



Nouméa, le 03 décembre 2025.

CAHIER DES CHARGES ACTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE
2026

THEMATIQUE 9 : STRATEGIE MARKETING COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION

« Coaching – Réussir sa présence au Salon du Tourisme »

Code: SMC 9.34

Contexte de l'action :

Sud Tourisme est en charge de promouvoir et de commercialiser l'offre touristique de son territoire et organise chaque année un salon du tourisme. Cet événement vise à mettre en avant la destination tout en offrant aux acteurs du tourisme l'occasion de gagner en visibilité auprès du public et de présenter et commercialiser leurs offres.

Dans la perspective du prochain Salon du Tourisme prévu en mai 2026 (date susceptible d'être modifiée), la province Sud propose via son programme de professionnalisation des acteurs du tourisme « PPAT » un coaching « **Réussir sa présence au Salon du Tourisme** » destiné aux prestataires touristiques de la province Sud souhaitant participer à cet événement.

Participer à un événement est souvent un moment clé dans l'activité d'une entreprise. Bien le préparer et le réussir est un outil de communication des plus puissants qu'il faut apprendre à maîtriser.

« Coaching – Réussir sa présence au Salon du Tourisme »

Code: SMCC 9.34

Le public cible :

- ✓ Tout professionnel de l'hôtellerie-restauration, du tourisme et des loisirs exerçant en province Sud et souhaitant participer au Salon du Tourisme

Prérequis

- ✓ Souhaiter préparer et optimiser sa présence au salon du tourisme.

Les objectifs généraux de la formation :

- ✓ Préparer et optimiser sa présence lors d'évènementiels.

Résultats attendus à l'issue du coaching (en fonction des besoins identifiés)

- ✓ Une préparation claire et méthodique

Les prestataires repartent avec une checklist complète de préparation pour le Salon du Tourisme. Ils savent exactement quoi préparer, quand, comment et avec quels outils.

- ✓ Une présence optimisée sur le salon

Les professionnels comprennent comment valoriser leur offre, même avec un petit budget. Ils savent organiser leur espace, leur matériel et leurs supports pour maximiser l'impact.

- ✓ Une communication plus performante

Les participants acquièrent les bonnes pratiques pour attirer les visiteurs sur leur stand. Ils repartent avec des techniques pour pitcher efficacement leurs produits/services.

- ✓ Une gestion budgétaire mieux maîtrisée

Les prestataires maîtrisent les leviers pour réduire les dépenses inutiles. Ils identifient des solutions économiques mais professionnelles (visuels, aménagement, PLV, outils).

- ✓ Une image professionnelle renforcée

Amélioration de la cohérence visuelle et du discours commercial.

Les participants comprennent comment mettre en scène leur marque de manière simple et impactante.

- ✓ Une offre structurée et mise en avant

Le coaching permet de revoir la structure de l'offre, les tarifs, les messages clés.

Les prestataires sont capables de présenter clairement leur valeur ajoutée aux visiteurs et partenaires.

- ✓ Un suivi renforcé après le salon

Les professionnels repartent avec des actions à mener après le salon (relances, collecte de contacts, suivi). Objectif : transformer les contacts en ventes.

- ✓ Une participation plus sûre et plus professionnelle

Les participants gagnent en confiance, en autonomie et en efficacité.

Ils deviennent plus à l'aise dans la participation à ce type d'événement.

Contraintes

- ✓ Prendre en compte les contraintes horaires, budgétaires, le rythme de travail et les modes d'apprentissage du participant

Organisation matérielle et logistique de ce module :

- ✓ Détailler les coûts logistiques éventuels : frais téléphoniques, accès à une plateforme en ligne ...

- ✓ Établir la proposition au prix unitaire du coût du coaching par participant

Évaluations : l'organisme de formation assurera les modalités d'évaluations suivantes :

Suivi : un tableau de suivi et reporting des coachings en cours devra être transmis chaque fin de mois

Évaluations :

- ✓ Une évaluation des attentes des stagiaires en amont du coaching
- ✓ Une évaluation des savoirs et savoir-faire acquis en fin de coaching
- ✓ Une évaluation de la satisfaction des stagiaires en fin de coaching
- ✓ Une évaluation post coaching (bilan de clôture/tableau de suivi)
- ✓ Une évaluation à froid à la suite du salon du tourisme

Méthodologie :

- ✓ La formation individualisée exige des conditions spécifiques de mise en œuvre : en termes de modalités d'organisation, méthodes et ressources pédagogiques qui devront être détaillées dans la proposition.
- ✓ Établir un code d'engagement et de suivi entre formateur et apprenant.
- ✓ Prioriser l'acquisition d'outils concrets directement applicables au quotidien

Durée et nombres de sessions

- ✓ 1 heure d'entretien pour lister les besoins précis du participant
+ 4 heures maximum par coaching individualisé/participant, selon les besoins identifiés
- ✓ 20 coachings

Calendrier : l'action est pré positionnée comme suit :

- ✓ Jusqu'à la date du salon du tourisme

Validation

- ✓ Une attestation de formation ou attestation de suivi de coaching

Lieu

- ✓ A distance ou en présentiel.

Nombre de participants :

- ✓ 1 participant par formation individualisée (coaching)

Profil recherché pour l'intervenant

- ✓ Marketing
- ✓ Outils de communication
- ✓ Merchandising
- ✓ Agencement de stand
- ✓ Formation de formateur pour adultes et/ou expérience pédagogique avérée dans la formation pour adultes
- ✓ Une bonne connaissance du tourisme en Nouvelle Calédonie est un plus