun

**Programme complet et modalités,** en page suivante.

**Votre formateur,** Bruno TAMAILLON - directeur de TAMS est votre contact référent pour cette formation au 06 08 47 46 91 - [tamaillon@tams.fr](mailto:tamaillon@tams.fr)



Rappel de la Procédure de réclamation : En cas de problème rencontré lors de cette formation, nous vous remercions de nous le faire connaître par écrit au mail suivant : [tamaillon@tams.fr](mailto:tamaillon@tams.fr)

## Créer et commercialiser des produits adaptés aux familles : séjours, expériences, micros-aventures...

Connaître les pratiques et les tendances sur les marchés européens.  
Créer sa stratégie de positionnement Familles.



### METHODES ET MOYENS MOBILISES

- Positionnement du stagiaire en entrée de formation.
- Exercices pratiques sur brochures, sur internet, recherche individuelle ou en petits groupes. Pédagogies sensorielles et créatives, photos-langage, Conceptualisation dessin, analyse vidéos.
- Apports théoriques sur la base de données études, en images et vidéos
- Dialogues, débats et partages lors de mises en situation.
- Structuration de fiches actions en individuel.
- Espace numérique de ressources suite à la formation, ouvert jusqu'à l'évaluation de suivi à J+6 mois.
- Groupe d'échanges en ligne entre stagiaires suite à la formation.

### MODALITES D'EVALUATION

- Evaluation des acquis individuels à travers l'analyse des productions réalisées pendant les exercices pratiques.
- Auto-évaluation orale en fin de Jour1 – consolidation des acquis en début de Jour2 – Auto-évaluation finale.
- Evaluation au regard des objectifs de la formation pour chacun des stagiaires
- Formation sanctionnée par une attestation de formation.
- Enquête satisfaction
- Evaluation de suivi à 6 mois

### SALLE DE FORMATION et matériel utile

- Salle de formation de 3 m2 mini par stagiaire, accès wifi ou 4G, outils numériques de vidéoprojection, espace bibliographie-ressources, jeux, outillage créatif.
- Un smartphone et un pc peuvent être utiles mais non obligatoires, les supports de cours sont tous hors-ligne.

### FORMATION A DISTANCE

**DUREE :** 14 heures - 2 jours

**TARIF :** 890€

**NOMBRE DE PARTICIPANTS :** 5 à 12 participants

## PROGRAMME DE LA FORMATION

### Jour 1 / 9h30-17h

#### Module A : Connaître les attentes et profils de pratique des familles en France et en Europe, et identifier ceux prioritaires pour mon activité.

- Les besoins jamais exprimés des familles pour réussir leurs vacances.
- Les données des études et enquêtes France et étranger
- Les 4 profils de pratiques marketing majeurs en mouvement
- Les tendances familles et multi-génération de notre veille européenne, ...Voyages 3G, micro-aventures, expériences immersives, les tout-petits, les ados.

#### Module B - Connaître le niveau de qualité attendu par les familles dans l'offre touristique, le reconnaître dans mon offre et être capable de prioriser des actions de progrès

- Les clés d'une destination positionnée famille,
- Les lieux de visites, activités et patrimoines qui innovent vers les familles
- Qualité familles hébergement et restauration
- Tranches d'âges et qualité famille.

Ces 4 thèmes sont traités en pédagogie dynamique "atelier world café" où chaque stagiaire travaille sur les 4 thèmes en découvrant les innovations et bonnes pratiques sur brochures, dépliants et sites internet identifiés.

- Apport sur le label Famille Plus
- Rédaction d'un plan d'actions priorisées par chacun.

### Jour 2 / 9h – 17h

#### Module C - Savoir identifier et assembler les 10 éléments clés d'une expérience réussie de découverte en famille.

- Le marché aux idées en images et vidéos : micro-aventures, exploration multi-sensorielles, temps d'enfance partagés, aventures en visites...
- *Atelier de créativité sur la base de bandes annonces vidéos d'expériences reconnues. Travail en mini-groupe et argumentation individuelle*
- Comment créer du lien, le partage intergénérationnel, les médiations exploratoires, l'apprentissage selon les tranches d'âges, la place du corps et des émotions, etc.
- Le concept de visite-aventure en autonomie en famille, où le jeu est le moteur de l'autonomie : jeux reconnectés aux sens, jeux virtuels, un trésor c'est quoi..., les aventures en nature ou en villages... Enquêtes smartphone, jeux tablettes, géocaching, etc.
- La Famille de 2030, en déconnection ou en reconnection ?

Suite jour 2...

#### Module D - Construire une communication efficace vers les publics familles, et adaptée à mon offre.

- Les pratiques actuelles de communication vers les familles des acteurs touristiques ou culturels
  - Benchmark avec vos smartphones en images et vidéos : sites internet de destinations, sites patrimoniaux, tour-opérateurs familles, brochures stations familles plus, Parc à thèmes
- >Atelier-débat, ce qui marche ou pas ?  
>Apport synthèse sur les éléments essentiels d'une stratégie de communication famille réussie.  
>Atelier de positionnement communication de mon offre, repérages des points forts et faibles et rédaction des actions prioritaires.

*Evaluation à chaud  
Présentation de la plateforme de ressources  
pour continuer le travail  
Rappel des échéances qualité et suivi à 6 mois*

#### Horaires :

Jour 1 : 9h-17h

Jour 2 : 9h-17h

Pause repas : 1h

#### Vous êtes en situation de handicap ?

Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques lors de votre inscription.

Dossier d'inscription disponible sur [tams.fr](http://tams.fr) - rubrique formations, ou sur demande à l'adresse suivante : [tamaillon@tams.fr](mailto:tamaillon@tams.fr)