

Directeur de produits touristiques

RNCP15965 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334
Code(s) ROME	G1301, M1706, M1703
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	08/02/2020

Certificateur(s)

EXCELIA GROUP · SIRET : 34876850800015<https://www.excelia-group.com>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les métiers visés consistent à créer et mettre en marché des produits touristiques (groupant activités, transports, hébergement, restauration) adaptés à une clientèle selon la demande, les besoins, les tendances et la prospective en fonction d'une destination touristique. Il s'agit d'élaborer une stratégie adaptée à un marché, notamment d'un point de vue marketing. Cette stratégie s'inscrit dans une stratégie générale d'entreprise et selon un contexte géopolitique (mondial et/ou lié à la destination touristique concernée) que le professionnel doit maîtriser et anticiper. Le cœur de son métier étant de concevoir et commercialiser un produit touristique, le professionnel se doit d'en maîtriser en tant qu'expert tous les aspects stratégique, marketing et juridique. Une fois le produit conceptualisé et prêt à être commercialisé, il lui faut former et manager les équipes de ventes afin d'atteindre les résultats commerciaux et financiers prévus dans le business plan et en accord avec les enjeux financiers de l'entreprise. Désormais, une commercialisation réussie nécessite également une bonne connaissance de la chaîne de valeur au sein de l'industrie du voyage, et en particulier une capacité à concevoir et mettre en place des collaborations avec des acteurs spécialisés dans l'acquisition de clients potentiels ('leads').

Ces métiers s'exercent aussi bien dans le secteur privé comme les agences de voyages, les agences réceptives, les voyagistes, les forfaitistes, les autocaristes ou les structures d'hébergements (resort, hôtel, village vacances...) que dans le secteur public au sein des offices de tourisme, comités départementaux et régionaux de tourisme ou encore au sein des instances publiques nationales comme Atout France et ses agences à l'étranger.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

Fonction 1 - Déterminer les enjeux stratégiques

- Diagnostiquer les problématiques de développement d'une destination touristique
- Assurer une veille stratégique sur les tendances touristiques et les contextes géopolitiques

Fonction 2 - Concevoir une stratégie marketing et un plan d'actions

- Définir une stratégie adaptée aux enjeux touristiques
- Concevoir le produit touristique
- Elaborer un plan d'actions commerciales adaptées
- Concevoir des produits et services

Fonction 3 - mettre en œuvre la stratégie

- Organiser la prestation touristique
- Gérer des ressources

- Manager une équipe de vente

Blocs de compétences

RNCP15965BC01 — Déterminer les enjeux stratégiques

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Conduire des enquêtes qualitatives et quantitatives pour réaliser une étude de marché
- Analyser des études d'environnement, de concurrence, de clientèle pour caractériser les différentes composantes du marché touristique et faire évoluer son offre
- Identifier et caractériser les principaux attraits touristiques et activités récréatives des destinations et les situer par rapport aux grands courants politiques, économiques et sociaux pour constituer son offre
- Interpréter les résultats obtenus en mettant en exergue les facteurs clefs de succès et les avantages concurrentiels
- Conceptualiser et mettre en œuvre un système de recueil d'informations internes et externes sur le marché
- Elaborer un tableau de bord prospectif sur l'évolution des consommations des clients.
- Assurer une veille géopolitique internationale et réglementaire pour anticiper les risques pour le client
- Exploiter les informations afin de dresser des perspectives commerciales

Modalités d'évaluation :

Réalisation d'une étude de marché ciblée sur une destination ou un produit touristique spécifique et dans un contexte donné.

Réalisation d'une étude prospective ciblée sur une destination ou un produit touristique spécifique et dans un contexte donné en lien avec l'étude de marché

RNCP15965BC02 — Concevoir une stratégie marketing et un plan d'actions

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Caractériser et comparer les produits et les consommateurs touristiques pour pouvoir les segmenter
- Positionner le produit sur le marché et au sein d'un portefeuille produits en fonction des cibles définies
- Définir les objectifs de chiffres d'affaires en fonction des produits et des cibles (taux de fréquentation, facteurs de saisonnalité, capacité de charges...)
- Elaborer un tableau de bord de pilotage adapté
- Sélectionner les activités touristiques (visites, loisirs...)
- Sélectionner les services supports (restauration, hôtellerie...)
- Sélectionner les moyens de transports
- Concevoir le déroulé du séjour en documentant le parcours expérientiel de l'utilisateur du service/produit (itinéraire, guide, animation...)
- Sourcer les prestataires (repérer, évaluer et contractualiser avec un cahier des charges qualitatif)
- Etablir le budget avec différentes variables (remplissage, seuil de rentabilité, volume de départ...)
- Définir la rentabilité et les enjeux économiques du projet
- Concevoir un plan d'actions commerciales avec des objectifs mesurables et atteignables en termes de taux d'occupation, de fidélisation clients, de CA...
- Concevoir un plan de communication en utilisant différents médias (actions de relations publiques, activités événementielles, sites sociaux...)
- Développer et animer un réseau de distribution : Tour-opérateurs, autocaristes, agences de voyages, agences d'événementiels, office de tourisme...
- Concevoir le budget en proposant des moyens adaptés pour atteindre les objectifs (publicité, promotion, RH...)
- Elaborer un tableau de bord avec des indicateurs
- Diagnostiquer et formuler des problématiques
- Proposer des hypothèses
- Concevoir un protocole d'étude adapté
- Proposer des évolutions
- Transformer des contraintes nouvelles en évolution et opportunités
- Valoriser les initiatives et innovations sur des thématiques définies et les transposer à l'entreprise
- Développer son expertise au service de l'innovation

Modalités d'évaluation :

Conception d'une stratégie marketing adaptée au marché analysé dans un contexte précis (entreprise, cibles et destination définies).

Conception d'un produit touristique dans un contexte défini lié au dossier marketing (entreprise, cibles et destination définies).

Conception d'un plan d'actions commerciales et un plan de communication adaptés au produit et en cohérence avec l'étude de marché réalisée.

Réalisation d'un mémoire de recherche appliqué, encadré par un enseignant chercheur, dans le cadre d'une mission en entreprise et avec pour objectifs de proposer des solutions innovantes pour une problématique identifiée.

RNCP15965BC03 — Mettre en œuvre la stratégie

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Contractualiser avec les différents acteurs (tour-opérateurs, voyagistes, spécialistes, chaînes hôtelières, transporteurs, etc.) en anglais ou avec la langue utilisée sur le territoire
- Suivre et optimiser la rentabilité financière des produits
- Identifier les risques
- Auditer les documents comptables, budgétaires et financiers
- Elaborer un business plan
- Concevoir les méthodes et procédures budgétaires
- Sélectionner, présenter et argumenter les coûts et investissements
- Contrôler l'activité de l'équipe et du réseau
- Elaborer un argumentaire commercial
- Gérer et animer une équipe de vente
- Concevoir des tableaux de bord de suivi (objectifs, échéance, vendeur...)
- Evaluer les résultats commerciaux et mettre en place des actions correctives nécessaires
- Traiter les requêtes clients en comprenant la demande du client, en l'analysant, en apportant une réponse dans des délais brefs (réponse aux plaintes et réclamations)

Modalités d'évaluation :

Organisation d'une prestation touristique. Le résultat est présenté sous la forme d'un rapport d'expérience.

Concevoir le business plan du produit touristique conçu après avoir analysé la situation économique de l'entreprise définie.

Réalisation d'actions de vente et analyse des équipes. Ces situations sont relatées et analysées dans un rapport rédigé par le candidat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Entreprises (agence de voyage, tour-opérateurs, réceptif)
- Parcs de loisirs

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Manager de produits touristiques
- Concepteur de produits touristiques
- Responsable commercial
- Responsable du développement touristique
- Coordinateur développement touristique
- Chef de projet Tourisme
- Chargé de mission développement - tourisme

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Les activités et professions du tourisme sont régies par le code du tourisme et principalement le métier d'agent de voyages et autres opérateurs de la vente de voyages et de séjours. (Livre II du code du tourisme)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 081 €
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	12 446
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

- Un Président, professionnel extérieur à l'Ecole
- Trois professionnels du secteur n'intervenant pas à l'Ecole
- Le Directeur de l'Ecole
- Le Directeur Expérimentiel et Développement Personnel de l'Ecole.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	08/02/2020
--	------------

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP34588

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Service communication : com@esc-larochelle.fr

Site internet Groupe Sup de Co La Rochelle

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/15965/>