

2021 (2eme session) – E-reputation Avis clients: Gestion de la e-réputation (Réseaux sociaux etc.) / TripAdvisor

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

13 avril, 15 avril : Nombre total d'heures de formation : 14

Public cible

Conseillers en séjour, Community Managers, Chargés de communication

Tarif de la formation : 390 € net de taxes

Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure. Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO : 76340953834

Objectifs

- Vous êtes une entreprise touristique et vous êtes conscient que les sites d'avis tel que Tripadvisor, Google My Business ont aujourd'hui un impact énorme sur votre business. Vous souhaitez mieux gérer votre e-réputation et ne plus subir. Vous souhaitez pouvoir suivre simplement ce que se dit de votre structure, de vos services sur le web.

Cette formation vous apportera les techniques et les bonnes pratiques pour gérer efficacement votre e-réputation sur les principaux sites d'avis et site/supports influant (réseaux sociaux, blog, forum,...) mais également les outils et les techniques pour veiller sur ce qui se dit de vous sur le web.

Cette formation a été conçue pour répondre de façon très pragmatique à ces problématiques avec de nombreux ateliers pratiques

Pré-requis

Bonnes connaissances d'Internet en général

Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication

Contribuer régulièrement à un site Internet Touristique et à la surveillance de ce qui se dit sur la destination

Matériel stagiaire

Il est recommandé que les stagiaires puissent assister à la formation avec leur propre ordinateur avec un WIFI actif, micro, souris et web cam

Intervenants

Expert en e-tourisme, il conseille et forme les professionnels du tourisme sur les problématiques liées au digital marketing , à la visibilité sur le web , à la gestion des médias sociaux et à la rédaction sur le web. Il a à son actif de nombreuses interventions en formation **auprès** des CRT sur cette thématique. Il accompagne de nombreuses entreprises et institutions du monde du tourisme dans des approches web marketing et sur la mise en place d'outils simples, gratuits, faciles d'utilisation et vite opérationnels... Titulaire d'un Doctorat sur les médias sociaux, il enseigne en tant que Professeur Associé à l'Université de Montpellier. Il dirige le master 1 & 2 marketing du sport, loisir et tourisme à Montpellier Management

Tarif de la formation : 390 € net de taxes

Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure.Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO : 76340953834

Contenu de la formation

J1 : AM

1 Panorama des principaux sites et supports influents

- Focus sur les sites d'avis de voyageurs
- Quels rôles pour les offices de tourisme ?
- Comment agir ?
- Comment accompagner ses socio-professionnels ?

2 Focus sur les forums

- Comment les surveiller ?
- Comment agir ?

3. Focus sur les blogs (interne et externe)

- Intérêt de développer ses propres blogs ?
- Intérêt d'agir sur les blogs existants (blog seeding) ?
- Comment trouver les bons blogs ?
- Comment agir ?

4. Focus sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram)

- Impact sur l'organisation des équipes ?
- Codes et usages de la communication sur les réseaux sociaux
- Comment gérer les avis sur les réseaux sociaux ?
- Comment agir et être pro actif ?

5. Focus sur les réseaux sociaux versus avis client

- Youtube
- Facebook
- Twitter
- Instagram

J1 : PM

6. Utiliser les plates formes social de voyage (Facebook Cityguides, recommandation Facebook et Google, Tripadvisor..) et comprendre que la clef n'est plus le type de prestation mais l'ami en réputation

– les stratégies de communication pour une institution;

– Comment inciter ses socio pro à être pro actif avec les sites d'avis ?

son compte Tripadvisor

– – Optimisation de

J2: AM

7 . Pour chacun de ces outils : Comment les surveiller ? Comment agir ?

(Ateliers pratiques)

8. Méthode pour identifier & utiliser le contenu des internautes (avis, posts, commentaires, UGC,...) comme source d'inspiration de contenu marketing pour sa destination et son territoire (atelier)

J2: PM

9. Ateliers pratiques sur la veille

-Définir le champ d'action de sa veille en termes de mots clés.

-Paramétrage des principaux outils de veille

-La mise en place de tableaux de bords de flux RSS...

Pour chacun de ces outils : Comment les paramétrer ?

Moyens pédagogiques mis en oeuvre et Méthode d'évaluation

Les supports de formation et exercices seront téléchargés par les stagiaires au début de la formation permettant une meilleure écoute du formateur. Des exercices collectifs type focus group et/ou sous groupe sur la plate forme Zoom permettront une meilleure assimilation des méthodes par les stagiaires

Evaluation amont

Un test de positionnement seront diffusés via un questionnaire Google afin d'évaluer le niveau de chaque stagiaires avant la formation. A noter: le formateur respecte les règles de l'Union Européenne en matière de protection des données (RGPD 25 mai 2018 et loi sur les données du 20 juin 2018).

Indicateurs de réussite

Dispositif d'évaluation « à chaud » à la fin de la formation (bilan qualitatif individuel). Évaluation du niveau d'atteinte des objectifs fixés (discussion de groupes animée par le formateur)

Evaluation à froid

Dispositif d'évaluation « en ligne » post-formation par envoi d'email pour recueillir son sentiment

- **Nombre de personnes** : 10
- **Code action** : 25028-2