

Optimiser son contenu et ses supports numériques en saison

Info +

CURSUS « Ingénierie
Etourisme »

Formateur :

Benoit Dudragne

IdRezo

Public :

Webmaster, web-
rédacteur, Responsables
de communication, toute
personne en charge d'animer
un contenu numérique

Durée

2 jours

Dates et lieux :

11 & 12 Juin 2020

Aix-en-Provence

Coût pédagogique prévisionnel :

600€ / stagiaire / 2 jours

Méthodologie :

- Apports théoriques
- Etudes de cas
- Mises en situation
- A la fin de la formation le support est téléchargeable dans l'espace de téléchargement.

Prérequis :

- Connaissances de son environnement touristique
- Connaissance de base d'Internet.

**ATTENTION, POUR
TOUTES LES FORMATIONS
E-TOURISME, VENIR AVEC UN
PC PORTABLE**

Pourquoi suivre cette formation ?

En haute saison, la fréquentation touristique augmente. Les actions de communication pour capter et faire consommer la clientèle touristique sur place ou déclencher un séjour de dernière minute est une véritable opportunité.

Optimiser la communication de son site internet, capter des audiences ciblées sur les réseaux sociaux, jouer avec le contenu en fonction de son actualité et de ses avantages concurrentiels dans une logique multicanal... les opportunités d'agir sont multiples.

Objectifs :

- ▶ Evaluer ses possibilités d'optimiser ses supports numériques durant la haute saison
- ▶ Identifier ses axes de communication prioritaires en saison
- ▶ Adapter son plan d'action en fonction de son environnement technologique
- ▶ Optimiser son contenu pour capter l'internaute en séjour en logique « recommandation »
- ▶ Elaborer un plan de contenu pour la saison hivernale
- ▶ Optimiser son écriture web pour accrocher le touriste en saison
- ▶ Optimiser sa visibilité pour les thématiques hivernales
- ▶ Cibler une audience de touristes sur la destination
- ▶ Evaluer ses résultats

Contenu :

- Une première étape permet d'identifier le périmètre d'intervention du stagiaire, les objectifs prioritaires pour la communication en saison et d'évaluer la performance de ses supports numériques.
- Dans un deuxième temps, en face à face, les stagiaires travaillent directement sur leurs supports et leur contenu en mode coaching avec le formateur.
- La journée alterne apports théoriques avec exemples et travaux pratiques individuels avec des outils opérationnels.
- A la fin de la formation le support est téléchargeable dans l'espace de téléchargement.

Introduction : les enjeux du E-marketing en séjour ?

Validation des possibilités d'action de chaque stagiaire suite à l'auto-évaluation :

- Il s'agit de définir précisément les espaces où les stagiaires ont la possibilité d'intervenir pour animer leur contenu durant la saison.
- En fonction de ceux-ci chaque stagiaire construira sur la durée de la formation son plan d'action adapté à ses possibilités :
 - Sur le site web
 - Sur les réseaux sociaux
 - Sur des campagnes webmarketing, etc.

Identification des axes de communication prioritaires pour l'hiver

- Il s'agit de poser le cadre marketing et éditorial sur lequel les destinations vont décliner leurs actions de communication en logique de recommandation
- Les avantages concurrentiels à valoriser
- Les expériences et les offres associés
- Les événements et les animations
- ...

Revue des actions envisageables pour agir en saison

- Optimiser le contenu de son site web en place
- Créer de nouvelles rubriques et de nouveaux contenus centrés client
- Travailler via les réseaux sociaux
- Profiter du mobile
- Engager des action push ciblées

Comment s'organiser pour optimiser son animation

- En fonction de son temps et de ses moyens
- En équipe
- En cohérence avec les autres projets
- En synergie avec ses partenaires

Evaluer simplement ses actions

- Sur les moyens mis en œuvre
- Sur les bénéfices des actions
- Travailler les bons indicateurs et savoir les communiquer