

# **PROGRAMME DE FORMATION**

## **2021 (2eme session) - Rédaction de contenu expérientiel pour des offres : contenu vivant, dynamique**

**Lieu de la formation : A distance**

**Durée : 3 jours**

**Nombre total d'heures de formation : 21**

**Date(s) : 6 septembre, 13 septembre et 17 septembre**

### **Tarif de la formation**

**650 € net de taxes.**

**Pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :**

- N° de Déclaration d'Activité : 76340953834
- N° SIRET : 83203963000039

**Salariés de droit privé des organismes institutionnels du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS !**

### **Finalité**

Savoir faire la promotion d'une destination ou d'un établissement en valorisant l'expérience touristique

### **Objectifs opérationnels**

1. Savoir concevoir et enrichir une expérience
2. Savoir communiquer l'expérience sur ses supports de communication
3. Apprendre à rédiger l'expérience en respectant toutes les contraintes du web

### **Public cible**

Conseillers en séjour/ Chargés de communication / Responsables réseaux professionnels

### **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

## Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 3 jours
- **Nombre d'heures** : 21 heures
- **Dates** : 6 septembre, 13 septembre et 17 septembre 2021
- **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 8
- **Horaires** : 9h-12h30 / 13h-30-17h
- **Lieu** : A distance
- **Code action** : 25026-2

## 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

## Moyens mis à disposition et méthodes pédagogiques

- **Matériel stagiaire** : Ordinateur portable obligatoire (pas de tablette) + Stockage USB ou par le cloud
- **Moyens mis à disposition** : Support de formation, espace de téléchargement
- **Méthodes pédagogiques** : Support PPT, outils et exemples (méthodologie à suivre, carte d'expérience, check list d'autoévaluation, outils optimisation SEO, expression émotionnelle...)

## Suivi et évaluation

- **Suivi** : Tableau de suivi des présence/capture écran, certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.
- **Evaluation** :

1. Evaluation amont (questionnaire...) : Les stagiaires répondent à un questionnaire en ligne qui permet d'évaluer leurs compétences sur le sujet (Connaissance du marketing expérimentiel, Connaissance sur la communication web, Connaissance et Savoir-faire sur l'écriture web, Attentes spécifiques des stagiaires). Autoévaluation de leur niveau de connaissance sur la conception, la communication et l'écriture d'une expérience pour un comparatif en fin de formation
2. Evaluation des acquis des stagiaires par rapport aux objectifs (durant la formation ou fin de formation) : Autoévaluation de leur niveau de connaissance sur la conception, la communication et l'écriture d'une expérience pour un comparatif avec le début de la formation
3. A l'issue de la formation : Evaluation concertée en salle avec tous les stagiaires (tour de table : difficultés rencontrées, acquisitions, piste d'actions individuelles à mettre en œuvre dans les 6 mois) + Questionnaire en ligne individuel (écrit) est réalisé par le CRTL permettant de mesurer le taux de satisfaction
4. Evaluation à froid (CRTL) : Questionnaire écrit à 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle et de vérifier l'ancrage des connaissances (actions réalisées / réussites / difficultés rencontrées / acquisitions à renforcer / piste d'amélioration de la formation)

## Programme

### **Jour 1 : 6 septembre de 9h-12h30 / 13h-30-17h**

#### **Comprendre, concevoir et enrichir l'expérience pour mieux la vendre**

##### **Matinée**

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

- Les différents éléments clés d'une expérience touristique
  1. L'importance du cerveau droit : l'émotion
  2. L'environnement physique et ambiance /relations humaines / sensations / émotions / services
  3. Valeur et sens
  4. 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*

## **Après-midi**

### **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 : 13 septembre de 9h-12h30 / 13h-30-17h** **Communication de l'expérience et son écriture**

## **Matinée**

### **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*

## **Après-midi**

### **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*

### **Jour 3 : 17 septembre de 9h-12h30 / 13h-30-17h** **Ecrire son expérience de la séduction à la vente**

### **Matinée et après-midi**

- 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).*