Institut du Tourisme

Fédération des offices de tourisme de Bretagne

Workbook

Introduction pour concevoir une visite d'entreprise

1. Présentation

Bienvenue dans le module « Introduction pour concevoir une visite d'entreprise ». Que vous soyez un professionnel cherchant à enrichir l'expérience de vos visiteurs ou un responsable souhaitant renforcer la visibilité de votre entreprise, ce cours est pour vous. Nous explorerons ensemble les meilleures pratiques pour ouvrir les portes de votre entreprise au public. Ce faisant, nous apprendrons comment une visite bien organisée peut non seulement renforcer la réputation de votre entreprise, mais aussi créer un lien durable avec clients, partenaires et le grand public. Préparez vous à transformer chaque aspect de la visite d'entreprise en une opportunité de valorisation et de connexion.
Ce module d'e-learning est conçu pour fournir aux organisateurs d'événements, aux responsables de communication et aux cadres d'entreprise les compétences et les connaissances nécessaires pour planifier et exécuter efficacement une visite d'entreprise. En abordant les différentes phases de la visite, de la préparation à l'évaluation, ce cours offre un guide complet pour engager les visiteurs et valoriser l'image de l'entreprise.

Objectifs Pédagogiques :
À la fin de ce module, les apprenants seront capables de :

1. Planifier et organiser une visite d'entreprise en respectant les cadres légaux et logistiques.
2. Développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace pour promouvoir l'événement.
3. Créer un parcours de visite engageant et informatif qui met en valeur les points forts de l'entreprise tout en étant adapté à divers publics.
4. Interagir efficacement avec les visiteurs, en fournissant des informations claires et en encourageant l'interaction pour une expérience mémorable.
5. Évaluer et utiliser les retours des visiteurs pour améliorer les futures visites.

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.1 Introduction

Bienvenue sur la plateforme d'e-learning de l'Institut du Tourisme !

Introduction
Nous sommes ravis de vous accueillir sur notre plateforme d'e-learning, conçue pour vous offrir une expérience d'apprentissage flexible et enrichissante. Cette plateforme, basée sur la solution Teachable, vous permettra de suivre vos modules de formation à votre rythme et selon vos disponibilités.

Présentation de la plateforme
Pour vous familiariser avec la plateforme, nous vous invitons à visionner ce court tutoriel [insérer un lien vers le tutoriel]. Ce tutoriel vous présentera les différentes fonctionnalités de la plateforme, telles que la navigation dans les modules, l'accès aux ressources pédagogiques et l'utilisation des outils de communication.

Votre workbook
Afin de vous accompagner dans votre apprentissage, nous vous avons mis à disposition un workbook au format PDF que vous pouvez télécharger et imprimer [insérer un lien vers le workbook]. Ce workbook vous servira de support de cours et vous permettra de prendre des notes, de résumer les points clés et de réaliser des exercices.

Conseils pour une utilisation optimale de la plateforme
Pour profiter pleinement de votre expérience d'apprentissage sur notre plateforme, nous vous conseillons de suivre ces quelques conseils :

- Assurez-vous d'avoir une connexion internet stable.
- Munissez-vous de votre workbook et d'un stylo ou d'un crayon.
- Prenez le temps de lire attentivement les consignes et les instructions.
- N'hésitez pas à utiliser les outils de communication mis à votre disposition pour poser des questions et interagir avec les autres apprenants.
- Complétez votre apprentissage en consultant les ressources complémentaires mises à votre disposition.

Nous vous souhaitons un excellent apprentissage sur notre plateforme d'e-learning !
L'équipe de l'Institut du Tourisme.

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.2 Votre Workbook

Pour vous accompagner dans votre module d'E-Learning, nous vous avons mis à disposition un workbook au format PDF. Ce livret vous permettra de :

Booster votre implication et votre compréhension :

- En prenant des notes manuscrites, vous ancrez mieux les informations dans votre mémoire.
- Les exercices et les résumés vous permettent de consolider vos acquis et de vérifier votre compréhension.

Favoriser la rétention des informations :

- Le workbook vous sert de support de révision pour relire les points clés à tout moment.
- En retravaillant les notions clés, vous les mémorisez plus durablement.

Développer vos compétences :

- En synthétisant les informations et en formulant vos propres réflexions, vous aiguisez votre esprit d'analyse et de synthèse.
- Le workbook vous encourage à adopter une démarche active et critique vis-à-vis du contenu pédagogique.

Personnaliser votre apprentissage :

- Ajoutez vos notes, remarques et questions pour enrichir votre workbook et le rendre unique.
- Progressez à votre rythme en fonction de vos besoins et de vos préférences.

Gagner en autonomie et en responsabilisation :

- Vous pilotez votre apprentissage en gérant votre temps et vos efforts.
- Le workbook vous aide à suivre vos progrès et à identifier vos points forts et vos axes d'amélioration.

Compléter l'apprentissage en ligne :

- Le workbook combine les avantages de l'apprentissage autodirigé avec le dynamisme et l'interactivité des modules e-learning.
- Tirez parti d'une expérience pédagogique riche et stimulante.

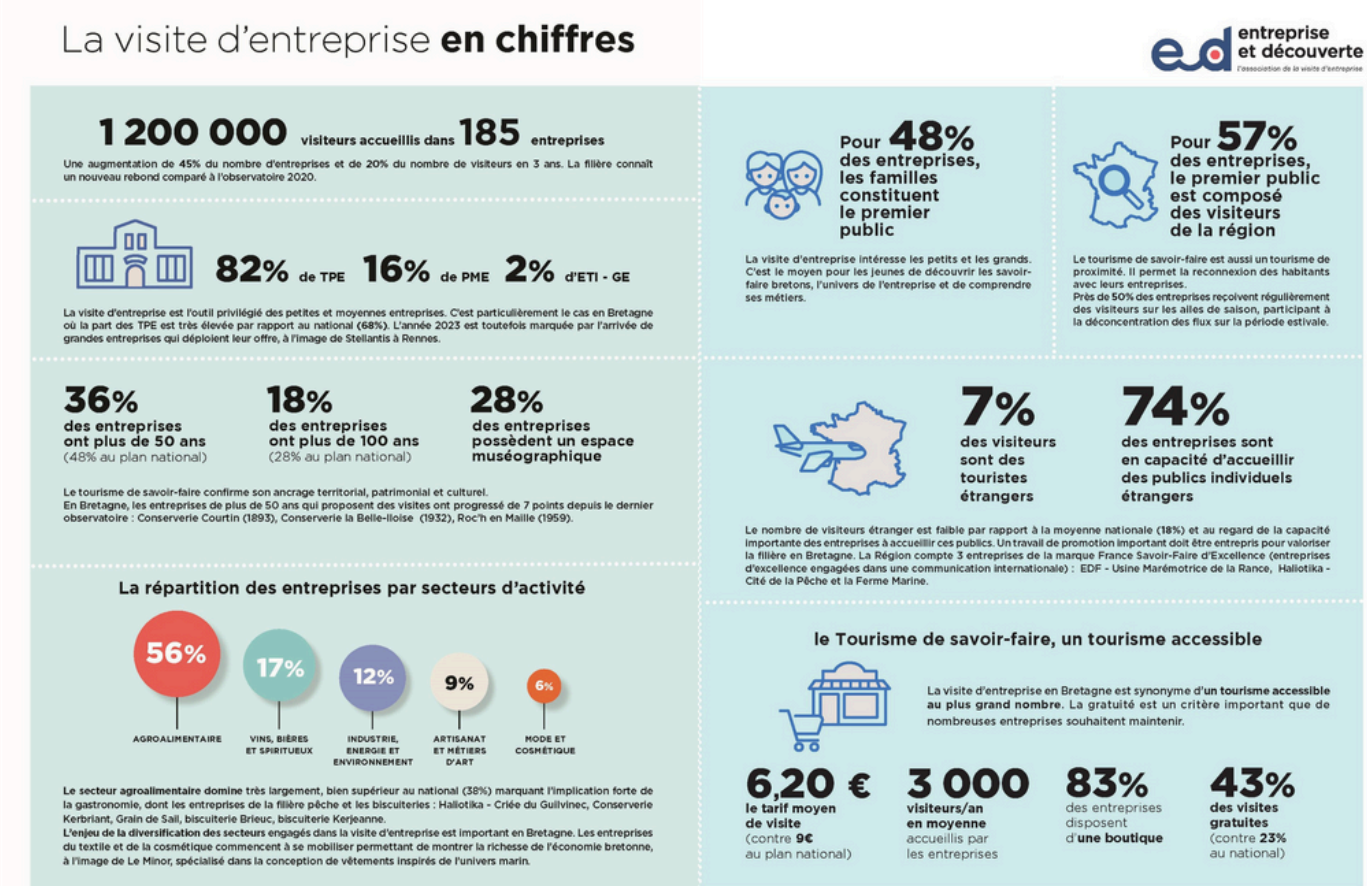
N'hésitez pas à utiliser votre workbook tout au long de votre module.

L'équipe pédagogique

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.3 La visite d'entreprise en chiffres



Infographies réalisées par l'association ***entreprises et découvertes***

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.4 Top 10 des entreprises les plus visitées

Infographies réalisées par l'association ***entreprises et découvertes***

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.5 Pourquoi ouvrir ses portes

Pour l'entreprise, une visite permet de :

- Valoriser son savoir-faire
- Fidéliser sa clientèle
- Se différencier
- Faire découvrir un métier
- Accroître sa notoriété
- Valoriser son ancrage local
- Fédérer ses équipes
- Recruter
- Solidarité
- Collecter des avis clients
- Créer des vocations

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1. Présentation

1.6 Les visites d'entreprises pour les visiteurs

Pour les visiteurs, une visite permet de :

- Découvrir les coulisses
- Connaître les entreprises du territoire
- Vivre une expérience
- Percevoir la transparence de l’entreprise

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

2. Avant la visite

2.1 Organisation préalable

Avant de commencer, il est important de rappeler que l'organisation d'une visite d'entreprise ou une journée portes ouvertes implique un certain nombre de responsabilités. Vous devez vous assurer que votre établissement est en mesure d'accueillir du public dans des conditions de sécurité optimales et que l'événement se déroule dans le respect des réglementations en vigueur.
Dans ce premier module, nous allons nous concentrer sur les aspects administratifs et les mesures de sécurité à prendre en amont de votre événement.

- **Administratif :** adressez une demande à la mairie de votre commune pour les informer de l'accueil de public pour des journées portes ouvertes un mois avant l'évènement
- **Mesure de sécurité :** il faut pour cela établir des conditions de visite (âge minimum, tenue spéciale exigée...)
- **Communication interne :** assurez-vous que vos employés soient tous prévenus que des visites vont avoir lieu dans l'entreprise
- **Stationnement :** Facilitez au maximum la venue des visiteurs en assurant une bonne accessibilité aux locaux de votre entreprise.

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

2. Avant la visite

2.2 Communication

L'organisation de visites d'entreprise réussies nécessite une communication efficace pour informer et mobiliser l'ensemble des parties prenantes. Cette leçon explore les stratégies clés pour :

- **Sensibiliser les parties prenantes internes et externes** aux visites d'entreprise et à leurs objectifs.
- **Susciter l'intérêt et l'enthousiasme** pour les visites afin de maximiser la participation.
- **Assurer une communication claire et transparente** sur les enjeux, le déroulement et les consignes de sécurité.
- **Favoriser une expérience positive et mémorable** pour les visiteurs, renforçant ainsi l'image de l'entreprise.

Les essentiels :

- **Réunion d'information**
- **Communication par e-mail**
- **Communication auprès du comité d'entreprise**
- **Kit communication**
- **La presse locale**
- **Vers les visiteurs**
- **Signalisation**
- **Formulaires d'autorisation de droit à l'image**

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

2. Avant la visite

2.3 Les labels

Bienvenue à cette leçon sur les labels à valoriser auprès de votre public.

Entreprises du Patrimoine Vivant : le label d'État français qui reconnait l'excellence des savoir-faire d'exception

Origine France Garantie : la certification Origine France Garantie assure aux consommateurs la traçabilité d'un produit en donnant une indication de provenance claire et objective.

Bienvenue à la ferme : le label Bienvenue à la ferme a été créé en 1988 par les chambres d'agriculture afin de favoriser un tourisme d'échange et de proximité.

Destination d'Excellence : le label vise au renforcement de la qualité sur tout le champ de l'offre touristique.

Vignobles & découvertes : le label Vignobles & Découvertes correspond à une marque collective, la marque Vignobles & Découvertes, dont la gestion et la procédure d'attribution sont encadrées par un règlement d'usage.

Fabriqué en France : la mention « Fabriqué en France », « Produit en France » ou « Made in France » est une mention que les fabricants ou les distributeurs peuvent faire figurer, sous certaines conditions, sur leurs produits pour attester de leur origine française.

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

2. Avant la visite

2.4 Formation des employés

Former les employés pour la réussite de vos visites d'entreprise
La réussite d'une visite d'entreprise repose en grande partie sur l'implication et la préparation des employés qui accueilleront les visiteurs. Cette section de votre module e-learning s'attardera sur les points clés de la formation à dispenser à vos équipes afin de garantir une expérience positive et enrichissante pour tous.

1. Déterminer l'équipe responsable
2. Choisir et former les guides
3. Prévoir un système de binôme ou d'astreinte
4. Se former pour mieux animer
5. Confier l'accueil et la billetterie à l'office de tourisme local

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

2. Avant la visite

2.5 Le guide

Dans cette leçon, nous nous concentrerons sur l'importance de la visibilité et de l'identification du guide pour garantir une expérience optimale à vos visiteurs. Des visiteurs bien guidés et informés sont des visiteurs satisfaits !

- **Le guide doit aisément être identifiable par les visiteurs.** Il peut porter un gilet de couleur vive ou un autre élément distinctif.
- **Les visiteurs doivent également être identifiables**, par exemple, en portant un badge ou un gilet de couleur différente.

- **Communication claire et efficace**
- **Simplifier les informations**
- **Distribution des supports**
- **Gestion des questions**

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

3.1 Accueil des visiteurs

Aménagez un espace d'accueil calme et agréable pour les visiteurs. À cet endroit, vous pourrez réaliser les vérifications de la billetterie et introduire la visite lorsque le groupe est au complet.

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

3.2 Introduction de la visite

Avant la visite :

- Rassemblez votre groupe dans un espace dédié et préparez une petite introduction
- Créez une ambiance conviviale et favorisez l'échange pour captiver l'attention de votre public
- ...

Pendant la visite :

- Adoptez une posture positive et enthousiaste
- Partagez des anecdotes et des informations captivantes en lien avec l'entreprise et ses activités
- ...

À la fin de la visite :

- **Prévoyez un temps d'échanges** pour répondre aux dernières questions des visiteurs et recueillir leurs impressions
- ...

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

3.3 La création du parcours

Le parcours doit satisfaire la curiosité du visiteur tout en respectant les contraintes de production de l'entreprise. Il doit être fluide et doit préférablement suivre le sens de production pour permettre aux visiteurs de comprendre l'ensemble du processus. Évitez de revenir en arrière pendant la visite.
Adaptez la visite à tous les publics et au nombre de personnes présentes ce jour-là. L'un des objectifs de ces visites est de séduire le consommateur. Gardez donc en tête qu'il s'agit de leur faire découvrir et apprécier votre savoir-faire.

Votre parcours peut prendre plusieurs formes :

- Parcours au sol
- En surplomb
- Mixte
- À travers des baies vitrées

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

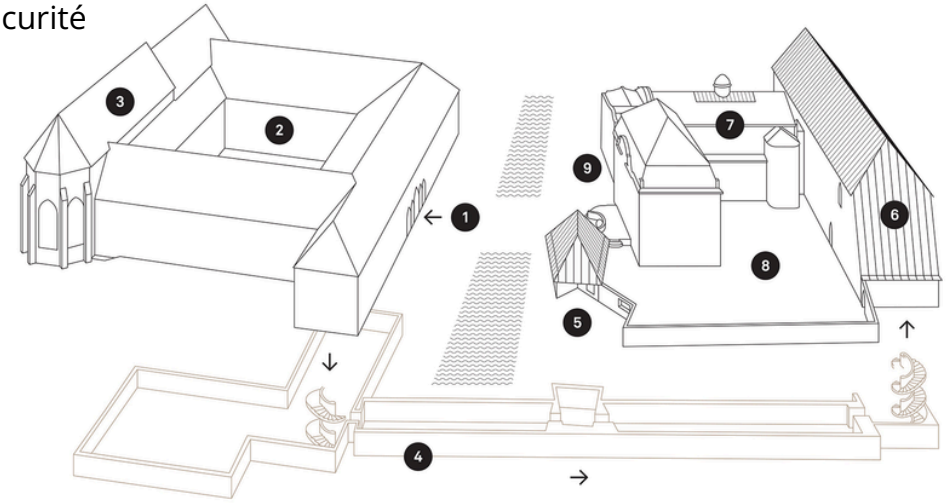
3.4 La parcours de visite

Planifier le parcours de visite d'entreprise : pour une expérience fluide et sécurisée

- Concevoir un circuit logique
- Valoriser les espaces clés
- Exclure les zones sensibles

En plus de ces points clés, il est important de tenir compte des éléments suivants :

- Le public cible
- La durée de la visite
- Les supports de communication
- Les mesures de sécurité



1 Entrée, Sortie / Eingang, Ausgang / Entrance, Exit
Boutique

2 Cloître
Archéologie
Arts du 11e–16e siècle
Arts décoratifs
Arts et traditions populaires
Histoire régionale
Jardin du cloître

3 Chapelle
Retable d'Issenheim

4 Galerie
Histoire du musée
Arts du 19e–20e siècles
Arts décoratifs

5 La Maison
Schuler, Rouault, Monet

6 Ackerhof
Arts du 20e–21e siècles
Exposition temporaire

7 Piscine
Évènements
Café

8 Cour
Verger du musée

9 Office de tourisme

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

3.5 Le discours

Le discours doit être clair et compréhensible pour tous. Adaptez-vous à votre audience et expliquez de manière précise les thermes techniques utilisés. Il est nécessaire de parvenir à vulgariser le discours. Pour cela, bannissez le jargon de votre secteur d'activités en évitant les termes trop techniques sans explications !

L'objectif est de transmettre votre savoir-faire de la manière la plus simple et accessible possible. Faites découvrir aux visiteurs les valeurs et l'histoire de l'entreprise à travers un discours accrocheur. Mettez en avant ce qui vous rend unique à travers une histoire captivante.

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

3. Pendant la visite

3.6 Conclure la visite

Terminez la visite en offrant un moment de conclusion pour récapituler les points clés, répondre aux dernières questions et exprimer votre gratitude envers les visiteurs pour leur participation et leur écoute.

- **Répondre aux questions des visiteurs**
- **Remercier les visiteurs**
- **Offrir des documents ou des goodies**
- **Distribuer un dépliant de votre entreprise**
- **Inviter les visiteurs à visiter votre boutique (si vous en avez une)**
- **Organiser un tirage au sort**
- **Proposer un verre de bienvenue ou un petit goûter**

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

4. Après la visite

4.1 Espace convivial

Aménagez un espace convivial pour une expérience client réussie et offrez à vos visiteurs un moment convivial et informatif après leur visite.

- **Un espace multifonctionnel**
- **Créez un lieu attractif**

Dégustation : un plaisir pour les papilles
Créez un espace dédié à la dégustation et émerveillez les sens de vos visiteurs

- **Choisissez un emplacement approprié**
- **Aménagez l'espace**
- **Sélectionnez les produits**
- **Prévoyez des fiches produits**

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

4. Après la visite

4.2 Point de vente

Mettez vos produits en valeur :

- Disposition stratégique
- Mise en scène
- Matières premières et outils
- Fluidité du mobilier
- Idées-cadeaux
- Gammes variées
- Approche sensorielle
- Paiement pratique
- Packaging soigné
- ...

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

4. Après la visite

4.3 Feedback

Sondage client : donner la parole aux visiteurs
Objectif : Recueillir les impressions des visiteurs pour mieux comprendre leur expérience et identifier les points d'amélioration.

Distribution de questionnaires :

- Proposer de courts questionnaires attrayants à la fin de la visite.
- Envisager une enquête en ligne accessible via un QR code ou un lien.

Avantages :

- Compréhension fine de l'expérience client.
- Identification des points forts à valoriser et des points faibles à corriger.
- Recueil de suggestions concrètes pour améliorer la satisfaction.

Démonstration de l'importance accordée à l'avis des visiteurs.

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

4. Après la visite

4.4 Débriefing interne

Retour d'expérience et analyse des visites
Objectif : Améliorer les futures visites en recueillant les commentaires des équipes et des personnes impliquées.

- **Favoriser un échange ouvert et constructif.**
- **Se concentrer sur les faits et les observations.**
- **Respecter les différents points de vue.**
- **Tirer des conclusions concrètes et actionnables.**

Exemple de questions à poser lors du débriefing :

- **Qu'est-ce qui s'est bien passé pendant la visite ?**
- **Qu'est-ce qui aurait pu être mieux ?**

Notes :

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

CC BY-NC-ND 4.0 : Institut du tourisme de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne