



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
ET DU TOURISME

Nouméa, le 03 décembre 2025.

CAHIER DES CHARGES ACTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE
2026

THEMATIQUE 9 : STRATEGIE MARKETING ET COMMUNICATION

« Coaching marketing et communication »

Code : SMCC 9.39

Contexte de l'action : Mettre en œuvre une démarche marketing dans une entreprise entraîne très souvent des réticences de la part du dirigeant. Les raisons invoquées : le manque de connaissances, de temps et/ou de moyens financiers. Pourtant aujourd’hui plus que jamais, dans un contexte où le tourisme de proximité devient une orientation forte, savoir apprécier son marché, apprendre le langage du client, évaluer son offre en fonction de segments de clientèle visées, savoir se démarquer, repenser ses produits … sont autant d’éléments incontournables pour atteindre une performance durable.

Argument plateforme : Un accompagnement concret et sur mesure pour valoriser votre entreprise, mieux communiquer et développer votre chiffre d’affaires.

« Coaching marketing et communication »

Code : SMCC 9.39

Le public cible :

- ✓ Tout professionnel de l’hôtellerie-restauration, du tourisme et des loisirs exerçant en province Sud.

Prérequis

- ✓ aucun

Les objectifs généraux de la formation :

- ✓ Analyser et optimiser son offre de services,
- ✓ Définir une stratégie de communication.

Résultats attendus à l'issue de la formation

- ✓ Clarification de la stratégie marketing : une feuille de route stratégique claire permettant de cibler les efforts à réaliser par le prestataire, **intégrant un travail sur la construction tarifaire des offres, régulièrement perçue comme un enjeu sensible.**
- ✓ Construction ou optimisation du plan de communication : un plan de communication concret, réaliste, adapté aux moyens de l'entreprise et permettant une certaine autonomie du prestataire.
- ✓ Amélioration des connaissances et des pratiques en marketing et communication de l'opérateur touristique : mieux prendre en compte les besoins et attentes de la clientèle, définir ses offres et services en fonction des besoins clients, capacité à décider plus rapidement et plus efficacement.

Contraintes

- ✓ A prendre en compte les contraintes horaires, le rythme de travail et les modes d'apprentissage du participant.

Organisation matérielle et logistique :

- ✓ 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 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 de la formation
- ✓ Une évaluation des savoirs et savoir-faire acquis en fin de session
- ✓ Une évaluation de la satisfaction des stagiaires en fin de session
- ✓ Une évaluation post formation de la session (bilan de clôture/tableau de suivi)
- ✓ Entre 3 et 6 mois après la formation une évaluation de l'efficacité de la formation en milieu professionnel.

Méthodologie :

- La formation individualisée à distance 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
- Préciser également les indicateurs choisis pour les évaluations à froid entre 3 et 6 mois

Durée et nombres de sessions

- ✓ 5h par formation individualisée à distance/participant
- ✓ Au maximum 5 sessions de formations individualisées à distance seront proposées

Calendrier : l'action est pré positionnée comme suit :

- ✓ De mars à mi-novembre 2026

Validation

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

Lieu

- ✓ A distance

Nombre de participants :

- ✓ 1 participant par formation individualisée (coaching)

Profil recherché pour l'intervenant

- ✓ Marketing, webmarketing, communication
- ✓ Très bonne connaissance des outils numériques
- ✓ Formation de formateur pour adultes et/ou expérience pédagogique avérée dans la formation pour adultes
- ✓ Bonne connaissance du tourisme en Nouvelle Calédonie

Remarques :

- ✓ Temps de concertation à prévoir en amont des coachings avec les services de promotion touristique de la province Sud