

COMPRENDRE LE MARKETING

04 et 05 juillet 2022

PUBLIC VISÉ :

Animateur numérique de territoire / Community manager / Référent marketing communication / Chargé E-tourisme / Chargé de communication. 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 :

2 jours - 14 heures.

04 et 05 juillet 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 :

- Définir les canaux du marketing.
- Travailler l'information pour la digitaliser.
- Traduire l'écoute client, le parcours client dans sa communication et son marketing.
- Créer des campagnes publicitaires.

PROGRAMME :

Définir les canaux du marketing

- Découverte des concepts, du vocabulaire & chiffres clés...
- Les métiers du secteur : émergence et structuration.
- Connaître les différents canaux de communication digitale.

Travailler l'information pour la digitaliser

- Travailler la matrice SWOT.
- Définir ses objectifs SMART.
- L'articulation Paid/Owned/Earned/Media.
- Curation de contenu.

Traduire l'écoute client, le parcours client dans sa communication et son marketing.

- Créer son persona.
- Appréhender l'Inbound Marketing.
- Tunnel de conversion.

Créer des campagnes publicitaires

- Choisir la stratégie de communication adaptée.
- Déterminer les canaux appropriés pour toucher ses cibles.
- Définir la ligne éditoriale.

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.