

ACCOMPAGNER SES PRESTATAIRES TOURISTIQUES VERS LA COMMUNICATION DIGITALE

24, 25 et 26 août 2022

PUBLIC VISÉ :

Animateur numérique de territoire / Référent -
Chargé coordination et animation des acteurs.
Salariés de droit privé des organismes de tourisme
adhérents à l'AFDAS.

MODALITÉS ET DÉLAI D'ACCÈS :

Effectif 5 à 12 personnes / 3 structures différentes.
En inter-entreprises - Action collectives régionales
accessibles aux adhérents de l'AFDAS de la branche
des organismes de tourisme.
Selon planning inter-entreprises.

PRÉ-REQUIS :

Utilisation d'un ordinateur et d'un système
d'exploitation.

LIEU :

Option 1 - Locaux FRT - Saint-Pierre.
Option 2 - Locaux IRT - Saint-Paul.

DURÉE, DATE ET HORAIRES :

3 jours - 21 heures.
24, 25 et 26 août 2022.
8h30 - 16h30

ASPECTS ADMINISTRATIFS :

Remise d'attestation de présence (certificat de
réalisation).
Remise d'attestations individuelles de formation
par email aux participants.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES :

Nous contacter pour ajustements nécessaires.

TARIF :

Financement sur le dispositif des actions collectives
régionales pris en charge à 100% par l'AFDAS.

CONTACT :

Pauline ROGER
06 92 93 05 43
p.roger@ftrt.re

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Caractériser les enjeux et intérêts de la communication digitale.
- Identifier les canaux de la communication digitale.
- Optimiser sa visibilité.
- Mesurer la performance de sa communication digitale.
- Préconiser les bonnes pratiques en vue de développer l'autonomie et les compétences de ses prestataires.

PROGRAMME :

Déterminer ses cibles, leurs attentes et pratiques.
Gagner en visibilité et en notoriété.
Connaître les notions de l'Inbound marketing : du prospect à l'Ambassadeur.
Définir le tunnel de conversion.
Améliorer l'expérience client.
Fidéliser et développer sa relation client.
Identifier les acteurs et métiers de la communication digitale -
Recenser les différents canaux.
Distinguer les différents types de référencement.
Distinguer les différents « appareil » : téléphone, tablettes...
Repérer les tendances dans le E-tourisme.
Connaître les principes du référencement naturel - Définir une
stratégie de référencement payant (Google Ads / Facebook Ads).
Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux.
Fidéliser grâce à la newsletter.
Établir une stratégie de contenu.
Identifier les différents indicateurs de performance (nombre de
visiteurs, leads, trafic, taux de clics, interactions...)
Connaître le Digital Analytics avec les outils Google.
Google Search Console.
Quels indicateurs pour mesurer la performance des Newsletters ?
Atelier d'échange « Réalisation d'un questionnaire pour audit
d'état des lieux initial » : échange et questions/réponses.
Synthèses des thèmes abordés.

MOYENS TECHNIQUES ET HUMAINS :

Intervenant : PIXEL OI

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES :

Méthode active, expositive, interrogative...
Contextualisation et échange de pratique. Mises en
situation pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Un suivi individuel et collectif est assuré tout au long du
parcours avec des modalités d'évaluation formatives sous
forme de QCM.
Des questionnaires de satisfaction seront réalisés, ainsi
qu'une évaluation des participants. Un suivi post formation
sera proposé afin de vérifier l'application des objectifs
pédagogiques opérationnels.