

Élaborer et maîtriser le discours de visite référent

Impliquer les guides de visite dans la rédaction du discours de visite.

L'élaboration d'un discours de visite référent est souvent citée comme obligatoire dans les chartes de qualité des associations qui regroupent des entreprises ouvertes à la visite.

Cette disposition est doublement justifiée :

- ❑ La visite d'entreprise est un outil de communication : les propos tenus aux visiteurs sont nécessairement préparés et validés par l'entreprise.
- ❑ Bâtir une visite guidée s'accordant avec les attentes des visiteurs est un exercice délicat qui répond à des logiques ne souffrant pas l'improvisation.

Les guides participent à la rédaction de leur discours, utilisant leurs propres mots, et s'entraînent à le prononcer dans le cadre général de leur prestation.

Publics

Les professionnels intéressés par le conseil ou l'élaboration d'un discours de visite dans le cadre d'un projet de découverte économique :

- ❑ Professionnels du tourisme : développement, commercialisation, accueil...
- ❑ Chargés de mission en diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle.
- ❑ Responsables de communication/ Chargés de l'accueil de visiteurs en entreprises.

Objectifs

- ❑ S'appuyer sur une méthodologie pour construire le discours de visite. En l'occurrence, méthode « espaces / thématiques / supports ».
- ❑ Tenir compte à la fois des impératifs de l'entreprise (image, confidentialité...) et des attentes des clientèles (visiteurs, prescripteurs).
- ❑ Amener les guides à s'approprier le discours et à maîtriser leur prestation.

Contenu

Alternance de phases :

1. **Construction du discours.** Rédaction collective du discours, espace par espace, selon la méthodologie appliquée.
2. **Répétitions individuelles.** Travail en groupe pour les répétitions individuelles, en salle puis sur les lieux de visite.
3. **Enrichissement des connaissances.** Proposition d'exposés de techniciens de l'entreprise pour apporter des éclairages et préparer les réponses aux questions.

Durée

À déterminer selon le projet de l'entreprise.

Méthodologie

Alternance de phases de rédaction, de mise en situation et d'apports méthodologies.

Nombre de participants

Le nombre de guides à former.

Coût et dates des sessions

Nous contacter pour préciser les conditions d'intervention.