

## Accompagner l'évolution des compétences des métiers de la relation client en lien avec la stratégie de développement touristique du territoire

*Projet porté par CREATIV', le cluster emploi-compétences du bassin dijonnais*

### Le projet

CREATIV' conduit un chantier en lien avec le développement touristique du territoire, consécutif aux 2 inscriptions UNESCO (Repas gastronomique des Français, Climats de Bourgogne), au projet de Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin et à la reconnaissance du centre-ville de Dijon comme Zone Touristique Internationale (ZTI).

Ils s'inscrivent dans une démarche partenariale ambitieuse impliquant aux côtés des acteurs territoriaux du développement économique et de l'emploi (Dijon Métropole en particulier), les représentants des OPCA concernés (FAFIH, FORCO, AGEFOS PME) et font en particulier l'objet d'un soutien politique des Présidents de l'UMIH 21 et de l'UMIH Bourgogne.

Le périmètre d'activité du projet est le suivant : hôtellerie-restauration, commerce, culture, tourisme.

**Ce projet a pour objectif d'accompagner la montée en compétences des actifs du secteur en lien avec les métiers de la relation client**, particulièrement affectés par les exigences croissantes de la clientèle et les mutations de l'activité touristique. On entend par relation client les métiers intégrant des fonctions d'accueil, d'information, d'orientation, de conseil, de vente et de promotion du territoire.

Pour cela, à la suite d'investigations conduites auprès de plus de **60 employeurs**, un **tronc commun d'activités a été défini** visant à recenser les compétences favorisant la montée en gamme des services offerts sur le territoire. **Il vient répondre au besoin en savoir-être exprimé par les professionnels tout en démontrant combien ceux-ci sont des compétences à part entière.**

### Cinq dimensions ont été mise en exergue :

- La connaissance de l'histoire, du patrimoine matériel/immatériel, des produits du territoire et de l'offre touristique
- La gestion relationnelle (attitudes, postures, registre de langage)
- Les techniques commerciales (les besoins du client et ses attentes)
- La gestion de la diversité des clientèles (dimension linguistique, codes culturels, comportements)
- La digitalisation au service des nouvelles formes de consommation et de commercialisation

Dans le même temps, les investigations ont également permis de relever **la faible capacité de l'offre locale de formation à proposer des formats** :

- Combinant l'ensemble des savoirs nécessaires au développement de ces compétences.
- S'adaptant aux contraintes des entreprises pour proposer des situations d'apprentissage correspondant au travail vécu (manque de disponibilité pour envoyer les salariés en formation ou bien pour accueillir des demandeurs d'emploi).
- Développant une véritable ingénierie de développement des compétences en renouvelant les apprentissages.
- Proposant des formats adaptés aux contraintes du secteur et des contenus attractifs misant sur un nouveau rapport à la formation et à la pédagogie.
- Valorisant les métiers de la relation client à la hauteur des enjeux liés au développement de la destination des Climats de Bourgogne mais également au haut niveau de compétences attendues (par opposition à l'image de métiers peu qualifiés relevant du niveau V).

Aussi, est-il apparu une forte connexion entre les questions relevant de la promotion des métiers de la relation client et celles relatives aux développement des compétences pour renforcer l'attractivité à la fois des métiers et des formations.

Un projet qui est au cœur des orientations du plan d'investissement dans les compétences car il réinterroge :

- les savoirs des métiers de la relation client
- les modalités pédagogiques d'apprentissages pour développer les compétences en lien
- l'intervention et l'offre des organismes de formation
- la commande publique de formation
- les pratiques RH des entreprises grâce à l'identification de la diversité des activités à conduire et le haut niveau de compétences attendu.

Un projet qui vise :

- l'accès à la formation des moins qualifiés,
- à compléter les parcours d'accès à la formation en proposant de nouveaux formats pédagogiques, modulaires et complémentaires adaptés aux besoins des différents publics cibles,
- et propose une nouvelle approche des parcours de formation dans leurs contenus et le développement des compétences.

## Les objectifs des actions

Les deux actions envisagées entendent ainsi répondre à plusieurs objectifs :

- Renouveler le discours en valorisant sous un nouveau jour les activités de la relation client et montrer ainsi le haut niveau de compétences attendus ;
- Favoriser l'immersion, la mise en situation au stade de la promotion des métiers comme dans les apprentissages ;
- Accroître le nombre de personnes formés ;
- Renforcer la cohérence entre les actions de promotion des métiers et les apprentissages proposés pour éviter les déceptions à l'entrée en formation et assurer ainsi une meilleure promotion des apprentissages proposés.
- Renforcer la qualité des apprentissages proposés
- **Proposer une formation globale** combinant toutes les facettes des métiers de la relation client et apporter une réponse pédagogique par rapport à la problématique du savoir-être.
- **Innover dans les modalités d'apprentissage** pour renforcer à la fois l'efficacité de ceux-ci mais aussi l'attractivité de la formation en s'appuyant sur 3 leviers :
  - La mise en situation professionnelle.
  - L'apprentissage par le plaisir.
  - Le recours à des technologies de pointe en lien les jeux vidéos.

Plus largement, ces actions souhaitent s'inscrire dans des objectifs plus stratégiques au carrefour des enjeux d'évolution de la formation professionnelle et d'ingénierie de développement des compétences :

- **Créer le prototype d'une nouvelle manière de développer les apprentissages** en lien avec la thématique de la relation client qui devient un fil conducteur de notre économie de services.
- **Soutenir l'évolution de la commande publique de formation** en direction de nouvelles offres de services dans la continuité des réformes en cours mieux adaptées aux nouveaux usages. Le co-investissement public-privé nécessaire à l'émergence de nouvelles offres et l'obsolescence des formats anciens de formation réinterroge en effet le positionnement et la stratégie des acheteurs de formation que sont les Région et Pôle emploi.
- **Accompagner la mutation de l'offre régionale de formation continue** et des pratiques de formation grâce de nouvelles ingénieries.

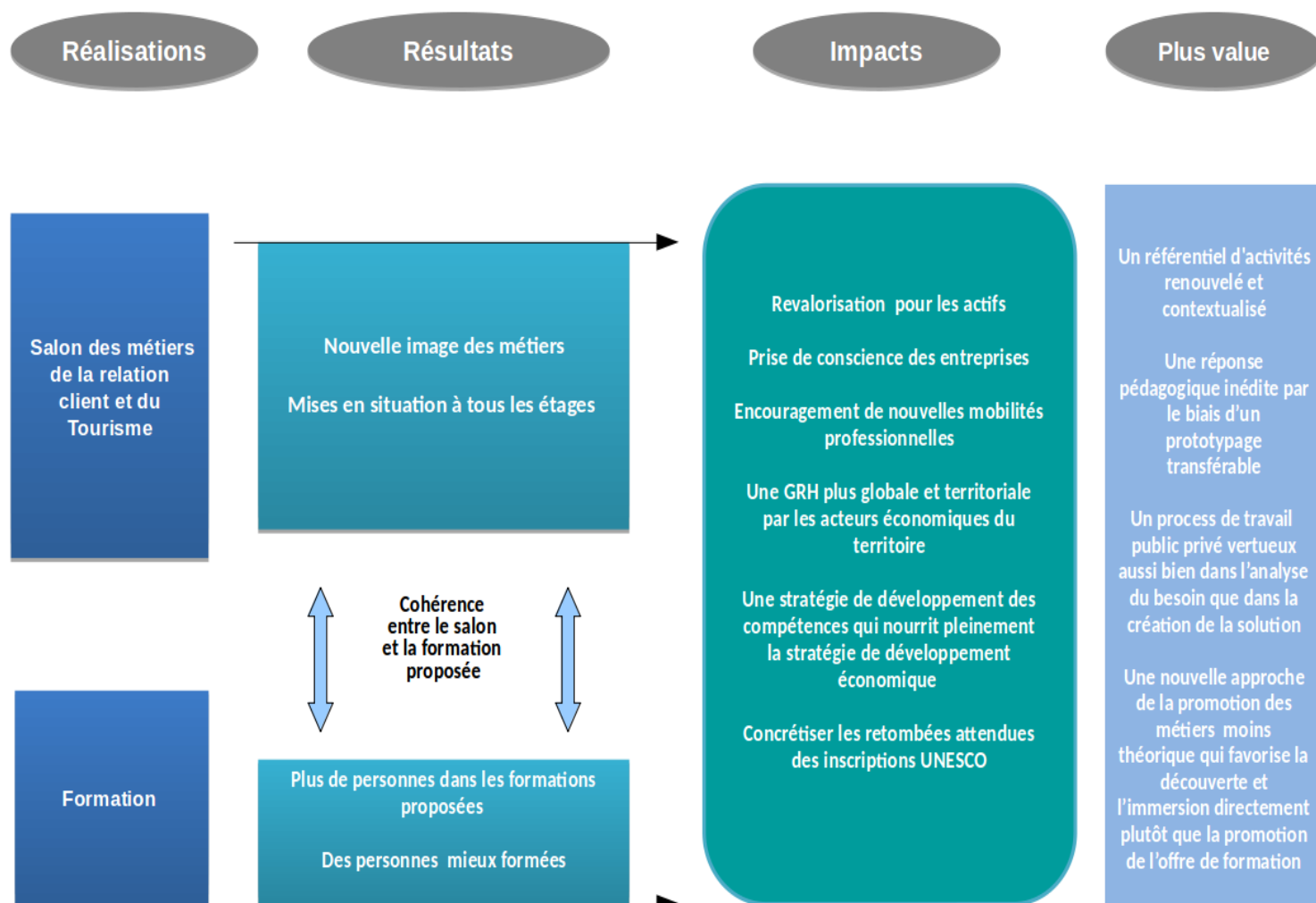
## Présentation des actions

La démarche proposée vise à mettre en place un événement de promotion des métiers de la relation client et une offre de formation structurés sur la même base : **des pôles de découverte dans le cadre de la manifestation auxquels répondent des modules de formation** qui sont détaillés par le schéma ci-dessous.

Ainsi, la promotion des métiers reposera sur la valorisation des activités, du travail, des ingénieries pédagogiques proposées et non de l'offre de formation.



## Diagramme de logique d'impact des 2 actions



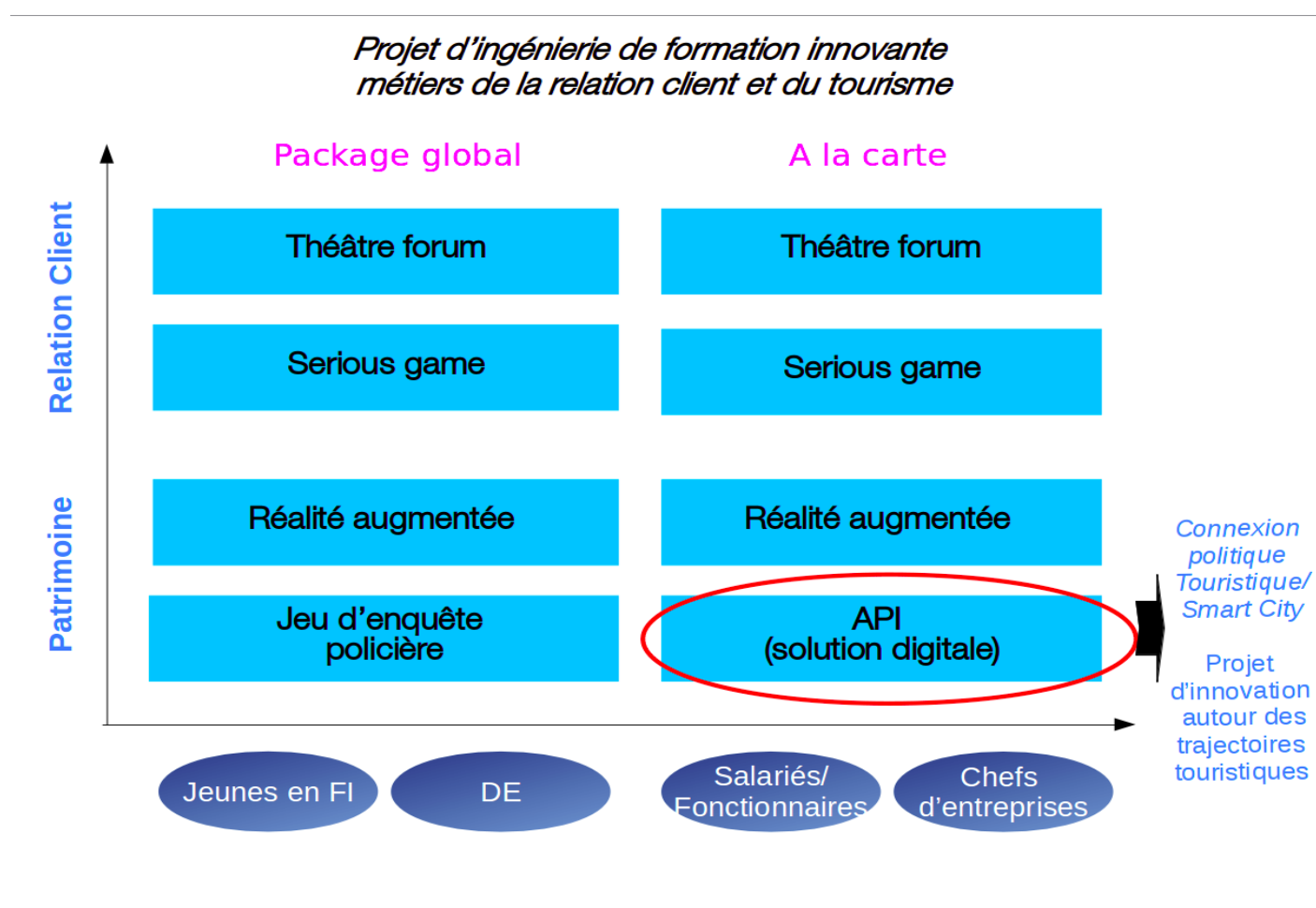
## L'ingénierie pédagogique de la formation

Le projet vise à construire une ingénierie inédite qui combine à la fois des nouveaux outils digitaux et du théâtre forum pour développer les compétences en matière de relation client et les savoirs en lien avec le patrimoine. **Ce prototype aura vocation à être transférable sur tous les terrains de la relation client et à apporter une réponse à la question des savoir-être.**

Il s'agira de proposer des formats courts pour chacun des modules proposés qui viendront également bouleverser les modalités classiques de mise en œuvre en favorisant l'autonomie des stagiaires et en modifiant la posture de l'intervenant.

**Publics cibles :** demandeurs d'emploi et jeune en formation initiale, salariés, chefs d'entreprises.

*Projet s'inscrivant dans le cadre du Campus des Métiers et des Qualifications « Alimentation, goût, tourisme » porté par CREATIV'.*



### Les modalités de mise en œuvre

Ce projet s'inscrit dans un processus de travail public privé vertueux aussi bien dans l'analyse des besoins que dans la création de solutions RH inédites.

La réflexion sur le prototype est conduite à la fois avec des entreprises privées qui font de l'innovation RH (Talent Campus, Manzalab) et des organismes de formation locaux soucieux de faire évoluer leur offre de service et leur pédagogie (CCI Formation, UMIH Formation, AFPA).

Au total, un groupement composé de 6 membres : Créativ', Talent Campus, Manzalab, UMIH Formation, AFPA et CCI Formation.

**NB : l'enjeu est bien de faire évoluer l'offre locale de formation et d'accompagner les organismes de formation du territoire dans cette transformation.**

#### Nos attentes vis à vis du plan d'investissement dans les compétences :

##### Des financements pour accompagner la mise en œuvre du projet pour les postes suivants :

- la modernisation de l'ingénierie pédagogique,
- la conception de nouveaux outils digitaux,
- l'ingénierie liée au pilotage, à l'animation, la coordination du groupement,
- la mise en œuvre d'un prototype,
- le travail de formation transfert aux équipes des organismes de formation,
- l'essaimage de cette offre
- la R&D liée aux modalités d'adaptation et d'ajustement technologique en continu de cette offre pour anticiper son obsolescence et maintenir son attractivité.