

Directeur de Produits Touristiques

RNCP34588 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42659, 42627
Code(s) ROME	M1703, G1301, M1706
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/04/2020
Date d'échéance	24/04/2025

Certificateur(s)

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

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOC JEANNE PERRIMOND	78288388800029	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE MARTINIQUE	18972002200012	Former et organiser l'évaluation
GROUPE PARIS ECOLE DE MANAGEMENT	48888299400046	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE FORMATION PROFESSIONNELLE DES OUTRE-MER	90446989700014	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Il s'agit de qualifier des professionnels du tourisme experts dans leurs connaissances et compétences, à même d'avoir à la fois une approche globale, conceptuelle, pratique et commerciale au vu des enjeux financiers des opérateurs touristiques et de permettre au secteur de disposer de cadres spécialisés et opérationnels à la fois méthodiques, polyvalents et créatifs.

ACTIVITÉS VISÉES

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.

Concevoir une stratégie marketing et un plan d'action

Définir

une stratégie adaptée aux enjeux touristiques

Concevoir
le produit touristique
Élaborer un plan d'actions commerciales adaptées
Concevoir
des innovations.
Mettre en œuvre la stratégie :
Organiser la prestation touristique
Gérer des ressources
Manager une équipe de vente.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de:

analyser des études d'environnement, de concurrence, de clientèle pour caractériser les différentes composantes du marché touristique et faire évoluer son offre ;
capter et convertir un prospect par la compréhension du comportement d'achat du touriste et du mode de fonctionnement d'un tunnel de conversion en ligne.
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 ;
proposer une prospective des destinations et des services.
conceptualiser et mettre en œuvre un système de recueil d'informations internes et externes sur le marché
élaborer 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
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 variables d'ajustement
des tarifs en fonction du taux de remplissage, de la période... selon les principes du yield management
définir les objectifs de chiffres d'affaires en fonction des produits et des cibles (taux de fréquentation, facteurs de saisonnalité, capacité de charges...)
définir les objectifs de
fidélisation de la clientèle : évocation, maintien ou amélioration de la satisfaction de la clientèle, réponse aux plaintes et réclamations ;
élaborer un tableau de bord de pilotage adapté.
sélectionner les activités touristiques (visites, loisirs...), les services supports (restauration, hôtellerie...), 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) ;
établir le budget avec différentes variables (remplissage, seuil de rentabilité, volume de départ...) ;
identifier et prendre en compte le cadre juridique et législatif du pays de départ et du pays de destination ainsi que l'environnement politique et économique local ;
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 relation publique, activités évènementielles, sites sociaux...)
 optimiser les supports de
 l'e-commerce pour communiquer et commercialiser ;
 développer et animer un réseau de distribution : Tour-opérateurs, autocaristes, agences de
 voyages, agences d'évènementiels, office de tourisme...
 développer et animer des canaux de
 distribution, sites de comparateurs de prix, sites à forte audience et
 générant le meilleur trafic selon le segment de clientèle visé ;
 concevoir le budget en proposant des
 moyens adaptés pour atteindre les objectifs (publicité, promotion, RH...)
 élaborer 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 ;
 manager le changement ;
 développer son expertise au
 service de l'innovation.
 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
 et prévoir un plan d'actions préventif.
 élaborer un argumentaire commercial ;
 gérer et animer une équipe de vente ;
 concevoir des tableaux de bord de suivi (objectifs, échéance, vendeur...) ;
 argumenter sur les résultats auprès de ses collaborateurs et supérieurs ;
 évaluer 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) ;
 réaliser les entretiens annuels de fin d'année avec ses collaborateurs en lien avec les services des RH.

Blocs de compétences

RNCP34588BC01 — Déterminer les enjeux stratégique d'un projet touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Le (la) titulaire est capable de:

- 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 ;
- capter et convertir un prospect par la compréhension du comportement d'achat du touriste et du mode de fonctionnement d'un tunnel de conversion en ligne.
- 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 ;
- proposer une prospective des destinations et des services.
- conceptualiser et mettre en œuvre un système de recueil d'informations internes et externes sur le marché
- élaborer 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 prospectives commerciales

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les modalités d'acquisitions porteront sur une étude de marché

et une étude prospective ciblée sur une destination ou un produit touristique.

ou réalisation d'un portefeuille de preuves en relations avec le bloc

RNCP34588BC02 — Concevoir une stratégie adaptés aux enjeux touristique's

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 variables d'ajustement des tarifs en fonction du taux de remplissage, de la période... selon les principes du yield management
- définir les objectifs de chiffres d'affaires en fonction des produits et des cibles (taux de fréquentation, facteurs de saisonnalité, capacité de charges...)
- définir les objectifs de fidélisation de la clientèle : évocation, maintien ou amélioration de la satisfaction de la clientèle, réponse aux plaintes et réclamations ;
- élaborer un tableau de bord de pilotage adapté.
- sélectionner les activités touristiques (visites, loisirs...), les services supports (restauration, hôtellerie...), 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) ;
- établir le budget avec différentes variables (remplissage, seuil de rentabilité, volume de départ...) ;
- identifier et prendre en compte le cadre juridique et législatif du pays de départ et du pays de destination ainsi que l'environnement politique et économique local ;
- 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 relation publique, activités événementielles, sites sociaux...)
- optimiser les supports de l'e-commerce pour communiquer et commercialiser ;
- développer et animer un réseau de distribution : Tour-opérateurs, autocaristes, agences de voyages, agences d'événementiels, office de tourisme...
- développer et animer des canaux de distribution, sites de comparateurs de prix, sites à forte audience et générant le meilleur trafic selon le segment de clientèle visé ;

- concevoir le budget en proposant des moyens adaptés pour atteindre les objectifs (publicité, promotion, RH...)
- élaborer 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 ;
- manager le changement ;
- développer son expertise au service de l'innovation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les modalités d'acquisitions porteront sur:

- la conception d'une stratégie marketing pour un produit identifié.
 - la conception d'un produit touristique
 - un diagnostic d'une expérience touristique vis-à-vis d'un prestataire et recommandations
 - la conception d'un plan d'actions commerciales et d'un plan de communication adaptée à un produit
 - Soutenance liée à l'expérience professionnelle
- ou réalisation d'un portefeuille de preuves en relations avec le bloc

RNCP34588BC03 — Mettre en oeuvre la stratégie d'un projet touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 ;
- prévoir un plan d'actions préventif sur les risques.
- élaborer un argumentaire commercial ;
- gérer et animer une équipe de vente ;
- concevoir des tableaux de bord de suivi (objectifs, échéance, vendeur...) ;
- argumenter sur les résultats auprès de ses collaborateurs et supérieurs ;
- évaluer 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) ;
- réaliser les entretiens annuels de fin d'année avec ses collaborateurs en lien avec les services des RH.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- organisation d'une prestation en entreprise
 - présentation d'un business plan
 - élaboration d'un plan d'actions pour répondre à une problématique client
 - réalisation d'action de vente et analyse des actions commerciales
- ou réalisation d'un portefeuille de preuves en relations avec le bloc

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 qui sont conditionnés par le niveau de diplôme (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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE

4 personnes dans le jury

- Président : personnalité qualifiée du monde économique
- 50 à 75% sont extérieures à l'autorité délivrant la certification et représentent le secteur professionnel

4 personnes dans le jury

- Président : personnalité qualifiée du monde économique
- 50 à 75% sont extérieures à l'autorité délivrant la certification et représentent le secteur professionnel

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 657 €
Selon la branche	8 000 € – 9 161 €
Prise en charge	Branches concernées
8 657 €	Valeur par défaut · 211 branches
9 161 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 000 €	CPNEF des organismes de tourisme

Base légale

Date de décision	24/04/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/04/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	17	0	95 %	—
2017	14	2	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP15965

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40373

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36576

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.excelia-group.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34588/>