



### Pour qui ?

Ce parcours d'e-Learning « Développer son activité dans les loisirs sportifs de nature à la montagne » s'adresse aux prestataires d'activités de pleine nature qui travaillent principalement en zone de montagne, avec une clientèle touristique.



### Pré-requis ?

Etre en activité depuis au moins une saison. À priori, le porteur de nouveau projet (création d'entreprise) peut tirer parti de ce programme si le territoire d'implantation est précis et les grandes lignes de ses produits définies.



### Le programme

Ce parcours de e-Learning comprend 4 modules, composés chacun de 4 leçons. Son contenu a été rédigé avec l'appui de professionnels des loisirs sportifs de nature.

## LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les évolutions de la clientèle de montagne et ses attentes ;
- Se poser les bonnes questions sur sa propre clientèle ;
- Avoir une vision claire de son activité ;
- Savoir définir ses avantages concurrentiels sur son territoire ;
- Savoir faire évoluer son offre et ses prestations pour booster son activité ;
- Utiliser les outils de communication les plus adaptés.

LEÇON	PAGES	CONTENU
<b>MODULE 1</b>		
Introduction	3	<b>CONNAITRE LA CLIENTÈLE ET SES ATTENTES... ET SA PROPRE CLIENTÈLE</b>
Leçon 1	13	Faire le point sur la fréquentation de la montagne française
Leçon 2	13	Connaitre les attentes de base de la clientèle actuelle
Leçon 3	19	S'interroger sur sa propre clientèle
Leçon 4	14	Travailler les actions complémentaires (réclamations, veille documentaire)
Conclusion	2	Conclusion
<b>MODULE 2</b>		
Introduction	3	<b>FAIRE LE BILAN DE SON ACTIVITÉ... ET EN TIRER LES AVANTAGES</b>
Leçon 1	16	Analyser sa structure et son environnement
Leçon 2	13	Analyser ses produits
Leçon 3	10	Connaitre ses concurrents
Leçon 4	12	Connaitre les acteurs du territoire
Conclusion	2	Conclusion
<b>MODULE 3</b>		
Introduction	3	<b>OPTIMISER SON OFFRE ET SES PRESTATIONS... POUR RESTER DANS LA COURSE</b>
Leçon 1	15	Adapter son offre à la variété des clientèles (segmenter)
Leçon 2	16	Créer ou non de nouveaux produits
Leçon 3	17	Construire sa politique de prix
Leçon 4	15	Mettre en avant le développement durable dans ses prestations
Conclusion	2	Conclusion
<b>MODULE 4</b>		
Introduction	3	<b>DYNAMISER SA COMMUNICATION POUR MIEUX SE VENDRE</b>
Leçon 1	17	Construire une action de communication
Leçon 2	17	Utiliser Internet et les médias sociaux
Leçon 3	14	Construire son plan de communication
Leçon 4	18	Travailler les actions complémentaires (accueil, signalisation)
Conclusion	2	Conclusion
	<b>259 Pages</b>	



## Souplesse d'utilisation

Les cours peuvent être interrompus et repris autant de fois que nécessaire. Généralement la lecture rapide d'un module prend environ 1h30 mais il est conseillé d'y consacrer plus de temps, et d'y revenir régulièrement pour le « mettre en application » avec son activité.



## Téléchargements

Les leçons sont agrémentées d'exemples, de jeux et contiennent des outils et synthèses téléchargeables. Vous pouvez appliquer les outils proposés, en vous appuyant sur les différentes situations proposées.

### Exemple de Leçon

The screenshot shows a lesson interface with a sidebar menu on the left containing 'Introduction', 'Leçon 1', 'Leçon 2', 'Leçon 3', 'Leçon 4', and 'Conclusion'. The main content area features a cartoon bear character with a speech bubble asking 'Etes-vous prêts à devenir ambassadeur du tourisme durable ?'. Below this, text explains the importance of sustainable tourism and provides a tip: 'Parler de préservation de la faune et de la flore ne suffit plus. D'autres aspects sont à aborder. Quelques pistes : Cliquez sur les photos'. There are two photo thumbnails: one of a mountain village and another of a horse-drawn carriage in a snowy landscape.

### Exemple de quizz

The screenshot shows a quiz interface with a question: 'Regardez les différents types de prix'. The instruction is 'Associez les définitions aux types de prix. Comment procéder ? Cliquez ICI. Pour en savoir plus, cliquez sur les ampoules'. There are four price types listed on the left, each with a checkbox and a lightbulb icon: 'Le prix plancher', 'Le prix d'appel', 'Le prix de prestige', and 'Le prix d'accessibilité ou prix psychologique'. On the right, there are four definitions labeled A, B, C, and D, each with a checkbox. A 'Valider' button is at the bottom.

À la fin de chaque leçon, une synthèse imprimable rappelle les points les plus importants.

À la fin de chaque module, un quizz d'entraînement et une évaluation finale permettent de vérifier si les points importants sont acquis.

La durée de suivi de cette e-formation est limitée à UN AN.

Pour toute information complémentaire ou pour des achats groupés (10 parcours minimum) contacter :

**Atout France-Délégation montagne**

04 79 72 76 72

➔ christine.beaumont@atout-france.fr

➔ david.debruyne@atout-france.fr

