

Etudier l'opportunité et définir le produit touristique

Le titulaire de cette [activité-responsabilité] : Analyse les segments de clientèles et leurs attentes. Analyse l'offre actuelle et définit les évolutions souhaitables de cette offre et les produits à créer (opportunité). Construit, à partir de ces observations, le cahier des charges de l'offre. Valide la capacité des prestataires à produire l'offre. Définit les conditions et modes de promotion possibles et de commercialisation de l'offre. Supervise la conception technique des produits (voir [D-13]).

Ressources nécessaires

L'organisme doit fournir au collaborateur : La stratégie produits et commercialisation de l'organisme et/ou du territoire. Les données, observations, études ou analyses disponibles nécessaires à son travail. Le collaborateur doit être en capacité de : Réaliser un diagnostic (le cas échéant). Transcrire les éléments d'observation et de diagnostic en offre produit. Maîtriser les techniques de marketing. Faire travailler des groupes en utilisant les techniques d'intelligence collective. Imaginer des produits novateurs. Savoir susciter et/ou utiliser la créativité et l'imagination des collectifs constitués. Utiliser, le cas échéant, les techniques de management de projet. Le collaborateur doit acquérir et entretenir : Ses connaissances et compétences en marketing. Sa connaissance de l'offre touristique locale et de ses évolutions potentielles. Sa connaissance des marchés ou segments de marchés cibles et/ou des thématiques/lignes ou familles de produits... sur lesquels il travaillera.

Précisions

Cette [activité-responsabilité] relève du portefeuille de compétences de base, ou du portefeuille de compétences techniques, selon la formation et/ou l'expérience de son titulaire et des attendus de l'organisme de tourisme. En amont, la stratégie d'offre produits relèvera du portefeuille de compétences stratégiques et/ou politiques. Historiquement, cette [activité-responsabilité] était réalisée en interne au sein de l'organisme. De plus en plus ouverte sur les différents partenaires et prestataires, elle peut aujourd'hui se réaliser de façon collective. Ce devrait être une [activité-responsabilité] essentiellement principale, même si elle sera généralement annexe.

Conditions particulières d'exercices

RAS

Activités-responsabilités associées

En niveau +1 :

- I-11: Déployer et mettre en œuvre la stratégie

En niveau -1 :

Aucune

Spécialisation

- I-11: Déployer et mettre en œuvre la stratégie

Activités-responsabilités connexes

- I-11: Déployer et mettre en œuvre la stratégie

Exemples d'intitulé de poste

Directeur(trice), Responsable de marchés, Responsable de service promotion, Chargé de promotion, Chargé de production, Responsable service commercial

Types de compétences

Base
Technique
Stratégique et politique