

	REPertoire DES METIERS	COMMUNAUTE AGGLOMERATION FLERS AGGLO
	CHARGE/CHARGEE DE PROMOTION TOURISTIQUE	
DIRECTION ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE		
AGENT	A RECRUTER	
IDENTIFICATION	FICHE DE POSTE	2022
<i>Direction/Service</i>	Direction ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE – Service Tourisme - Office de Tourisme	
<i>Type d'emploi</i>	Emploi non permanent - Saisonnier	
<i>Cadre d'emplois</i>	Adjoint d'animation	
<i>Cadre responsable</i>	Responsable du service tourisme	
<i>Relations fonctionnelles</i>	Président de Flers Agglo Elus de Flers Agglo et plus particulièrement la Vice-Présidente en charge du tourisme Cabinet du Maire-Président Directeur Général des Services Les agents de la DAT Tous les personnels de Flers Agglo Les stagiaires et le personnel occasionnel L'ensemble des partenaires privés et institutionnels (entreprises, commerçants, fournisseurs, associations, socioprofessionnels, CDT, CRT, touristes ...)	
<i>Lieu de travail</i>	Principal : BIT de la Roche d'Oëtre - 61430 Saint-Philbert-sur-Orne Occasionnel : les autres BIT de Montagnes de Normandie Tourisme	
<i>Cycle de travail Horaires</i>	Temps complet Cycle hebdomadaire du lundi au dimanche, base 37h30 sur 5 jours en période estivale Cycle hebdomadaire du lundi au vendredi, base 37h30 en période hivernale	
<i>Sujétions</i>	Participation à des réunions hors du cycle de travail Travail les week-ends et jours fériés Travail en soirée lors de manifestations Pics d'activité en haute saison	
<i>Conditions d'exercice</i>	Travail à forte dimension relationnelle Déplacements sur le territoire et en dehors	
<i>Références Document Unique Evaluation Risques</i>	Rattaché à la famille « Chargée accueil et de développement touristique »	
DEFINITION		
Le/la chargé(e) de promotion touristique met en valeur l'attractivité du territoire, fait connaître la destination montagnes de Normandie. II/Elle rend visible, lisible et attractive l'offre de la destination, du territoire de compétence de l'Office de Tourisme. II/Elle développe la notoriété et l'image de la destination. II/Elle participe à la stratégie marketing de l'OT pilotée par la responsable de l'Office de Tourisme.		

	MISSIONS	ACTIVITES
OPERATIONNELLES PRINCIPALES		
1	Promotion : Participe et suit le plan marketing de l'OT	<ul style="list-style-type: none"> Analyser les statistiques de fréquentation de la destination Etudier les clientèles Sélectionner les actions de promotion Dresser un bilan du plan de promotion
2	Promotion : Mise en place des actions de promotion	<p><i>A l'extérieur du territoire :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Se mettre en relation avec les organisateurs de salons et les partenaires Participer à des salons Organiser et préparer le matériel et éléments à diffuser lors de salons Dresser un bilan des actions réalisées
3	Communication : Planifie la stratégie de communication / le plan média	<ul style="list-style-type: none"> Sélectionner les médias Réaliser une veille
4	Communication : Assure les relations presse	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser et envoyer les dossiers et communiqués de presse aux fichiers presse sélectionnés Réaliser le programme des accueils presse, faire l'accueil, remettre les outils de communication Mettre à jour les fichiers presse
5	Met en place et gère la photothèque & la vidéothèque	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place une photothèque avec l'aide d'un prestataire Sélectionner les photos Classer les photos Mettre à disposition les photos Préparer les reportages photos & vidéos
6	Editions : Coordonne un portefeuille d'éditions et d'encarts	<ul style="list-style-type: none"> Définir un calendrier de sortie des éditions Sélectionner les fournisseurs (imprimeur, traduction...) Saisir les informations des fiches techniques Réaliser le chemin de fer Rédiger les contenus en binôme avec la conseillère en séjour Suivre les impressions : BAT... et réceptionner les éditions
7	Conception de documents	<ul style="list-style-type: none"> Maquetter certains documents et affiches en binôme avec la conseillère en séjour
8	Webmarketing : Elabore les actions E-marketing	<ul style="list-style-type: none"> Définir la ligne éditoriale du site internet Définir les actions à mettre en place Parfaire le référencement naturel du site internet Mettre à jour le site internet OT Mettre en place la version anglaise du site internet Gérer les avis Suivre les statistiques du site internet
9	Assure la relation avec les médias sociaux (FB & Instagram) en lien avec les BIT	<ul style="list-style-type: none"> Définir la ligne éditoriale Créer une interaction entre la communauté et la destination Réalisation de post, contenus... en binôme avec la conseillère en séjour Gestion d'un calendrier de publication Suivi des statistiques
10	Gère la base de données Tourinsoft	<ul style="list-style-type: none"> Entrer les mises à jour des animations Effectuer le lien avec Orne Tourisme
OPERATIONNELLES		SPECIFIQUES OU OCCASIONNELLES
13	Participe à la gestion administrative et budgétaire de l'OT	<ul style="list-style-type: none"> Participer au suivi administratif Classer, archiver Rédiger des bilans, rapports, compte rendu de réunions Participer aux réunions d'équipe Contribuer à l'élaboration du budget de communication
14	Est un appui à la gestion des gîtes de Bréel et Saint-Philbert-sur-Orne	<ul style="list-style-type: none"> Prendre les options et les réservations Réaliser les devis / contrats

COMPETENCES

1 SAVOIR	<p>Etre titulaire d'un diplôme de niveau III dans le domaine touristique, du développement local ou disposer d'une expérience pratique ou d'une affinité particulière dans le domaine.</p> <p>Connaitre le territoire de l'agglomération de Flers et ses alentours pour informer les touristes sur les activités de la région.</p> <p>Connaitre le langage internet</p> <p>Connaitre les méthodes d'accueil et les différents publics accueillis</p> <p>Connaitre le fonctionnement d'un Office de Tourisme.</p> <p>Connaitre et faire respecter les règles d'hygiène et de sécurité</p> <p>Disposer de notions sur le fonctionnement des services de la collectivité.</p> <p>Disposer du permis B.</p>
2 SAVOIR FAIRE	<p>Savoir valoriser les attraits locaux</p> <p>Disposer d'une bonne capacité rédactionnelle</p> <p>Savoir s'exprimer de façon claire et synthétique</p> <p>Savoir utiliser les outils bureautiques, de mise en page et la messagerie électronique</p> <p>Savoir utiliser les logiciels de maquettage</p> <p>Savoir parler anglais</p> <p>Savoir travailler en équipe</p> <p>Savoir rendre compte</p>
3 SAVOIR ETRE	<p>Disposer de capacités relationnelles</p> <p>Etre créatif, innovant</p> <p>Etre autonome</p> <p>Etre dynamique</p> <p>Etre souriant</p> <p>Etre disponible compte tenu des sujétions et pour s'inscrire dans une dynamique de service</p> <p>Avoir le sens du service public et en respecter les valeurs / Faire preuve de discrétion</p>
EVOLUTION (le cas échéant)	
OBSERVATION	La présente fiche n'est qu'un cadre indicatif susceptible d'évolution en fonction des nécessités du service.