

GUIDE DES MÉTIERS ET DE L'ORIENTATION

*Votre passeport vers les métiers d'avenir en
tourisme, hôtellerie et restauration*



ÉDITO.

Bienvenue dans ton guide des métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration !

Prêt à embarquer pour un voyage vers ton futur ?

Conçu spécialement par Hospitality & Tourism Business School, ce guide te dévoile un univers en perpétuelle évolution, où l'innovation, la digitalisation et la durabilité redéfinissent chaque jour les règles du jeu.

Dans un monde où les voyageurs recherchent bien plus qu'un séjour : une expérience mémorable, les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration sont en plein essor. Ce sont des moteurs clés de l'économie mondiale, créant des opportunités, des métiers passionnants et des carrières enrichissantes à chaque coin de rue (et du globe).

Que tu te rêves en gestionnaire d'un palace, expert en marketing touristique, chef d'une table étoilée ou orchestrateur d'événements incroyables, ce guide est fait pour toi. Découvre les nombreuses voies qui s'ouvrent à toi, et prépare-toi à façonner des souvenirs, à tisser des liens et à devenir l'acteur des expériences qui marquent les cœurs.

Alors, prêt à transformer ta passion en vocation ?

Rejoins-nous pour explorer un monde où ton talent et ton ambition dessinent l'avenir du voyage et de l'accueil.

HOSPITALITY & TOURISM BUSINESS SCHOOL

PRÊT À EXPLORER LES MÉTIERS ? ●

5-14

NIVEAU BTS - BAC+2

- CONSEILLER VOYAGES
- FORFAITISTE
- AGENT D'ESCALE
- GUIDE ACCOMPAGNATEUR
- DÉLÉGUÉ RÉCEPTIF
- GESTIONNAIRE AÉRIEN
- CHARGÉ DE MARKETING
- COMMERCIAL
- CHARGÉ DE QUALITÉ/SAV
- DÉLÉGUÉ RÉCEPTIF (OU CORRESPONDANT LOCAL)

15-24

NIVEAU BACHELOR - BAC+3

- CHARGÉ DE MISSION PROMOTION DU TOURISME LOCAL
- CHEF DE PRODUIT CHEZ UN TOUR-OPERATOR
- CHEF DE PROJET EN TOURISME D'AFFAIRES
- RESPONSABLE D'UN SECTEUR D'ATTRACTION
- RESPONSABLE D'ANIMATION
- CHEF-RÉCEPTIONNISTE
- DIRECTEUR D'HÉBERGEMENT
- GUEST RELATION MANAGER
- ORGANISATEUR DE RÉCEPTION
- CHARGÉ DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

25-34

NIVEAU MASTÈRE - BAC+5

- DIRECTEUR D'OFFICE DE TOURISME
- DIRECTEUR DE SITE CULTUREL
- CHARGÉ D'ÉTUDES TOURISTIQUES
- CHARGÉ DE DÉVELOPPEMENT EN OENOTOURISME
- DIRECTEUR D'EXPLOITATION
- YIELD MANAGER DIRECTEUR
- MARKETING HÔTELIER
- DIRECTEUR D'UN RESTAURANT
- DIRECTEUR D'HÔTEL
- DIRECTEUR DE PARC D'ATTRACTION

35

POURQUOI TU DEVRAIS EMBARQUER AVEC NOUS ?

36

L'ITINÉRAIRE DE TON AVENIR

- BTS TOURISME
- BACHELOR MARKETING HÔTELIER & TOURISTIQUE
- MASTÈRE DIRIGEANT-MANAGER EN HÔTELLERIE & TOURISME

MANAGEMENT.

TOURISME, HÔTELLERIE & RESTAURATION

Le management en hôtellerie, tourisme et restauration est un domaine stratégique, fondamental pour assurer la réussite et la compétitivité des entreprises de ces secteurs. Ces industries, qui se reposent sur l'expérience client et la qualité du service, exigent une gestion rigoureuse, un sens aigu de l'organisation et une capacité à anticiper les besoins des clients tout en optimisant les ressources.



LE MANAGEMENT EN HÔTELLERIE

Dans le secteur de l'hôtellerie, le management se concentre sur la gestion des établissements, qu'il s'agisse de petits hôtels ou de grandes chaînes internationales. Les managers doivent veiller à la fluidité des opérations quotidiennes, en s'assurant que les services offerts sont d'une qualité constante et que les clients bénéficient d'une expérience agréable et personnalisée. Cela inclut la gestion du personnel, la supervision des opérations de réception, la planification des tarifs, et l'analyse des retours clients pour ajuster les services. Le manager hôtelier doit aussi être capable de gérer les défis financiers, la rentabilité et la compétitivité de l'établissement dans un marché souvent saturé.

LE MANAGEMENT EN TOURISME

Le domaine du tourisme implique une gestion complexe des flux de voyageurs, des destinations et des prestataires de services. Le management touristique repose sur la capacité à développer des stratégies pour attirer les touristes, à organiser des événements et des activités, et à promouvoir des destinations. Les gestionnaires doivent être capables de gérer des projets à grande échelle, tout en s'assurant de la qualité des prestations proposées. L'anticipation des tendances du marché, l'intégration de nouvelles technologies pour améliorer l'expérience du client et la gestion des partenariats avec des acteurs locaux sont des aspects essentiels du management dans ce secteur. Le développement durable et l'impact environnemental des activités touristiques sont également des enjeux majeurs pour les professionnels du management touristique.

LE MANAGEMENT EN RESTAURATION

Le secteur de la restauration est un autre domaine clé où le management joue un rôle crucial. Ce domaine met l'accent sur la gestion des équipes en cuisine et en salle, la gestion des coûts alimentaires, la planification des menus et la satisfaction des clients. Le manager dans la restauration doit également assurer la conformité avec les normes de sécurité alimentaire et les réglementations locales. Il est responsable de la rentabilité de l'établissement, en optimisant les coûts tout en garantissant la qualité du service. Le management dans ce secteur requiert également une capacité à gérer des situations imprévues, telles que des pics de demande, tout en maintenant un niveau de service constant.

Le métier de conseiller voyages consiste à aider et accompagner les clients dans la préparation et l'organisation de leurs voyages, en répondant à leurs besoins et en leur proposant des solutions adaptées. Il ou elle conseille sur les destinations, les hébergements, les transports, ainsi que sur les activités disponibles sur place. Ce professionnel peut travailler en agence de voyages, en ligne, ou pour des tour-opérateurs, et est souvent en contact direct avec la clientèle.

- **Satisfaction client :** Le principal objectif est de satisfaire les clients en leur offrant des voyages personnalisés et adaptés à leurs attentes, tout en respectant leur budget.
- **Optimisation de l'offre :** Proposer des services et des destinations attractives qui répondent aux tendances du marché et aux préférences spécifiques des clients.
- **Fidélisation de la clientèle :** Créer une relation de confiance et fidéliser les clients pour générer des ventes récurrentes.
- **Atteinte des objectifs commerciaux :** Contribuer à la rentabilité de l'agence ou de l'entreprise en atteignant des objectifs de vente et en suivant les recommandations du service marketing.

LES MISSIONS

- **Accueillir et écouter les clients :** Identifier les besoins, les préférences et les contraintes du client pour lui proposer un voyage sur mesure.
- **Proposer des destinations et des prestations adaptées :** Rechercher et suggérer des offres de voyages, des activités, des hôtels, et des transports en fonction des attentes exprimées.
- **Effectuer les réservations :** Réaliser les réservations de billets d'avion, de trains, de séjours, d'excursions, en utilisant des outils informatiques spécialisés.
- **Assurer le suivi :** Suivre les dossiers clients avant, pendant et après leur voyage pour assurer leur satisfaction et résoudre d'éventuels problèmes.
- **Conseiller sur les formalités administratives :** Informer sur les documents nécessaires (passeports, visas, assurances, etc.), ainsi que sur les conditions sanitaires et sécuritaires liées aux destinations.
- **Suivre l'évolution du marché :** Se tenir informé des nouvelles tendances, des offres spéciales et des évolutions du secteur du tourisme.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Connaissances des produits touristiques / Compétences commerciales / Maîtrise des outils informatiques / Analyse des besoins clients / Sens du contact / Rigueur et organisation / Adaptabilité et réactivité / Curiosité et ouverture culturelle

Le métier de forfaitiste consiste à concevoir, organiser et commercialiser des packages ou des offres de voyages tout inclus (vols, hébergement, transferts, excursions, etc.) destinés aux clients. Contrairement au conseiller voyages qui travaille en lien direct avec la clientèle, le forfaitiste se concentre davantage sur la création des produits touristiques. Il ou elle sélectionne les prestataires (hôtels, compagnies aériennes, transporteurs), négocie les prix et assemble les différents éléments pour offrir des forfaits attractifs et rentables. Ce professionnel travaille généralement au sein d'agences de voyages, de tour-opérateurs ou de sociétés spécialisées dans le tourisme.

- Conception de produits touristiques : Créer des forfaits de voyage répondant aux attentes des clients tout en respectant les contraintes de rentabilité et les tendances du marché.
- Rentabilité des offres : Négocier les prix avec les fournisseurs (hôtels, transporteurs, etc.) pour maximiser les marges bénéficiaires tout en offrant des offres compétitives.
- Innovation et adaptation : Proposer des produits originaux, en phase avec les attentes des clients et les nouvelles tendances du secteur du tourisme.
- Assurer la qualité du service : Sélectionner des prestataires fiables et garantir une expérience de voyage optimale pour les clients.

LES MISSIONS

- **Conception de forfaits** : Élaborer des packages de voyages comprenant des prestations comme l'hébergement, les transports, les excursions et les assurances, en fonction des tendances du marché et des demandes des clients.
- **Négociation avec les fournisseurs** : Contacter et négocier avec les hôteliers, compagnies aériennes, loueurs de voitures, etc., pour obtenir des tarifs avantageux et des conditions de vente intéressantes.
- **Élaboration de programmes et de brochures** : Rédiger les descriptions des produits touristiques, élaborer des catalogues ou des brochures, et mettre à jour les informations selon les évolutions des destinations et des services proposés.
- **Mise en place de promotions** : Créer des offres spéciales et des promotions pour dynamiser les ventes de forfaits et répondre aux besoins des clients saisonniers ou spécifiques.
- **Veille concurrentielle** : Suivre les tendances du marché du tourisme, analyser la concurrence et ajuster les offres en conséquence pour rester compétitif.
- **Gestion administrative** : Assurer le suivi des réservations, contrôler la faisabilité des forfaits et gérer la coordination avec les différents prestataires pour garantir la bonne organisation des voyages.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Compétences en négociation / Connaissance du secteur touristique / Création de produits / Analyse des tendances du marché / Gestion administrative / Rigueur et organisation / Créativité / Sens commercial / Souci du détail / Esprit d'équipe

L'agent d'escale travaille principalement dans les aéroports et joue un rôle essentiel dans l'accueil des passagers, la gestion des opérations au sol et la coordination des vols. Il ou elle est responsable de l'assistance aux passagers avant, pendant et après leur vol, s'assurant que toutes les procédures d'enregistrement, de sécurité et d'embarquement se déroulent sans encombre. L'agent d'escale peut être amené à travailler pour des compagnies aériennes ou des sociétés de handling (prestataires de services aéroportuaires). Il ou elle veille à la sécurité des voyageurs, au respect des horaires et à la gestion des situations imprévues.

- Assurer la sécurité et le confort des passagers : Garantir que les passagers soient bien accueillis et pris en charge, et que leurs besoins soient satisfaits tout au long de leur passage à l'aéroport.
- Veiller au respect des horaires et procédures : S'assurer que les procédures d'enregistrement, d'embarquement, de débarquement et de sécurité sont réalisées efficacement pour respecter les horaires de vol.
- Gestion des imprévus : Être réactif et gérer les situations imprévues comme les retards, annulations de vol, ou problèmes liés aux passagers (bagages perdus, questions spécifiques).
- Optimiser les flux de passagers : Assurer une gestion fluide des passagers et de leurs bagages, en optimisant les espaces et le temps d'attente.

LES MISSIONS

- **Accueil des passagers** : Accueillir et orienter les passagers à leur arrivée à l'aéroport, en les aidant à s'enregistrer pour leur vol et à passer les contrôles de sécurité.
- **Enregistrement et gestion des bagages** : Enregistrer les passagers, vérifier leurs documents de voyage, et assurer la gestion des bagages.
- **Coordination des opérations au sol** : Superviser l'embarquement et le débarquement des passagers, coordonner les équipes au sol pour gérer les portes d'embarquement, vérifier la conformité des documents et s'assurer que tous les passagers montent à bord.
- **Assistance en cas de problèmes** : Gérer les réclamations et les demandes des passagers et les orienter vers les services compétents.
- **Communication avec l'équipage et le contrôle du trafic aérien** : Maintenir une communication fluide avec l'équipage de cabine et les équipes de gestion des vols pour coordonner les départs et les arrivées.
- **Suivi des horaires et des conditions de vol** : Informer les passagers des horaires de vol, des retards éventuels et des modifications d'embarquement, tout en restant disponible pour toute assistance.
- **Vérification des documents et des formalités** : Contrôler que les passagers disposent des documents nécessaires pour voyager et vérifier les conditions de voyage spécifiques à certaines destinations.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Maîtrise des procédures aéroportuaires / Gestion des opérations au sol / Utilisation des outils informatiques / Réactivité face aux imprévus / Connaissances en communication / Sens du service client / Rigueur et organisation / Calme sous pression / Adaptabilité / Sens de la diplomatie

Le guide accompagnateur est un professionnel du tourisme chargé de guider et d'accompagner des groupes de voyageurs durant leurs déplacements. Il ou elle fournit des informations culturelles, historiques et géographiques sur les lieux visités, tout en veillant à l'organisation pratique du voyage. Le guide accompagnateur assure la sécurité, la gestion des activités, et l'assistance des voyageurs tout au long de leur séjour, que ce soit pour des circuits locaux, des voyages internationaux, ou des excursions spécifiques. Ce métier nécessite à la fois des compétences en communication, en gestion de groupe et une bonne connaissance des destinations.

- Assurer la sécurité et le confort du groupe : Garantir que tous les participants au voyage bénéficient d'une expérience agréable, en toute sécurité et dans des conditions optimales.
- Transmettre des connaissances : Fournir des informations précises et intéressantes sur les sites touristiques, la culture locale, l'histoire et les traditions des destinations visitées.
- Gérer les aspects logistiques du voyage : Veiller à la bonne organisation des déplacements, des activités et de l'hébergement, en coordonnant avec les prestataires locaux.
- Fidéliser la clientèle : Créer une expérience de voyage mémorable pour encourager la satisfaction et la fidélité des clients.

LES MISSIONS

- **Préparation du voyage** : Avant le départ, préparer l'itinéraire, les visites et les activités, et s'assurer que tous les aspects logistiques sont en place (transports, hébergements, réservations, etc.).
- **Accompagnement du groupe** : Accompagner les voyageurs tout au long du séjour, en s'assurant qu'ils respectent l'itinéraire prévu, en organisant les transports et les visites.
- **Animatrice des visites** : Fournir des explications sur les monuments, les sites historiques et culturels, en racontant des anecdotes et des faits intéressants pour enrichir l'expérience.
- **Gestion des imprévus** : Réagir face aux imprévus (retards, problèmes de santé, changement d'itinéraire) et proposer des solutions adaptées pour résoudre les problèmes.
- **Veiller à la bonne cohésion du groupe** : Assurer une bonne ambiance, gérer les dynamiques de groupe et intervenir en cas de conflit ou de problème pour maintenir l'harmonie et le bon déroulement des activités.
- **Coordination avec les prestataires locaux** : S'assurer que les prestataires locaux (transporteurs, restaurateurs, guides locaux) respectent les conditions du contrat et la qualité attendue.
- **Veille au respect des règles de sécurité** : Informer les voyageurs des consignes de sécurité et veiller à ce que celles-ci soient respectées, notamment lors des excursions ou des activités en extérieur.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Connaissance approfondie des destinations / Compétences en gestion de groupe / Compétences logistiques / Réactivité et gestion des imprévus / Excellentes compétences en communication / Maîtrise des langues étrangères / Sens du service client / Patience et diplomatie / Adaptabilité / Leadership et gestion des conflits / Passion et enthousiasme

Le délégué réceptif est un professionnel du tourisme chargé de gérer les services destinés aux voyageurs une fois qu'ils sont arrivés à destination. Travaillant souvent pour des agences de voyage ou des tour-opérateurs, il ou elle est responsable de l'accueil des clients, de leur orientation, ainsi que de la coordination des différents services durant leur séjour (transports, excursions, hébergement, etc.). Le délégué réceptif joue un rôle clé dans la satisfaction des clients en veillant à ce que leur séjour se déroule sans accroc et en étant un point de contact privilégié en cas de besoin.

- Assurer un accueil de qualité : Garantir un accueil chaleureux et professionnel des clients à leur arrivée et tout au long de leur séjour.
- Coordination des services : Organiser et coordonner les différents services touristiques pour assurer la fluidité du séjour (transports, visites, activités).
- Veiller à la satisfaction des clients : S'assurer que les besoins et attentes des clients sont satisfaits, en répondant rapidement à leurs demandes et en résolvant les éventuels problèmes.
- Gérer les imprévus : Traiter les incidents ou situations imprévues (problèmes d'hébergement, retards de transport, etc.) de manière efficace pour garantir une expérience positive.

LES MISSIONS

- **Accueil des clients** : Accueillir les clients à leur arrivée à l'aéroport, à la gare ou à leur hôtel, et leur fournir les informations nécessaires pour leur séjour.
- **Coordination logistique** : Organiser les transports (transferts entre l'aéroport et l'hôtel, déplacements pendant le séjour) et vérifier leur bon déroulement.
- **Gestion des excursions et activités** : Planifier, organiser et coordonner les excursions ou visites touristiques prévues dans le programme du voyage, en s'assurant que tout est conforme aux attentes.
- **Point de contact pour les clients** : Être disponible pour répondre aux questions des clients, résoudre les problèmes éventuels (modifications de réservation, incidents sur place, etc.) et les conseiller pendant leur séjour.
- **Assurer la liaison avec les prestataires** : Travailler avec les prestataires locaux (hôtels, transporteurs, guides locaux) pour garantir que les services sont rendus dans les meilleures conditions.
- **Veiller à la qualité des services** : Contrôler la qualité des prestations fournies (hébergement, restauration, activités), en s'assurant qu'elles répondent aux standards définis par l'agence ou le tour-opérateur.
- **Rapports et feedback** : Rédiger des rapports sur le déroulement des séjours, les incidents éventuels, les remarques des clients et faire remonter ces informations à la direction ou au tour-opérateur.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Connaissance de la destination / Compétences logistiques / Gestion des imprévus / Maîtrise des outils de communication / Compétences en négociation / Sens du service client / Réactivité et gestion du stress / Excellente communication / Patience et diplomatie / Adaptabilité

Le gestionnaire aérien est un professionnel du secteur du transport aérien, chargé de la gestion des opérations aériennes au sol. Il ou elle intervient dans la planification, la coordination et la supervision des activités liées aux vols, comme la gestion des horaires, l'affrètement, les documents de vol, les aspects réglementaires et la sécurité. Le gestionnaire aérien travaille souvent pour des compagnies aériennes, des aéroports ou des prestataires de services aériens, et veille à la fluidité des opérations pour garantir que les vols se déroulent dans les meilleures conditions possibles, tant pour les passagers que pour l'équipage.

- Optimiser les opérations aériennes : Veiller à la bonne gestion des ressources (avions, équipages, passagers) et à la fluidité des opérations pour respecter les horaires et réduire les retards.
- Assurer la conformité réglementaire : Garantir que toutes les opérations respectent les normes de sécurité et les réglementations aériennes locales et internationales.
- Améliorer l'efficacité des processus : Coordonner les activités entre les différents départements (aéroport, compagnie aérienne, prestataires externes) pour optimiser les flux de passagers et de fret.
- Gérer les imprévus : Réagir rapidement aux perturbations de vol, telles que les annulations, les retards ou les changements d'horaires, en minimisant les impacts pour les passagers et la compagnie.

LES MISSIONS

- **Planification des vols** : Préparer et coordonner les horaires de vol, les créneaux de décollage et d'atterrissage, et optimiser l'utilisation des ressources aériennes et terrestres.
- **Coordination des équipes** : Travailler en étroite collaboration avec les pilotes, le personnel au sol, les autorités aéroportuaires et les services de sécurité pour garantir que toutes les étapes de l'opération aérienne se déroulent comme prévu.
- **Suivi des performances des vols** : Superviser la ponctualité des vols, analyser les causes de retards ou d'annulations et mettre en place des solutions pour améliorer les performances.
- **Gestion des documents de vol** : S'assurer que tous les documents nécessaires au vol (plan de vol, autorisations, documents de sécurité) sont en règle et transmis aux bonnes parties.
- **Veille réglementaire et sécurité** : Suivre les évolutions des normes de sécurité et de réglementation aérienne, et veiller à leur mise en œuvre dans les opérations quotidiennes.
- **Gestion des imprévus** : Gérer les situations d'urgence ou d'imprévu (conditions météorologiques, grèves, incidents techniques), en prenant des décisions rapides pour minimiser les impacts sur les passagers et les opérations.
- **Gestion du fret et de la logistique** : Coordonner les activités liées au fret aérien, y compris le chargement et le déchargement des marchandises, en respectant les réglementations et les délais.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de l'exploitation aérienne / Connaissance des réglementations aériennes / Compétences en gestion de crise / Utilisation des outils de gestion / Gestion des relations avec les prestataires / Sens de l'organisation / Réactivité et prise de décision / Esprit d'équipe / Gestion du stress

Le chargé de marketing dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie est responsable de la mise en place et de la gestion des stratégies marketing visant à promouvoir les offres de l'entreprise (hôtels, destinations touristiques, agences de voyage, etc.). Il ou elle travaille à l'élaboration de campagnes publicitaires, à la gestion de la communication, à l'optimisation de la visibilité de l'établissement ou de l'offre touristique, et à l'augmentation des ventes. Le chargé de marketing doit comprendre les tendances du marché, les attentes des clients et l'environnement concurrentiel pour proposer des actions marketing efficaces et innovantes.

- Accroître la notoriété de la marque : Développer des actions marketing pour améliorer la visibilité de l'établissement, de la destination ou des services proposés.
- Stimuler la demande touristique : Mettre en place des stratégies pour attirer plus de clients, augmenter le taux de réservation et fidéliser la clientèle.
- Adapter les offres aux besoins du marché : Analyser les tendances du marché et les comportements des consommateurs pour ajuster les offres touristiques et hôtelières en conséquence.
- Optimiser la relation client : Développer des actions de fidélisation et d'engagement pour améliorer l'expérience client et encourager les retours et recommandations.

LES MISSIONS

- **Analyse du marché et veille concurrentielle** : Réaliser des études de marché pour identifier les tendances, comprendre les besoins des consommateurs, et observer les stratégies des concurrents.
- **Création et gestion de campagnes publicitaires** : Développer des campagnes marketing multicanal (digital, presse, radio, affichage, etc.) pour promouvoir les produits et services proposés, tout en respectant le budget alloué.
- **Gestion des supports de communication** : Créer du contenu marketing (brochures, sites web, newsletters, réseaux sociaux) pour mettre en avant l'offre touristique ou hôtelière et engager le public cible.
- **Optimisation du site web et du SEO** : Assurer la visibilité en ligne de l'entreprise en optimisant le site internet, en mettant en place des stratégies SEO (référencement naturel) et SEM (référencement payant) pour attirer plus de visiteurs.
- **Partenariats et relations publiques** : Nouer des partenariats avec des agences de voyage, des influenceurs, ou d'autres acteurs du tourisme pour élargir la portée des campagnes marketing.
- **Gestion des outils de fidélisation** : Créer et gérer des programmes de fidélité, des offres spéciales, des promotions saisonnières ou des événements pour inciter les clients à revenir.
- **Suivi et analyse des performances** : Mesurer l'impact des actions marketing mises en place à travers des indicateurs clés de performance (KPI), analyser les résultats et ajuster les stratégies en fonction des retours.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Maîtrise des techniques de marketing digital / Analyse de données et reporting / Création de contenu / Gestion de projets / Connaissance du marché touristique et hôtelier / Créativité / Adaptabilité / Sens du relationnel / Orientation client / Travail d'équipe

Le commercial dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie est responsable de la vente de produits ou services touristiques auprès de clients directs ou indirects (particuliers, entreprises, agences de voyages, tour-opérateurs, etc.). Il ou elle a pour mission de développer et de fidéliser un portefeuille client, de négocier des contrats, de promouvoir les offres touristiques et hôtelières, et de participer à la stratégie commerciale de l'entreprise. Le commercial travaille en étroite collaboration avec les équipes marketing et les autres départements pour atteindre les objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité.

- **Développer le chiffre d'affaires :** Augmenter les ventes de services et de produits touristiques en ciblant de nouveaux clients et en fidélisant ceux existants.
- **Promouvoir les offres de l'entreprise :** Présenter les offres de l'établissement ou de la destination de manière attractive et personnalisée, en fonction des besoins des clients.
- **Fidéliser les clients :** Maintenir une relation de confiance avec les clients afin d'encourager les achats répétés et les recommandations.
- **Analyser et comprendre les besoins du marché :** Identifier les tendances, les attentes des clients et les opportunités commerciales pour adapter les offres et maximiser les ventes.

LES MISSIONS

- **Prospection de nouveaux clients :** Rechercher et identifier de nouvelles opportunités commerciales [agences de voyage, entreprises, groupes, clients individuels] afin de générer de nouveaux contrats.
- **Développement du portefeuille clients :** Gérer un portefeuille de clients existants, développer des relations à long terme et identifier des opportunités de vente supplémentaires [upselling, cross-selling].
- **Négociation et vente :** Rencontrer les clients potentiels, présenter les offres de manière convaincante, négocier les prix et les conditions de vente, et conclure des contrats.
- **Suivi de la satisfaction client :** Être attentif aux retours des clients, résoudre d'éventuels problèmes et s'assurer que les attentes sont bien satisfaites pour garantir leur fidélité.
- **Participation à des événements et salons :** Représenter l'entreprise lors de salons professionnels, événements touristiques ou missions commerciales pour promouvoir les offres et développer le réseau.
- **Coordination avec les autres départements :** Collaborer avec les équipes marketing, opérationnelles, et de gestion pour assurer la cohérence des offres et la bonne mise en place des services vendus.
- **Reporting et suivi des performances commerciales :** Suivre et analyser les performances commerciales, établir des rapports sur les résultats des ventes, et ajuster les stratégies en fonction des objectifs fixés.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Techniques de vente / Connaissance du marché / Compétences en négociation / Maîtrise des outils de communication / Gestion des objections / Excellente communication / Persévérance et proactivité / Rigueur et organisation / Adaptabilité / Esprit d'équipe / Gestion du stress

CHARGÉ DE QUALITÉ/SAV ●

NIVEAU
BAC+2

Le chargé de qualité ou de service après-vente (SAV) dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie est responsable de la gestion de la qualité des services fournis par l'établissement (hôtel, agence de voyages, tour-opérateur, etc.) et du suivi des réclamations des clients. Il ou elle veille à ce que les prestations respectent les normes de qualité, les attentes des clients et les engagements de l'entreprise. Le chargé de qualité/SAV joue un rôle essentiel dans l'amélioration continue de l'expérience client en identifiant les points d'amélioration, en traitant les insatisfactions et en garantissant une communication efficace avec les clients.

- Assurer la satisfaction client : Veiller à ce que les clients soient pleinement satisfaits de leur expérience, en traitant leurs demandes et réclamations de manière rapide et efficace.
- Améliorer la qualité des services : Identifier les opportunités d'amélioration des services offerts pour répondre aux attentes des clients et maintenir un niveau de qualité élevé.
- Analyser les retours clients : Collecter et analyser les retours et les réclamations des clients pour en tirer des enseignements et proposer des solutions ou des ajustements pour éviter les problèmes récurrents.
- Garantir la conformité aux normes de qualité : Assurer que l'entreprise respecte les normes de qualité internes, ainsi que les normes légales et les exigences des clients en matière de service.

LES MISSIONS

- **Gestion des réclamations et demandes clients :** Prendre en charge les réclamations clients, analyser les causes des insatisfactions et proposer des solutions adaptées pour résoudre les problèmes de manière efficace et rapide.
- **Suivi de la qualité des services :** Effectuer des contrôles réguliers sur les prestations offertes (accueil, chambre, restauration, activités, etc.) pour s'assurer qu'elles répondent aux critères de qualité définis.
- **Formation et sensibilisation du personnel :** Sensibiliser et former les équipes sur les bonnes pratiques en matière de service client, de qualité, et de gestion des réclamations.
- **Élaboration de procédures qualité :** Mettre en place des procédures et des standards de qualité pour garantir une prestation uniforme et de qualité, tout en assurant un suivi constant de leur respect.
- **Analyse des retours clients :** Recueillir et analyser les commentaires des clients (via enquêtes de satisfaction, avis en ligne, etc.) pour identifier les points d'amélioration et faire remonter les informations aux équipes concernées.
- **Élaboration de rapports et tableaux de bord :** Suivre les indicateurs de qualité, établir des rapports réguliers sur la satisfaction client, les réclamations traitées et les actions entreprises pour améliorer la qualité.
- **Amélioration continue des services :** Proposer des actions correctives et des plans d'amélioration continue pour répondre aux besoins des clients et optimiser l'expérience globale.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion des réclamations / Contrôle qualité et audits / Analyse de données et reporting / Connaissance des standards de qualité / Sens de l'écoute / Empathie et diplomatie / Esprit d'analyse / Autonomie et réactivité / Orientation qualité et service / Gestion du stress

DÉLÉGUÉ RÉCEPTIF (OU CORRESPONDANT LOCAL) ●

NIVEAU
BAC+2

Le délégué réceptif, également appelé correspondant local, est un professionnel du tourisme qui travaille en étroite collaboration avec les agences de voyage, les tour-opérateurs ou les hôtels pour assurer l'accueil et le bon déroulement du séjour des clients dans une destination donnée. Il ou elle est responsable de la gestion de l'accueil, de l'orientation des voyageurs et de la coordination des services sur place (transports, excursions, activités, etc.). Le délégué réceptif est souvent le point de contact principal entre les touristes et les prestataires locaux, s'assurant que les clients bénéficient d'une expérience agréable et sans encombre pendant leur séjour.

- Assurer une expérience client optimale : Garantir que les voyageurs bénéficient d'un séjour agréable et sans souci en répondant à leurs besoins et en résolvant les problèmes éventuels.
- Coordonner les services sur place : Organiser et superviser les activités et les services locaux, en veillant à leur bon déroulement (transports, excursions, visites, etc.).
- Représenter l'agence de voyage ou le tour-opérateur : Servir d'intermédiaire entre le client et l'organisation qui l'a accueilli, en assurant la qualité des services fournis.
- Assurer la gestion des imprévus : Résoudre les problèmes ou les imprévus qui peuvent survenir pendant le séjour des clients, tout en maintenant une attitude professionnelle.

LES MISSIONS

- **Accueil des clients à leur arrivée** : Organiser l'accueil des groupes ou des voyageurs individuels à leur arrivée dans la destination (aéroport, gare, etc.), leur fournir les informations nécessaires et les orienter.
- **Coordination des prestations locales** : Vérifier que toutes les prestations réservées (transports, hébergement, activités) sont bien mises en place, en assurant la liaison entre les prestataires locaux et les clients.
- **Gestion des excursions et des activités** : Organiser des visites guidées, des excursions ou des activités sur place, et veiller à leur bon déroulement tout en tenant compte des attentes des clients.
- **Assistance aux clients** : Être disponible pour répondre aux questions des clients, les conseiller sur les activités locales, et les aider en cas de besoin (problèmes avec les chambres d'hôtel, retards de transport, etc.).
- **Suivi de la satisfaction client** : Collecter des retours des clients concernant leur séjour, résoudre les réclamations et remonter les informations importantes aux tour-opérateurs ou agences de voyage.
- **Gestion des situations d'urgence** : Intervenir en cas de problème ou d'incident (médical, administratif, etc.), en coordonnant les actions nécessaires avec les autorités locales ou les prestataires de services.
- **Veille locale et promotion de la destination** : Informer les clients sur les événements, les sites touristiques et les activités locales tout en représentant la destination de manière positive.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Connaissance de la destination / Gestion logistique et organisation / Compétences en communication / Gestion des imprévus et résolution de problèmes / Langues étrangères / Sens du service et orientation client / Adaptabilité / Professionnalisme et courtoisie / Rigueur et organisation

CHARGÉ DE MISSION PROMOTION DU TOURISME LOCAL ●

NIVEAU
BAC+3

Le chargé de mission promotion du tourisme local est un professionnel du tourisme dont la principale mission est de promouvoir une destination ou un territoire spécifique afin d'attirer des visiteurs et de développer le tourisme local. Il ou elle travaille en collaboration avec les acteurs locaux (collectivités, offices de tourisme, entreprises du secteur touristique) pour mettre en place des stratégies de promotion et organiser des actions marketing visant à renforcer l'attractivité du territoire. Le chargé de mission peut être impliqué dans l'élaboration de programmes événementiels, de campagnes de communication, ou encore dans la mise en valeur des ressources locales (patrimoine, culture, paysages, etc.).

- Assurer une expérience client optimale : Garantir que les voyageurs bénéficient d'un séjour agréable et sans souci en répondant à leurs besoins et en résolvant les problèmes éventuels.
- Coordonner les services sur place : Organiser et superviser les activités et les services locaux, en veillant à leur bon déroulement (transports, excursions, visites, etc.).
- Représenter l'agence de voyage ou le tour-opérateur : Servir d'intermédiaire entre le client et l'organisation qui l'a accueilli, en assurant la qualité des services fournis.
- Assurer la gestion des imprévus : Résoudre les problèmes ou les imprévus qui peuvent survenir pendant le séjour des clients, tout en maintenant une attitude professionnelle.

LES MISSIONS

- **Conception de la stratégie de promotion touristique** : Élaborer une stratégie de communication et de marketing visant à promouvoir le territoire, en fonction de son profil, de ses ressources et de ses cibles.
- **Organisation d'événements** : Coordonner l'organisation d'événements touristiques (festivals, salons, visites guidées, activités culturelles, etc.) pour attirer les visiteurs et dynamiser le secteur.
- **Création de supports de communication** : Développer des supports de communication (brochures, sites web, réseaux sociaux, vidéos, etc.) pour mettre en valeur le territoire et ses attractions.
- **Collaboration avec les médias et les influenceurs** : Travailler avec des journalistes, des blogueurs et des influenceurs pour faire connaître la destination, organiser des séjours de presse ou des campagnes de communication sur les réseaux sociaux.
- **Veille concurrentielle et analyse du marché** : Étudier la concurrence et les tendances du marché pour ajuster les actions de promotion et répondre aux attentes des visiteurs potentiels.
- **Formation des acteurs locaux** : Organiser des sessions de formation pour les professionnels du tourisme local afin de les sensibiliser aux enjeux de la promotion et les aider à mieux répondre aux attentes des clients.
- **Suivi et évaluation des actions de promotion** : Mesurer l'efficacité des actions de promotion en analysant les retours des visiteurs, les statistiques touristiques et les retombées médiatiques.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de projet / Création de contenu / Relations publiques et gestion des partenariats / Analyse de données / Créativité / Sens de l'écoute et esprit collaboratif / Dynamisme et proactivité / Sens de la diplomatie / Capacité d'adaptation / Passion pour le tourisme / Bonne communication

CHEF DE PRODUIT CHEZ UN TOUR-OPERATOR ●

NIVEAU
BAC+3

Le chef de produit chez un tour-opérateur est un professionnel du tourisme chargé de créer, développer, et commercialiser des produits touristiques à destination des voyageurs. Il ou elle analyse les tendances du marché, les besoins des clients et les opportunités commerciales pour concevoir des offres attractives (séjours, circuits, forfaits, etc.) adaptées aux attentes des différents segments de clientèle. Le chef de produit est impliqué à la fois dans la négociation avec les prestataires locaux (hôtels, transporteurs, guides) et dans la stratégie de vente et de communication des produits touristiques.

- Développer des produits touristiques compétitifs et rentables : Créer des offres adaptées aux besoins du marché, tout en optimisant la rentabilité pour le tour-opérateur.
- Répondre aux attentes des clients : Proposer des produits innovants et diversifiés qui répondent aux nouvelles attentes des clients en matière de destinations, d'activités, et de services.
- Maximiser les ventes et la rentabilité : Participer activement à la stratégie commerciale et marketing pour assurer le succès des produits développés.
- Optimiser les relations avec les prestataires locaux : Négocier des partenariats avantageux avec les fournisseurs et prestataires de services pour garantir des produits de qualité à des prix compétitifs.

LES MISSIONS

- **Création et développement de produits touristiques** : Conception de nouveaux produits (circuits, séjours, forfaits, etc.), en sélectionnant les destinations, les prestations (transport, hébergement, activités) et en élaborant l'itinéraire ou l'offre.
- **Veille et analyse du marché** : Réaliser une analyse des tendances du marché touristique, des attentes des clients, et de la concurrence pour adapter les produits existants ou en créer de nouveaux.
- **Négociation avec les prestataires** : Négocier les conditions contractuelles, les tarifs et les prestations avec les fournisseurs (hôtels, transporteurs, guides locaux, etc.) pour assurer la qualité des services tout en respectant le budget.
- **Gestion de la rentabilité des produits** : Suivre les coûts de production des produits, optimiser les marges et veiller à la rentabilité des offres proposées.
- **Coordination avec les équipes commerciales** : Collaborer avec les équipes commerciales et marketing pour le lancement des produits et leur promotion, en fournissant les informations nécessaires pour les supports de communication (catalogues, brochures, sites web, etc.).
- **Suivi des performances** : Analyser les ventes des produits, recueillir les retours des clients et ajuster les offres en fonction des résultats et des feedbacks.
- **Gestion des aspects logistiques et opérationnels** : Suivre le bon déroulement des voyages ou séjours pour assurer la satisfaction des clients et résoudre les problèmes éventuels.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Création de produits touristiques / Négociation / Analyse de marché et tendances / Gestion de budget / Compétences commerciales et marketing / Gestion de projet / Suivi de la performance / Créativité / Sens du service client / Autonomie et prise d'initiative / Sens de l'organisation / Rigueur

CHEF DE PROJET EN TOURISME D'AFFAIRES ●

NIVEAU
BAC+3

Le chef de projet en tourisme d'affaires est un professionnel chargé de la gestion, de l'organisation et de la promotion d'événements professionnels, tels que des séminaires, des congrès, des conférences, des salons, des salons d'exposition, ou des incentives. Ce métier nécessite une expertise à la fois en gestion de projet, en marketing, et une bonne connaissance des spécificités du secteur touristique professionnel. Le chef de projet en tourisme d'affaires travaille en étroite collaboration avec les clients (entreprises, associations, institutions) pour concevoir et mettre en place des événements répondant à leurs objectifs commerciaux et organisationnels.

- Organiser des événements professionnels de qualité : Garantir le bon déroulement des événements en coordonnant l'ensemble des prestations et en respectant les attentes et besoins des clients.
- Développer l'attractivité de la destination pour les entreprises : Promouvoir la destination comme un lieu privilégié pour les événements professionnels en mettant en avant ses atouts (infrastructures, accessibilité, services, etc.).
- Maximiser la rentabilité des projets : Gérer les budgets alloués aux événements tout en optimisant les coûts et en respectant les exigences des clients.
- Fournir un service client haut de gamme : Assurer une expérience fluide et sans faille pour les participants en anticipant leurs besoins et en gérant les imprévus.

LES MISSIONS

- **Gestion de projet événementiel** : Concevoir, organiser et coordonner des événements professionnels (congrès, séminaires, conférences, salons, etc.) en fonction des objectifs spécifiques du client (visibilité, networking, lancement de produits, etc.).
- **Gestion des relations clients** : Travailler en étroite collaboration avec les clients pour comprendre leurs besoins et leurs attentes, et leur proposer des solutions adaptées.
- **Négociation avec les prestataires** : Sélectionner et négocier avec les fournisseurs de services (lieux de réception, traiteurs, transporteurs, hébergeurs, etc.) pour assurer la qualité des prestations tout en respectant les contraintes budgétaires.
- **Planification logistique** : Organiser tous les aspects logistiques de l'événement, tels que l'hébergement des participants, les transports, les équipements techniques, les repas et la gestion du personnel sur place.
- **Suivi du budget** : Élaborer et gérer le budget alloué à chaque événement, en veillant à respecter les coûts et à maximiser la rentabilité tout en maintenant un haut niveau de qualité.
- **Promotion de l'événement** : Collaborer avec les équipes marketing pour promouvoir l'événement et attirer les participants, en utilisant des supports de communication tels que des brochures, des newsletters, des sites web ou des réseaux sociaux.
- **Suivi post-événement** : Après l'événement, réaliser une évaluation pour recueillir les retours des clients et des participants, afin d'identifier les points d'amélioration pour de futurs projets.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de projet / Négociation avec les prestataires / Marketing événementiel / Gestion budgétaire / Gestion de la logistique événementielle / Suivi de la satisfaction client / Rigueur et organisation / Sens du service client / Créativité et innovation / Capacité à résoudre les imprévus

RESPONSABLE D'UN SECTEUR D'ATTRACTION●

NIVEAU
BAC+3

Le responsable d'un secteur d'attraction est un professionnel du tourisme qui supervise et gère les activités d'un ou plusieurs sites touristiques, tels que parcs à thème, musées, monuments historiques, sites naturels ou centres de loisirs. Son rôle est de garantir une expérience de qualité pour les visiteurs, tout en assurant la rentabilité de l'attraction. Ce poste implique une gestion opérationnelle, managériale et stratégique, avec une forte composante de relation client et de gestion des équipes sur site. Le responsable est également en charge de l'optimisation des performances du secteur, que ce soit en termes de fréquentation, de satisfaction clientèle ou de rentabilité.

- Assurer la rentabilité de l'attraction : Maximiser les recettes tout en optimisant les coûts opérationnels pour garantir la rentabilité du secteur d'attraction.
- Offrir une expérience client optimale : Garantir une qualité de service irréprochable pour les visiteurs, en veillant à la sécurité, à l'accueil et à la satisfaction générale.
- Encadrer et motiver les équipes : Manager les équipes (personnel d'accueil, guides, animateurs, etc.) et assurer une bonne organisation du travail pour garantir une prestation de qualité.
- Promouvoir l'attraction : Mettre en œuvre des actions marketing et de communication pour attirer un maximum de visiteurs et fidéliser la clientèle.
- Veiller au respect des normes et des règles de sécurité : Assurer la conformité des opérations avec les réglementations en vigueur (sécurité des visiteurs, normes environnementales, etc.).

LES MISSIONS

- **Gestion des opérations quotidiennes** : Superviser le fonctionnement quotidien de l'attraction pour assurer une expérience fluide pour les visiteurs.
- **Gestion du personnel** : Encadrer et former les équipes d'animation, de sécurité, de maintenance et d'accueil. Assurer leur planning, leur motivation et leur efficacité pour garantir un service client de qualité.
- **Suivi de la fréquentation** : Analyser les flux de visiteurs, suivre les indicateurs de performance et ajuster les stratégies opérationnelles pour améliorer la rentabilité.
- **Planification et gestion des événements** : Organiser des événements thématiques, des promotions ou des activités spéciales pour attirer davantage de visiteurs et dynamiser la fréquentation pendant les périodes creuses.
- **Veille concurrentielle et analyse de marché** : Observer les tendances du marché et les actions des concurrents pour adapter les offres et se différencier sur le marché touristique.
- **Gestion des budgets** : Élaborer et suivre les budgets du secteur, en optimisant les coûts tout en maintenant un haut niveau de qualité pour les visiteurs.
- **Maintenance et sécurité** : Assurer que les installations respectent les normes de sécurité et que la maintenance des équipements est réalisée régulièrement pour garantir leur bon fonctionnement.
- **Relations publiques et communication** : Promouvoir l'attraction en développant des relations avec les médias, en créant des partenariats locaux et en lançant des campagnes de communication pour attirer de nouveaux visiteurs.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion opérationnelle / Management d'équipe / Analyse de la performance / Communication et relations publiques / Orientation client / Sens de l'organisation / Réactivité et gestion de crise / Créativité et innovation / Polyvalence / Passion pour le secteur touristique

RESPONSABLE D'ANIMATION ●

NIVEAU
BAC+3

Le responsable d'animation est un professionnel du tourisme chargé de concevoir, organiser et superviser les activités récréatives, ludiques et culturelles dans un établissement touristique (hôtel, village vacances, camping, parc de loisirs, etc.). Son rôle principal est de créer une ambiance agréable et dynamique pour les clients en leur offrant des moments de détente, de convivialité et de divertissement. Le responsable d'animation est également chargé de coordonner les équipes d'animateurs, d'élaborer des programmes d'animation adaptés aux différents types de clientèle et de veiller à la qualité des prestations offertes.

- Créer une expérience agréable et mémorable pour les clients : Offrir un programme d'animations varié et adapté aux besoins des clients pour assurer leur satisfaction et leur fidélité.
- Encadrer et motiver l'équipe d'animateurs : Manager les animateurs pour garantir le bon déroulement des activités, l'adhésion du public et maintenir une bonne dynamique de groupe.
- Optimiser l'utilisation des ressources et des installations : Organiser des activités qui utilisent efficacement les infrastructures de l'établissement, tout en respectant les budgets alloués.
- Favoriser une ambiance conviviale et dynamique : Créer un environnement accueillant et dynamique, propice aux échanges et à la convivialité, en animant des moments de partage pour les clients.
- Contribuer à l'image de l'établissement : Promouvoir l'établissement touristique en proposant des animations qui contribuent à son attractivité et à sa notoriété.

LES MISSIONS

- **Conception et planification des animations** : Élaborer des programmes d'animations adaptés aux différents publics (enfants, adultes, familles, seniors), en fonction des saisons, des thématiques, et des demandes spécifiques de la clientèle.
- **Gestion des équipes d'animation** : Recruter, former, et encadrer l'équipe d'animateurs. Veiller à leur bien-être et leur efficacité, tout en assurant la bonne organisation des activités.
- **Coordination et supervision des activités** : Superviser la mise en place et le déroulement des activités, assurer la sécurité des participants et intervenir en cas de besoin pour résoudre des problèmes.
- **Gestion de l'animation en lien avec les autres services** : Collaborer avec les autres départements de l'établissement (hébergement, restauration, accueil, etc.) pour coordonner les animations en fonction des événements ou des programmes de l'établissement.
- **Suivi de la satisfaction clientèle** : Observer les retours des clients sur les animations proposées, organiser des enquêtes de satisfaction, et ajuster les programmes en fonction des feedbacks.
- **Organisation d'événements spéciaux** : Planifier et coordonner des événements exceptionnels comme des soirées à thème, des spectacles, des concours ou des festivités en fonction des saisons ou des occasions spéciales (fêtes, vacances scolaires, etc.).
- **Gestion du budget et des ressources** : Veiller à ce que les animations respectent le budget alloué et à ce que les équipements nécessaires soient disponibles et en bon état.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Création de programmes d'animation / Management d'équipe / Coordination d'activités / Animation de groupe / Gestion de l'aspect logistique / Gestion du budget / Créativité / Sens du contact et de l'écoute / Dynamisme et enthousiasme / Sens de l'organisation

CHEF-RÉCEPTIONNISTE ●

NIVEAU
BAC+3

Le chef-réceptionniste est un professionnel clé dans le secteur de l'hôtellerie, responsable de la gestion du service de réception d'un établissement. Il ou elle supervise l'équipe de réceptionnistes et assure le bon accueil des clients, la gestion des réservations, et la coordination des différents services de l'hôtel (hébergement, restauration, services divers). Le chef-réceptionniste est aussi en charge de l'organisation administrative de la réception, du suivi des dossiers clients, et de la gestion des réclamations. Il ou elle joue un rôle essentiel dans la satisfaction des clients et dans le bon fonctionnement de l'hôtel au quotidien.

- Garantir un accueil de qualité : Offrir un service client irréprochable à chaque client, en assurant un accueil chaleureux et professionnel à leur arrivée et tout au long de leur séjour.
- Encadrer l'équipe de réception : Gérer, motiver et former l'équipe de réception pour assurer un service de qualité et une organisation fluide au sein de l'hôtel.
- Optimiser la gestion des réservations : Assurer une gestion efficace des réservations, des arrivées, des départs, et des demandes particulières des clients.
- Gérer la relation client : Traiter les réclamations des clients de manière proactive et professionnelle pour maintenir leur satisfaction et fidélité.
- Veiller au bon fonctionnement des services : Coordonner les services de l'hôtel pour garantir que les besoins des clients soient satisfaits (hébergement, informations touristiques, demandes spécifiques, etc.).

LES MISSIONS

- **Supervision de l'équipe de réception** : Gérer le planning des réceptionnistes, organiser les tâches quotidiennes, distribuer les rôles et garantir que chaque membre de l'équipe soit formé et compétent dans son domaine.
- **Accueil et prise en charge des clients** : Accueillir les clients à leur arrivée, effectuer les formalités d'enregistrement, répondre à leurs questions et demandes et veiller à leur confort tout au long de leur séjour.
- **Gestion des réservations et du planning** : Gérer les réservations par téléphone, e-mail ou via des plateformes de réservation en ligne, s'assurer de la disponibilité des chambres et optimiser l'occupation de l'hôtel.
- **Gestion des paiements et de la facturation** : S'assurer que les clients règlent leurs factures correctement, gérer les encaissements et effectuer les tâches administratives liées à la facturation.
- **Suivi des réclamations et des besoins des clients** : Prendre en charge et résoudre les réclamations des clients de manière rapide et efficace, tout en cherchant à anticiper et à satisfaire leurs besoins.
- **Coordination avec les autres services de l'hôtel** : Travailler en étroite collaboration avec les autres départements (ménage, cuisine, maintenance, etc.) pour garantir un service sans faille.
- **Veille administrative** : Suivre les procédures administratives, les rapports de gestion et veiller à la bonne tenue des documents relatifs aux réservations, aux factures et à la clientèle.
- **Amélioration continue de la qualité de service** : Proposer des améliorations en termes de service à la clientèle, de gestion des réservations ou d'organisation de la réception.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Management d'équipe / Excellente communication / Gestion des réservations et de la facturation / Résolution des conflits / Connaissance des procédures administratives / Sens du service / Rigueur et organisation / Diplomatie et écoute / Polyvalence / Discrétion et confidentialité

DIRECTEUR D'HÉBERGEMENT ●

NIVEAU
BAC+3

Le directeur d'hébergement est un responsable clé dans l'industrie hôtelière, chargé de superviser l'ensemble des opérations liées à l'hébergement dans un établissement hôtelier, tel qu'un hôtel, une résidence de tourisme, un village vacances, ou tout autre type de structure d'accueil. Son rôle principal est de garantir la qualité de l'accueil et du service en matière de logement tout en veillant à la rentabilité, à la gestion des équipes et à la satisfaction des clients. Le directeur d'hébergement coordonne également les services de réservation, de réception, de gestion des chambres, et souvent des services annexes comme la maintenance, le ménage et les demandes spéciales des clients.

- Garantir la qualité de l'hébergement : S'assurer que les chambres et les équipements respectent les normes de qualité, de confort et de propreté afin de satisfaire les clients.
- Optimiser la rentabilité de l'hébergement : Maximiser l'occupation des chambres tout en optimisant les tarifs (yield management) et en contrôlant les coûts d'exploitation.
- Manager les équipes d'hébergement : Superviser les équipes de réception, de housekeeping (ménage), de maintenance, et parfois de service client pour offrir un service impeccable.
- Veiller à la satisfaction client : Assurer un accueil chaleureux et répondre aux demandes spécifiques des clients pour garantir leur confort et leur fidélité.
- Suivre les indicateurs de performance : Analyser les performances de l'hébergement (taux d'occupation, satisfaction client, retours sur les services) et ajuster les stratégies en conséquence.

LES MISSIONS

- **Gestion de l'accueil et de la réception** : Superviser l'équipe de réception, assurer une gestion optimale des réservations et des arrivées/départs, et résoudre rapidement les problèmes ou plaintes des clients.
- **Optimisation de l'occupation des chambres** : Mettre en place une politique de tarification dynamique (yield management), gérer les disponibilités, et s'assurer de l'optimisation de l'occupation de l'hôtel en fonction de la demande.
- **Supervision des services de nettoyage et de maintenance** : Garantir que les chambres et les espaces publics soient propres, bien entretenus et prêts à accueillir les clients en tout temps. Il ou elle supervise aussi les tâches de maintenance pour assurer le bon état des installations.
- **Gestion du budget et des coûts** : Établir et suivre le budget des services d'hébergement, en veillant à l'équilibre entre la qualité des services et le contrôle des coûts d'exploitation.
- **Gestion des équipes** : Encadrer et animer les équipes de réception, de nettoyage, et de maintenance. Assurer la formation continue, l'organisation des plannings, et la motivation du personnel pour maintenir une qualité de service optimale.
- **Contrôle de la qualité de service** : S'assurer que les services fournis respectent les standards de qualité de l'établissement et qu'ils sont constamment adaptés aux attentes des clients.
- **Mise en place des stratégies de fidélisation** : Développer des actions visant à fidéliser la clientèle, gérer les programmes de fidélité, et maximiser les retours des clients.
- **Veille à la conformité légale et réglementaire** : Assurer que l'établissement respecte les normes en matière de sécurité, d'hygiène et de qualité, ainsi que les législations locales en vigueur.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion opérationnelle / Management et gestion d'équipe / Analyse des performances / Optimisation des coûts et gestion budgétaire / Communication et relation client / Connaissances en maintenance et hygiène / Sens du service / Réactivité et prise de décision / Flexibilité

GUEST RELATION MANAGER ●

NIVEAU
BAC+3

Le Guest Relation Manager (GRM), ou responsable de la relation client, est un professionnel du secteur hôtelier et touristique chargé de garantir une expérience exceptionnelle pour les clients tout au long de leur séjour. Son rôle consiste à établir et à maintenir une relation personnalisée avec les clients, à anticiper leurs besoins et à résoudre rapidement leurs problèmes ou réclamations. Le GRM agit en tant que liaison entre la direction de l'établissement et les clients, veillant à ce que chaque interaction soit positive et contribue à fidéliser la clientèle. Il ou elle joue un rôle clé dans la satisfaction et la fidélisation des clients, en offrant un service sur-mesure et en créant des expériences mémorables.

- Assurer une expérience client exceptionnelle : Garantir que chaque client bénéficie d'un service personnalisé et d'une expérience haut de gamme.
- Fidéliser les clients : Créer une relation de confiance et de fidélité avec les clients, en veillant à répondre à leurs besoins et attentes de manière proactive.
- Gérer les réclamations et les demandes spéciales : Résoudre rapidement et efficacement les réclamations ou les demandes spécifiques des clients pour maintenir une haute satisfaction.
- Collaborer avec les différents services de l'hôtel : Coordonner les départements internes (réception, conciergerie, housekeeping, restauration) pour s'assurer que les besoins des clients sont satisfaits.
- Suivre la satisfaction des clients : Recueillir les retours des clients, analyser leur satisfaction et proposer des actions d'amélioration continue.

LES MISSIONS

- **Accueillir et personnaliser l'expérience client** : Accueillir les clients VIP ou de passage, leur offrir des services personnalisés, et veiller à ce qu'ils se sentent spéciaux tout au long de leur séjour.
- **Anticiper les besoins des clients** : Identifier les attentes des clients avant, pendant et après leur séjour, en tenant compte de leurs préférences personnelles, habitudes ou demandes spécifiques.
- **Gérer les réclamations et les plaintes** : Être le principal point de contact pour les clients mécontents ou insatisfaits, traiter leurs plaintes avec professionnalisme et trouver des solutions satisfaisantes.
- **Promouvoir les services et activités de l'établissement** : Informer les clients des services, événements et offres spéciales disponibles dans l'hôtel ou la destination, tout en encourageant leur utilisation.
- **Mettre en œuvre des actions de fidélisation** : Proposer des programmes de fidélité, des offres spéciales ou des avantages aux clients réguliers ou de longue durée.
- **Collecter des retours et feedbacks** : Recueillir des avis clients, effectuer des enquêtes de satisfaction, et analyser les retours pour améliorer les services et l'expérience client.
- **Collaborer avec les départements internes** : Travailler en étroite collaboration avec les équipes de la réception, du concierge, du housekeeping, et de la restauration pour s'assurer que tous les services sont synchronisés et que les attentes des clients sont respectées.
- **Suivre les relations VIP** : Gérer les relations avec les clients VIP, en leur offrant un service sur-mesure et en veillant à répondre à toutes leurs demandes particulières.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de la relation client / Résolution de conflits / Connaissance des services et des produits / Suivi de la satisfaction client / Organisation et gestion du temps / Empathie et écoute active / Sens du service / Réactivité et autonomie / Capacité d'adaptation / Discrétion et confidentialité

ORGANISATEUR DE RÉCEPTION ●

NIVEAU
BAC+3

L'organisateur de réception est un professionnel chargé de planifier, coordonner et superviser l'organisation d'événements privés ou professionnels, tels que des mariages, des séminaires, des conférences, des soirées d'entreprise ou des réceptions privées. Son rôle consiste à gérer l'ensemble des aspects logistiques, techniques, et humains de l'événement, en veillant à ce que tout se déroule de manière fluide et selon les attentes du client. Il ou elle travaille en étroite collaboration avec les prestataires de services (traiteurs, décorateurs, techniciens, etc.) et veille à ce que chaque détail soit pris en compte pour garantir la réussite de l'événement.

- Assurer la satisfaction du client : Offrir une expérience exceptionnelle au client en respectant ses attentes et en garantissant une organisation impeccable de l'événement.
- Coordonner les prestataires : Gérer les relations avec les prestataires et fournisseurs pour assurer la qualité des services (traiteurs, animateurs, décorateurs, etc.) et le respect des délais et du budget.
- Veiller à la logistique de l'événement : Organiser la mise en place des lieux, la gestion du timing et la coordination des différentes étapes de l'événement pour garantir sa fluidité.
- Respecter le budget et les délais : Gérer les coûts de l'événement, contrôler les dépenses, et s'assurer que toutes les étapes sont réalisées dans les temps impartis.
- Gérer la communication : Maintenir une communication claire et constante avec le client et les prestataires tout au long du processus de planification et de l'événement.

LES MISSIONS

- **Compréhension des besoins du client :** Écouter et analyser les attentes du client pour concevoir un événement qui corresponde à ses souhaits, son budget, et ses contraintes.
- **Planification et coordination :** Planifier tous les aspects de l'événement, y compris le choix du lieu, la décoration, le service traiteur, l'animation, la logistique, les transports, etc. Coordonner toutes les étapes de la mise en œuvre.
- **Sélection des prestataires et gestion des contrats :** Choisir les prestataires nécessaires (traiteurs, décorateurs, techniciens, etc.), négocier les contrats et superviser leur travail pour garantir la qualité des services.
- **Gestion de la logistique sur le terrain :** Être présent le jour de l'événement pour superviser la mise en place, s'assurer que tout est prêt à temps et résoudre les imprévus en temps réel.
- **Suivi du budget :** Gérer le budget de l'événement, contrôler les dépenses, et proposer des solutions pour rester dans les limites financières prévues.
- **Gestion des imprévus :** Être capable de gérer rapidement et efficacement les problèmes de dernière minute, qu'ils concernent les prestataires, les invités, ou la logistique.
- **Assurer la communication avec le client :** Maintenir une communication régulière avec le client pour l'informer de l'avancement de la préparation et de l'organisation de l'événement.
- **Évaluation post-événement :** Recueillir les retours du client après l'événement pour évaluer la réussite de l'organisation, et tirer des enseignements pour de futures réceptions.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de projet / Compétences organisationnelles / Négociation avec les prestataires / Gestion de la logistique événementielle / Gestion du stress / Sens du service et de l'accueil / Polyvalence / Réactivité / Dynamisme / Sens de l'écoute / Discrétion et professionnalisme

CHARGÉ DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL ●

NIVEAU
BAC+3

Le chargé de projet événementiel dans le tourisme est responsable de la conception, de la planification et de la mise en œuvre d'événements liés à l'industrie du tourisme. Ces événements peuvent inclure des salons professionnels, des conférences, des séminaires, des festivals, des événements promotionnels, des journées portes ouvertes ou des séjours sur-mesure pour des groupes. L'objectif principal de ce métier est de promouvoir la destination touristique, de renforcer l'image de la structure ou de l'entreprise, et de créer une expérience unique pour les participants tout en atteignant les objectifs commerciaux ou institutionnels.

- Promouvoir la destination ou l'établissement : Mettre en valeur les attraits touristiques de la destination ou les services de l'entreprise via des événements bien organisés, attractifs et pertinents.
- Gérer la conception et l'organisation de l'événement : Assurer la planification détaillée des événements, en incluant la logistique, la communication, et la gestion des prestataires.
- Garantir la satisfaction des participants : Créer des événements captivants et mémorables qui répondent aux attentes des participants tout en respectant le budget et les délais.
- Développer des partenariats et des synergies : Travailler avec des partenaires (hôtels, agences de voyage, offices de tourisme, etc.) pour renforcer l'impact de l'événement.
- Suivre et analyser les retours : Analyser les retours d'expérience des participants pour mesurer l'efficacité de l'événement et proposer des améliorations pour les projets futurs.

LES MISSIONS

- **Analyse des besoins et des objectifs du client** : Identifier les objectifs spécifiques de l'événement, comprendre le public cible et définir les attentes du client ou de la structure touristique.
- **Conception et création de l'événement** : Élaborer un concept d'événement adapté aux objectifs et aux contraintes, en choisissant les activités, les intervenants et le programme qui plairont aux participants tout en valorisant la destination.
- **Gestion de la logistique de l'événement** : Planifier la logistique de l'événement.
- **Coordination des prestataires** : Sélectionner et coordonner les prestataires externes (traiteurs, animateurs, techniciens, etc.), négocier les contrats et superviser leur travail pour garantir la qualité des services.
- **Communication et marketing de l'événement** : Élaborer un plan de communication pour promouvoir l'événement via différents canaux (réseaux sociaux, sites internet, affiches, campagnes publicitaires) afin d'attirer un large public ou un public ciblé.
- **Suivi et gestion du budget** : Définir un budget pour l'événement, gérer les dépenses, et veiller à respecter les contraintes financières tout en maintenant la qualité des prestations.
- **Gestion de l'inscription et accueil des participants** : Mettre en place un système d'inscription et de billetterie, accueillir les participants le jour de l'événement, et assurer le bon déroulement de l'accueil (mise à disposition d'informations, matériel, services).
- **Évaluation de l'événement** : Après l'événement, recueillir des retours sur la satisfaction des participants, analyser les résultats, et faire un bilan pour améliorer les futures éditions ou projets similaires.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Gestion de projet / Compétences en communication et marketing / Négociation avec les prestataires / Analyse des retours et suivi / Compétences en gestion budgétaire / Sens de l'organisation / Gestion du stress et réactivité / Rigueur et professionnalisme

DIRECTEUR D'OFFICE DE TOURISME ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice d'Office de Tourisme est chargé.e de promouvoir un territoire et de développer son attractivité touristique. Ce poste stratégique allie gestion, animation d'équipe et pilotage de projets pour dynamiser l'économie locale à travers le tourisme. Véritable ambassadeur.drice du territoire, il ou elle collabore étroitement avec les acteurs locaux et veille à offrir une expérience unique aux visiteurs.

- Renforcer l'attractivité touristique du territoire et valoriser son patrimoine.
- Développer des offres touristiques adaptées aux attentes des visiteurs.
- Fédérer les acteurs locaux autour d'une stratégie touristique commune.
- Optimiser les retombées économiques pour la région.

LES MISSIONS

- **Élaboration et mise en œuvre de la stratégie touristique :** Concevoir et piloter un plan stratégique pour promouvoir le territoire. Développer des actions de communication et de marketing pour attirer les touristes. Mettre en place des partenariats avec des agences de voyage, collectivités et autres structures.
- **Management et gestion de l'office de tourisme :** Encadrer et animer l'équipe en charge des différentes missions de l'office. Gérer le budget, optimiser les ressources et assurer la viabilité financière de la structure.
- **Superviser les activités opérationnelles :** accueil, information, événements, etc.
- **Développement de l'offre touristique :** Créer et enrichir des circuits touristiques, activités ou événements. Valoriser les atouts naturels, culturels et patrimoniaux du territoire. Anticiper les tendances et besoins pour adapter l'offre touristique.
- **Relations avec les acteurs locaux :** Fédérer les professionnels du tourisme, commerçants et collectivités autour des projets. Être un interlocuteur privilégié pour les élus locaux et les partenaires institutionnels. Promouvoir la collaboration et la mutualisation des ressources entre acteurs.
- **Suivi de la satisfaction des visiteurs :** Analyser les retours des touristes et mesurer l'impact des actions menées. Améliorer en continu les services proposés par l'office et le territoire. Innover pour offrir une expérience touristique toujours plus riche et différenciée.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion de projets et en management d'équipe / Connaissances solides en marketing touristique et communication / Maîtrise des outils d'analyse et de gestion financière / Capacité à concevoir des offres touristiques attractives et différenciées / Compétence en animation de réseaux et en négociation avec les partenaires / Leadership pour fédérer les équipes et les acteurs locaux / Esprit créatif et innovant pour développer l'offre touristique / Sens relationnel et diplomatie pour collaborer avec des parties prenantes diverses / Organisation et rigueur pour gérer des projets complexes / Vision stratégique et adaptabilité face aux évolutions du secteur touristique.

DIRECTEUR DE SITE CULTUREL ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice de Site Culturel a pour mission de gérer, valoriser et promouvoir un lieu dédié au patrimoine, à l'art ou à la culture. En tant que chef.fe d'orchestre, il ou elle pilote les aspects stratégiques, opérationnels et financiers du site, tout en veillant à offrir une expérience enrichissante aux visiteurs. Ce rôle exige une passion pour la culture et une aptitude à conjuguer gestion, créativité et médiation.

- Assurer la gestion et la pérennité financière du site culturel.
- Valoriser le patrimoine culturel et artistique auprès d'un large public.
- Développer l'attractivité et la fréquentation du site.
- Fédérer les équipes et partenaires autour d'une vision commune.

LES MISSIONS

- **Gestion stratégique et opérationnelle du site :** Élaborer et mettre en œuvre une stratégie globale pour le développement du site. Superviser les aspects administratifs, logistiques et financiers. Piloter les indicateurs de performance [fréquentation, recettes, satisfaction].
- **Développement de l'offre culturelle :** Concevoir et programmer des expositions, événements ou animations. Diversifier les activités pour attirer différents publics. Collaborer avec des artistes, institutions culturelles ou partenaires locaux.
- **Promotion et communication :** Élaborer des campagnes de communication pour promouvoir le site. Développer des partenariats avec des médias, agences de voyage ou collectivités. Veiller à la présence digitale et à l'interaction sur les réseaux sociaux.
- **Management des équipes :** Recruter, encadrer et motiver les équipes en charge de l'accueil, de la médiation et de la logistique. Former les collaborateurs pour garantir un service de qualité aux visiteurs. Favoriser un esprit d'équipe autour des valeurs du site.
- **Relation avec les parties prenantes :** Coopérer avec les institutions publiques, mécènes et sponsors. Participer à des initiatives locales ou nationales pour le rayonnement du patrimoine. Entretenir des relations avec les associations et acteurs culturels locaux.
- **Préservation et mise en valeur du patrimoine :** Veiller à la conservation et à la maintenance des infrastructures et des collections. Soutenir des projets de restauration ou d'innovation liés au site. Promouvoir une approche écoresponsable et inclusive.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion de projet et en management culturel / Compétences en communication et marketing appliquées au domaine culturel / Maîtrise des enjeux financiers et administratifs d'un site culturel / Connaissance des techniques de conservation et valorisation du patrimoine / Capacité à concevoir des offres adaptées à différents publics. Passion pour la culture et le patrimoine / Leadership et capacité à fédérer des équipes et des partenaires / Créativité et esprit d'innovation pour dynamiser l'offre culturelle / Diplomatie et excellent relationnel pour gérer les collaborations et les négociations / Organisation, rigueur et adaptabilité face à des enjeux multiples et évolutifs.

CHARGÉ D'ÉTUDES TOURISTIQUES ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Chargé.e d'Études Touristiques analyse, planifie et développe des projets liés au secteur du tourisme. À travers des études approfondies, il ou elle identifie les tendances, évalue les besoins des territoires et propose des solutions pour renforcer l'attractivité touristique. Ce métier stratégique allie expertise en analyse de données, connaissance du secteur et vision prospective.

- Réaliser des études pour évaluer l'offre et la demande touristique sur un territoire.
- Proposer des recommandations stratégiques pour développer l'attractivité touristique.
- Soutenir les acteurs locaux dans leurs projets touristiques.
- Contribuer à la mise en œuvre de politiques et d'aménagements adaptés au tourisme.

LES MISSIONS

- **Analyse et diagnostic du territoire :** Collecter et analyser des données sur l'offre et la demande touristique. Identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces [analyse SWOT] d'un territoire. Réaliser des enquêtes de satisfaction, études de marché ou sondages auprès des visiteurs.
- **Conception de stratégies touristiques :** Proposer des recommandations pour améliorer les infrastructures, les services et les produits touristiques. Élaborer des plans d'action pour développer de nouveaux segments de clientèle. Concevoir des projets d'aménagement ou de valorisation du patrimoine local.
- **Veille et analyse des tendances :** Suivre l'évolution des comportements des touristes et les nouvelles tendances du secteur. Identifier les opportunités liées aux innovations technologiques ou aux nouveaux marchés. Étudier les pratiques des territoires concurrents pour anticiper les besoins locaux.
- **Collaboration avec les acteurs locaux :** Travailler avec les collectivités, offices de tourisme, entreprises et associations. Animer des ateliers ou des réunions pour présenter les résultats des études et recueillir les avis. Contribuer à la coordination et au suivi des projets touristiques.
- **Communication des résultats :** Rédiger des rapports clairs et détaillés pour les décideurs locaux. Présenter les résultats des études lors de conférences, réunions ou événements. Participer à la promotion des projets touristiques issus des études menées.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en méthodologie d'étude (quantitative et qualitative) / Compétences en analyse de données et en cartographie statistique / Maîtrise des outils bureautiques (Excel, PowerPoint) et spécifiques (SIG, logiciels d'enquête) / Connaissance approfondie du secteur touristique et des enjeux territoriaux / Capacité à élaborer des recommandations opérationnelles et stratégiques / Rigueur et précision dans l'analyse et la rédaction / Esprit d'analyse et de synthèse pour traiter des données complexes / Sens de la communication pour vulgariser les résultats auprès de publics variés / Proactivité et créativité pour identifier des opportunités et des solutions innovantes / Esprit collaboratif pour travailler efficacement avec les partenaires locaux.

CHARGÉ DE DÉVELOPPEMENT EN OENOTOURISME ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Chargé.e de Développement en Œnotourisme est un professionnel du tourisme spécialisé dans la valorisation des territoires viticoles. Il ou elle conçoit et met en œuvre des projets visant à attirer les visiteurs autour du vin, du patrimoine viticole et des expériences culturelles associées. Ce métier combine passion pour le vin, créativité et compétences en gestion de projets pour développer l'attractivité des domaines viticoles et des régions productrices.

- Développer et promouvoir des offres touristiques autour du vin et de la culture viticole.
- Renforcer l'attractivité des territoires viticoles et dynamiser leur économie.
- Valoriser les savoir-faire des producteurs et le patrimoine viticole local.
- Créer des expériences uniques pour les visiteurs, mêlant vin, gastronomie et culture.

LES MISSIONS

- **Conception d'offres œnotouristiques :** Développer des circuits de visite, ateliers ou événements liés au vin et à la vigne. Intégrer des expériences culturelles, gastronomiques ou sportives à l'offre œnotouristique. Collaborer avec les producteurs pour proposer des dégustations et des découvertes authentiques.
- **Promotion et communication :** Élaborer des campagnes de communication pour attirer les touristes. Valoriser les domaines et le territoire sur les réseaux sociaux, sites web et auprès des médias. Participer à des salons ou événements pour promouvoir les offres œnotouristiques.
- **Collaboration avec les acteurs locaux :** Travailler en partenariat avec les vignerons, offices de tourisme, collectivités et restaurateurs. Fédérer les acteurs locaux autour d'une stratégie commune. Organiser des rencontres et des formations pour sensibiliser les partenaires aux enjeux de l'œnotourisme.
- **Gestion de projets :** Piloter la mise en place des projets, de la conception à la réalisation. Assurer le suivi des budgets, des plannings et des ressources nécessaires. Mesurer l'impact des initiatives œnotouristiques sur la fréquentation et l'économie locale.
- **Veille et innovation :** Identifier les tendances du tourisme et les nouvelles attentes des visiteurs. Proposer des solutions innovantes pour enrichir l'offre œnotouristique (digitalisation, expériences immersives). S'inspirer des meilleures pratiques en France et à l'international pour les adapter au territoire.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en conception et gestion de projets touristiques / Connaissance approfondie de l'univers viticole et des techniques de vinification / Compétences en communication, marketing digital et promotion événementielle / Maîtrise des outils de gestion de projets (budgets, plannings) et de reporting / Aptitude à travailler en réseau et à mobiliser les acteurs locaux. Passion pour le vin et le patrimoine culturel / Créativité pour imaginer des expériences uniques et mémorables / Aisance relationnelle pour fédérer les partenaires et accueillir les visiteurs / Sens de l'organisation et rigueur pour gérer plusieurs projets simultanément / Proactivité et curiosité pour anticiper les attentes et identifier de nouvelles opportunités.

DIRECTEUR D'EXPLOITATION ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice d'Exploitation est le garant du bon fonctionnement opérationnel et stratégique d'une entreprise ou d'un site. Ce rôle clé consiste à coordonner les activités, optimiser les ressources et garantir la satisfaction des clients tout en atteignant les objectifs financiers. Proche du terrain, il ou elle joue un rôle de leader auprès des équipes, tout en assurant la rentabilité et la pérennité de l'exploitation.

- Piloter les opérations pour garantir l'efficacité et la qualité des services.
- Optimiser les performances financières et opérationnelles de l'entreprise ou du site.
- Manager les équipes et favoriser un climat de travail positif et collaboratif.
- Assurer la conformité avec les normes légales, environnementales et de sécurité.

LES MISSIONS

- **Gestion des opérations** : Superviser et coordonner les activités quotidiennes de l'exploitation. Mettre en place des processus pour améliorer la productivité et réduire les coûts. Garantir le respect des délais, des normes de qualité et des engagements contractuels.
- **Management des équipes** : Encadrer et motiver les responsables d'équipes et les collaborateurs. Définir les besoins en formation pour développer les compétences des équipes. Promouvoir un esprit de collaboration et une culture de performance.
- **Pilotage financier** : Élaborer, suivre et optimiser le budget de l'exploitation. Analyser les résultats financiers et identifier les axes d'amélioration. Proposer des actions pour augmenter la rentabilité et réduire les dépenses inutiles.
- **Relation client et partenaires** : Assurer un haut niveau de satisfaction client en veillant à la qualité des services. Négocier et entretenir des relations avec les partenaires et fournisseurs. Répondre aux éventuelles réclamations et garantir une relation de confiance.
- **Stratégie et développement** : Participer à la définition des orientations stratégiques de l'entreprise. Proposer des projets innovants pour améliorer les services ou développer l'activité. Veiller à l'adaptation de l'exploitation aux évolutions du marché et aux besoins des clients.
- **Suivi de la conformité et de la sécurité** : S'assurer du respect des réglementations en vigueur. Mettre en œuvre des politiques de sécurité et d'environnement adaptées. Anticiper les risques et élaborer des plans d'action en cas de crise.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion d'exploitation et optimisation des processus / Compétences en gestion financière et analyse des performances / Maîtrise des outils de planification, de gestion de projet et de reporting / Capacité à mettre en œuvre des stratégies pour améliorer la satisfaction client / Connaissance des réglementations spécifiques au secteur d'activité / Leadership naturel pour encadrer et motiver les équipes / Sens de l'organisation et capacité à gérer les priorités / Excellentes compétences relationnelles et diplomatie pour gérer les parties prenantes / Résilience et capacité à prendre des décisions dans des contextes exigeants / Esprit d'analyse et proactivité pour anticiper les besoins et les défis.

Le ou la Yield Manager, également appelé.e Revenue Manager, est responsable de l'optimisation des revenus d'une entreprise, notamment dans les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie, ou des transports. En utilisant des données et des outils d'analyse, il ou elle ajuste les prix et la gestion des capacités en temps réel pour maximiser le chiffre d'affaires tout en répondant aux attentes des clients. Ce métier stratégique allie expertise technique et vision commerciale.

- Optimiser les revenus en ajustant les prix et les disponibilités selon la demande.
- Analyser les données pour anticiper les tendances du marché et les comportements clients.
- Améliorer le taux d'occupation tout en augmentant le revenu par unité (chambre, siège, etc.).
- Contribuer à la stratégie globale de l'entreprise en maximisant sa rentabilité.

LES MISSIONS

- **Analyse des données** : Étudier les performances passées et actuelles (taux d'occupation, prix moyen, revenu par unité). Collecter et analyser les données du marché : concurrence, événements, saisonnalité. Anticiper les variations de la demande grâce à des outils de prévision.
- **Gestion tarifaire** : Définir des grilles tarifaires dynamiques selon les segments de clientèle et la période. Ajuster les prix et les disponibilités en temps réel pour optimiser les revenus. Mettre en place des promotions ou des stratégies de yield management en cas de baisse de la demande.
- **Stratégie commerciale** : Collaborer avec les équipes marketing et ventes pour définir les objectifs de revenu. Identifier de nouveaux segments de clientèle et développer des offres adaptées. Proposer des plans d'action pour renforcer la compétitivité de l'entreprise.
- **Pilotage des outils et systèmes** : Utiliser des logiciels de revenue management pour ajuster les prix et les capacités. Superviser l'intégration des données dans les systèmes de réservation et de distribution. Effectuer des tests pour valider l'efficacité des stratégies mises en place.
- **Reporting et recommandations** : Produire des rapports sur les performances et les résultats des actions menées. Présenter des analyses et des recommandations aux décideurs. Surveiller en permanence les indicateurs clés (KPI) pour ajuster les stratégies.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en analyse de données et en gestion des systèmes de yield management / Connaissance approfondie du secteur d'activité (tourisme, hôtellerie, transport, etc.) / Maîtrise des outils de gestion et de reporting (Excel, RMS, PMS, BI) / Capacité à développer des stratégies tarifaires adaptées aux fluctuations de la demande / Aptitude à interpréter les tendances du marché et à anticiper les comportements clients / Rigueur et précision dans l'analyse des données et la prise de décision / Sens stratégique et orientation résultats / Réactivité et adaptabilité face aux variations du marché / Esprit collaboratif pour travailler avec les équipes marketing, commerciales et opérationnelles / Proactivité et curiosité pour identifier des opportunités et tester de nouvelles approches.

DIRECTEUR MARKETING HÔTELIER ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice Marketing Hôtelier est un acteur clé dans le positionnement et la visibilité d'un établissement ou d'une chaîne hôtelière. Chargé.e de concevoir et d'appliquer des stratégies marketing innovantes, il ou elle a pour mission d'attirer des clients, de fidéliser une clientèle existante et d'augmenter les revenus. Ce poste stratégique nécessite une compréhension fine du marché hôtelier et des attentes des consommateurs.

- Développer l'image de marque de l'hôtel ou du groupe hôtelier.
- Augmenter la fréquentation et les réservations grâce à des stratégies marketing performantes.
- Fidéliser la clientèle tout en attirant de nouveaux segments.
- Optimiser les revenus en collaborant avec les équipes commerciales et revenue management.

LES MISSIONS

- **Définition de la stratégie marketing :** Concevoir des plans marketing en lien avec les objectifs de l'établissement. Positionner l'offre hôtelière en fonction des tendances du marché et de la concurrence. Identifier les opportunités pour renforcer la notoriété de l'établissement.
- **Mise en œuvre des campagnes marketing :** Superviser la création de supports publicitaires (digitaux, print, vidéos, etc.). Développer des campagnes digitales : réseaux sociaux, e-mailing, SEO, SEA. Organiser des événements ou partenariats pour promouvoir l'établissement.
- **Analyse des performances :** Suivre les indicateurs clés (KPI) : taux de conversion, trafic web, satisfaction client. Mesurer l'efficacité des actions marketing et ajuster les stratégies en conséquence. Réaliser des études de marché et des analyses concurrentielles pour affiner l'approche.
- **Collaboration interne et externe :** Travailler étroitement avec les équipes commerciales, revenue management et opérationnelles. Négocier avec les partenaires (OTA, agences de communication, influenceurs). Former les équipes à la stratégie marketing et aux outils déployés.
- **Développement de la relation client :** Élaborer des programmes de fidélité pour renforcer l'attachement des clients. Créer des expériences personnalisées en fonction des besoins et attentes des visiteurs. Gérer la réputation en ligne en suivant et répondant aux avis clients.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en marketing digital et en communication multicanale / Connaissance approfondie du secteur hôtelier et des attentes des clients / Compétences en gestion de projet et en pilotage de campagnes publicitaires / Maîtrise des outils d'analyse (Google Analytics, CRM, plateformes de gestion d'avis) / Capacité à définir des stratégies innovantes adaptées aux nouvelles tendances / Créativité et sens de l'innovation pour se démarquer sur un marché concurrentiel / Leadership pour encadrer et motiver les équipes / Orientation client pour concevoir des actions en phase avec les attentes / Rigueur et organisation dans la gestion des projets et des budgets / Esprit d'analyse et réactivité pour ajuster les actions face aux évolutions du marché.

DIRECTEUR D'UN RESTAURANT ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice d'un Restaurant est au cœur de la gestion et du développement de l'établissement. Véritable chef d'orchestre, il ou elle supervise les opérations quotidiennes, gère les équipes et veille à offrir une expérience client exceptionnelle tout en garantissant la rentabilité du restaurant. Ce poste stratégique combine des compétences en management, gestion financière et hospitalité.

- Assurer le bon fonctionnement du restaurant et garantir la satisfaction des clients.
- Optimiser les performances financières et atteindre les objectifs de rentabilité.
- Encadrer et motiver les équipes pour maintenir un service de haute qualité.
- Développer la notoriété et l'attractivité de l'établissement.

LES MISSIONS

- **Gestion des opérations :** Superviser l'ensemble des activités du restaurant (salle, cuisine, logistique). Garantir la qualité des produits et des services offerts aux clients. Veiller au respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire.
- **Management des équipes :** Recruter, former et encadrer le personnel (serveurs, cuisiniers, hôtesse, etc.). Organiser les plannings et assurer une répartition efficace des tâches. Instaurer un climat de travail positif pour fidéliser les équipes et limiter le turnover.
- **Pilotage financier :** Gérer le budget du restaurant et surveiller les coûts (matières premières, personnel, etc.). Analyser les résultats financiers et identifier les axes d'amélioration. Mettre en place des actions pour augmenter le chiffre d'affaires (menus spéciaux, promotions).
- **Développement de la clientèle :** Concevoir et mettre en œuvre des stratégies pour attirer de nouveaux clients. Fidéliser la clientèle grâce à un service personnalisé et des initiatives adaptées. Superviser la communication et la promotion de l'établissement, notamment sur les réseaux sociaux.
- **Relations avec les fournisseurs :** Négocier les contrats avec les fournisseurs pour garantir les meilleurs produits au meilleur prix. Assurer une gestion optimale des stocks et des approvisionnements. Veiller à la qualité et à la traçabilité des matières premières.
- **Innovation et différenciation :** Proposer de nouvelles offres (menus, concepts) pour se démarquer de la concurrence. S'adapter aux tendances culinaires et aux attentes des consommateurs (ex. : plats végétariens, locaux). Développer des partenariats locaux ou des événements pour dynamiser l'activité.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion d'établissement de restauration et en optimisation des processus / Compétences en gestion financière, analyse des coûts et rentabilité / Capacité à recruter, former et diriger des équipes dans un environnement exigeant / Maîtrise des outils de gestion (logiciels de caisse, gestion des stocks, CRM) / Compétences en marketing et communication pour attirer et fidéliser la clientèle / Leadership pour inspirer et motiver les équipes / Excellentes compétences relationnelles pour interagir avec les clients, le personnel et les fournisseurs / Sens de l'organisation et réactivité face aux imprévus du quotidien / Passion pour la gastronomie et le service client / Créativité et esprit d'innovation pour proposer des expériences uniques.

Le ou la Directeur.trice d'Hôtel est le garant du bon fonctionnement de l'établissement, de la satisfaction des clients à la gestion des équipes, en passant par la rentabilité financière. Ce rôle stratégique combine leadership, gestion opérationnelle et sens de l'hospitalité pour offrir une expérience client irréprochable tout en optimisant les performances globales de l'hôtel.

- Assurer une expérience client de qualité pour fidéliser la clientèle et développer la réputation de l'hôtel.
- Piloter les performances financières et atteindre les objectifs de rentabilité.
- Superviser et motiver les équipes pour maintenir un service exemplaire.
- Positionner l'établissement comme une référence sur son marché.

LES MISSIONS

- **Gestion opérationnelle :** Superviser les activités quotidiennes de l'hôtel : accueil, hébergement, restauration, entretien. Veiller à la qualité des prestations proposées et garantir le respect des normes de service. Gérer les imprévus et anticiper les besoins pour assurer le bon fonctionnement de l'établissement.
- **Management des équipes :** Recruter, former et encadrer le personnel [réceptionnistes, femmes de chambre, restaurateurs, etc.]. Instaurer une culture d'entreprise axée sur l'excellence et la satisfaction client. Organiser les plannings et animer les équipes pour assurer une coordination efficace.
- **Pilotage financier :** Établir et suivre le budget de l'hôtel pour optimiser les coûts et maximiser les profits. Analyser les performances financières et mettre en place des actions correctives si nécessaire. Superviser les tarifs et la stratégie de revenue management en collaboration avec les Yield Managers.
- **Développement commercial :** Élaborer des stratégies pour attirer de nouveaux clients et fidéliser la clientèle existante. Collaborer avec les agences de voyage, les plateformes en ligne (OTA) et les partenaires locaux. Développer des actions marketing et promotionnelles adaptées au positionnement de l'hôtel.
- **Relation client :** Veiller à ce que chaque client vive une expérience mémorable et personnalisée. Superviser la gestion des retours clients et des avis en ligne. Être présent.e sur le terrain pour entretenir un contact direct avec les clients.
- **Innovation et positionnement :** Proposer des concepts ou services novateurs pour se démarquer de la concurrence. Adapter l'offre de l'hôtel aux évolutions des tendances et aux attentes des consommateurs. Participer à des projets de rénovation ou d'amélioration des infrastructures si nécessaire.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion hôtelière et en pilotage d'activités multiservices / Compétences en gestion financière, analyse des performances et optimisation des résultats / Maîtrise des outils de gestion : CRM, PMS, outils de reporting et revenue management / Capacité à développer des stratégies commerciales et marketing performantes / Connaissance approfondie des réglementations en vigueur [hygiène, sécurité, etc.] / Leadership pour encadrer et inspirer les équipes / Sens aigu de l'accueil et de la satisfaction client / Rigueur et organisation dans la gestion des opérations et des priorités / Esprit stratégique pour anticiper les besoins et saisir les opportunités de développement / Résilience et capacité à gérer les imprévus dans un environnement exigeant.

DIRECTEUR DE PARC D'ATTRACTION ●

NIVEAU
BAC+5

Le ou la Directeur.trice de Parc d'Attraction est responsable de la gestion globale d'un site de loisirs, mêlant stratégie, management et créativité. Garant.e de l'expérience client, il ou elle veille à offrir des moments inoubliables tout en assurant la rentabilité et la sécurité du parc. Ce rôle exige une vision à 360° pour conjuguer satisfaction des visiteurs, gestion des équipes et innovation.

- Assurer une expérience client exceptionnelle pour fidéliser et attirer les visiteurs.
- Piloter les performances financières du parc pour atteindre les objectifs de rentabilité.
- Gérer les équipes et les infrastructures pour garantir un fonctionnement fluide et sécurisé.
- Développer des projets innovants pour maintenir l'attractivité du parc.

LES MISSIONS

- **Gestion stratégique et opérationnelle** : Superviser les activités du parc : attractions, restauration, boutiques, événements. Élaborer et mettre en œuvre la stratégie globale du site. Assurer le respect des normes de sécurité et des réglementations en vigueur.
- **Management des équipes** : Recruter, former et encadrer les équipes (opérationnelles, techniques, administratives). Organiser les plannings pour garantir une gestion optimale pendant les périodes d'affluence. Créer une dynamique de travail positive et motiver les équipes à offrir le meilleur service.
- **Pilotage financier** : Gérer le budget du parc en optimisant les coûts et en augmentant les revenus. Analyser les performances financières et ajuster les stratégies si nécessaire. Développer des offres tarifaires et des promotions adaptées aux différentes clientèles.
- **Développement de l'attractivité** : Concevoir de nouvelles attractions ou spectacles pour enrichir l'offre du parc. Collaborer avec les équipes marketing pour organiser des campagnes de communication impactantes. Développer des partenariats locaux et nationaux pour élargir la visibilité du parc.
- **Expérience client** : Veiller à ce que chaque visiteur vive une journée mémorable et unique. Superviser la gestion des retours clients et des avis en ligne pour améliorer les services. Mettre en place des dispositifs pour personnaliser l'expérience des visiteurs.
- **Innovation et durabilité** : Suivre les tendances du marché des loisirs pour rester compétitif. Intégrer des pratiques écoresponsables dans la gestion du parc. Proposer des solutions innovantes pour améliorer les infrastructures et les services.

SAVOIR-FAIRE / SAVOIR-ÊTRE

Expertise en gestion de sites de loisirs ou d'infrastructures complexes / Compétences en management d'équipes pluridisciplinaires / Maîtrise de la gestion financière, des budgets et de l'analyse des performances / Capacité à piloter des projets de grande envergure et à innover / Connaissance approfondie des normes de sécurité et des attentes des visiteurs / Leadership pour encadrer, motiver et fédérer les équipes / Sens aigu de l'organisation et de la gestion des priorités / Créativité et vision stratégique pour imaginer des projets attractifs / Orientation client pour garantir une satisfaction optimale / Résilience et capacité à gérer les imprévus dans un environnement dynamique.

POURQUOI TU DEVRAIS EMBARQUER AVEC NOUS ?

Experte dans les métiers du management hôtelier et touristique, Hospitality & Tourism Business School figure aujourd'hui parmi les écoles spécialisées de référence du grand ouest. Elle dispense des formations de haut niveau de bac à bac+5, en initial, alternance et formation continue. Ses diplômes sont reconnus par l'Etat et constituent une forte valeur ajoutée sur le marché du travail. ses compétences dans tous les métiers de l'hôtellerie et du tourisme, et optimiser son insertion professionnelle dans un environnement évolutif et passionnant.

Ouverte sur l'international et spécialisée dans les nouveaux métiers, Hospitality & Tourism Business School met son expertise à disposition de tous ceux qui ont pour ambition de devenir les acteurs majeurs de l'hôtellerie et du tourisme de demain. Hospitality & Tourism Business School favorise une approche transversale du secteur associée à des spécialisations sectorielles et métiers. Notre objectif : former les futurs managers qui sauront innover tout en maîtrisant les compétences fondamentales dans les domaines du tourisme, du voyage, de l'événementiel touristique, de l'hôtellerie et de la restauration.

Étudier à l'Hospitality & Tourism Business School, c'est ainsi bénéficier d'un écosystème unique pour développer ses compétences dans tous les métiers de l'hôtellerie et du tourisme, et optimiser son insertion professionnelle dans un environnement évolutif et passionnant.



PANORAMA DES ÉTUDES ●

L'itinéraire de ton avenir !

BAC+2

▶ **BTS
TOURISME**

L'ensemble des titres sont accessibles en VAE et VAP. 120 crédits ECTS [60 crédits /an]

BAC+3 *(en 1 an)*

▶ **BACHELOR
MARKETING HÔTELIER
& TOURISTIQUE**

L'ensemble des titres sont accessibles en VAE et VAP. 60 crédits ECTS

BAC+5

▶ **MASTÈRE PROFESSIONNEL
DIRIGEANT-MANAGER EN
HÔTELLERIE & TOURISME**

L'ensemble des titres sont accessibles en VAE et VAP. 120 crédits ECTS [60 crédits /an]

STAGE / ALTERNANCE

BTS : 14 semaines de stage

BACHELOR 3 : Initial / Alternance*

MASTÈRE PROFESSIONNEL 1 : Initial / Alternance*

MASTÈRE PROFESSIONNEL 2 : Initial / Alternance*

*1 semaine en cours / 3 semaines en entreprise



**HOSPITALITY & TOURISM
BUSINESS SCHOOL - ANGERS**

2 rue de la Martinellerie
49800 Trélazé
02 53 57 74 64

**HOSPITALITY & TOURISM
BUSINESS SCHOOL - BREST**

475 rue Joséphine Pencalet
29200 BREST
02 98 49 22 99

**HOSPITALITY & TOURISM
BUSINESS SCHOOL - CAEN**

13 rue Martin Luther King
14280 Saint-Contest
06 26 43 19 60

**Plonge dans l'aventure Hospitality & Tourism
Business School et vis l'expérience à travers nos
réseaux sociaux !**



htbs.fr