

2021- Rédaction de contenu expérientiel pour des offres : contenu vivant, dynamique

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 3 jours

Date(s) :

18 mars, 25 mars, 30 mars - Nombre total d'heures de formation : 21

Public cible

Conseillers en séjour/ Chargés de communication / Responsables réseaux professionnels

Tarif de la formation :

650 € 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

Préambule

Pour accompagner les professionnels à valoriser leurs offres sous l'angle expérientiel, les stagiaires doivent obligatoirement se confronter à deux dimensions

- ? La compréhension, la conception et l'enrichissement d'une expérience
- ? La communication d'une expérience dans ses multiples dimensions sur les multiples supports

Objectif de la formation :

- ? Comprendre les composantes d'une expérience touristique
- ? Apprendre à concevoir une nouvelle expérience ou enrichir une expérience existante
- ? Améliorer les différentes dimensions de l'expérience lors d'un séjour ou d'une prestation
- ? Améliorer ainsi l'offre commerciale des établissements par la dimension expérientielle
- ? S'obliger à « penser client » et prendre conscience de son vécu au sein de la structure
- ? Jouer sur l'innovation, les sens, l'insolite et les services pour se démarquer
- ? Adapter sa communication à l'expérience vécue
- ? Savoir valoriser et rédiger une expérience sur une page web de la séduction jusqu'à la vente
- ? Savoir écrire pour le cerveau gauche et pour le cerveau droit
- ? Toucher au maximum le client dans sa dimension émotionnelle
- ? Intégrer les enjeux de la visibilité (SEO) dans la conception et la rédaction de pages éditoriales de types "expérience"
- ? Illustrer avec du contenu multimédia performant

Pré-requis

Une certaine aisance rédactionnelle avec une connaissance d'internet en général

Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication touristique
Contribuer régulièrement au contenu d'un site Internet touristique

Matériel spécifique pour les stagiaires :

Ordinateur portable obligatoire (pas de tablette)
Stockage USB ou par le cloud

Intervenants

Benoît DUDRAGNE, BDC Consulting, groupement ID Rézo

Labélisé OTF pour les CQP Chargé de Projet Etourisme et Référents des Accueils Touristiques

Nombreuses formations depuis 10 ans et conférences et ateliers pratiques pour les professionnels du tourisme

Tarif de la formation : 650 € 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

Jour 1 : Comprendre, concevoir et enrichir l'expérience pour mieux la vendre

Comprendre avant d'agir : c'est quoi une Expérience.

- ? Les différents éléments clés d'une expérience touristique
- ? L'importance du cerveau droit : l'émotion
- ? L'environnement physique et ambiance /relations humaines / sensations / émotions / services
- ? Valeur et sens
- ? Les différents types d'expériences
- ? Quelles expériences valoriser autour ou chez le prestataire

L'expérience c'est le client au centre : jusqu'à la personnalisation

- ? Rôle, attitude, attentes et vécu du client

Atelier pratique – Micro Focus persona pour une expérience véritablement centrée sur le besoin client

Le parcours du client lors de mon expérience

- ? Les principales séquences du parcours client : points de contact et temps forts
- ? La notation émotionnelle

? Concentration sur les 1 à 2 temps forts de l'expérience

Atelier pratique – optimiser, enrichir, personnaliser l'expérience autour des émotions en gommant les points négatifs : décor, ambiance, sensations services

Jour 2 et 3 : Communication de l'expérience et son écriture

Où et comment valoriser l'expérience sur ses supports numériques

Atelier pratique groupe – On décrypte les meilleurs exemples de valorisation des expériences

? Les objectifs éditoriaux à respecter pour valoriser l'expérience : de la séduction à la vente

? Les contenus efficaces : multimédia, storytelling, sémantique émotionnelle...

Atelier pratique – Identifier et utiliser les expressions émotionnelles

? Valoriser la dimension expérientielle sur mon site web : sur tout le site et sur une page

? Comment la valoriser sur mes réseaux sociaux

Atelier pratique – Se centrer sur le vécu client par la curation : collecter et trier les principaux contenus de l'expérience pour enrichir et argumenter l'expérience

La visibilité par le contenu expérientiel

? Focus sur la visibilité de l'expérience sur les moteurs de recherche :

? Méthodologie à mettre en œuvre : combinaison de mots-clés, maillage sémantique, cocon sémantique, backlinks

Atelier pratique – visibilité : définir les combinaisons de mots-clés avant de rédiger l'expérience

Ecrire son expérience de la séduction à la vente

? Rappel des grands principes d'écriture web

? Niveaux de lecture / techniques d'écriture web pour accrocher / titres / chapô / micro-contenus / longueur texte et paragraphes

Atelier pratique – Ecriture et mise en forme de l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires. (Accompagnement individuel sur la dernière journée consacrée totalement à la rédaction)

● **Nombre de personnes** : 10

● **Code action** : 25026