

PROGRAMME DE FORMATION

Performer sa stratégie social media

Objectifs de la formation

- Identifier les bonnes pratiques et formats en vogue pour chaque réseau social
- Optimiser sa stratégie social media
- Créer des contenus performants
- Mesurer la performance de ses publications

Programme

Les réseaux sociaux deviennent un canal d'information incontournable lors de la préparation d'un voyage. Il est donc aujourd'hui indispensable pour les organismes de tourisme d'être présents et d'agir sur le web-social. Si la visibilité est importante, c'est surtout l'interactivité générée avec ses communautés qui doit être recherchée. S'il est par exemple relativement simple d'ouvrir une Page Facebook, un compte Instagram ou Snapchat, le plus difficile reste de la/le faire vivre, de l'animer pour obtenir des résultats probants et fidéliser sa clientèle. Les réseaux sociaux doivent s'utiliser comme un "outil marketing" dans la promotion de sa destination, de son activité, en suivant une stratégie : connaître ses cibles, délivrer du contenu pertinent, etc.

Si beaucoup d'organismes de tourisme ont aujourd'hui investi ces réseaux, l'enjeu consiste surtout à les utiliser à bon escient de façon à être plus efficace. Ce ne sont pas les outils utilisés qui font la différence mais la manière dont on les utilise et les scénarise.

Module 1 : Tour d'horizon

- Principaux réseaux sociaux utilisés en France et à l'étranger (tendances, usages, comportements, chiffres clés)
- Comprendre le fonctionnement et les résultats attendus

Module 2 : Le storytelling

- La rédaction web: apprendre à raconter une histoire pour valoriser sa destination
- Le picture marketing / Les stimuli
- Exemples d'usages / études de cas

Module 3 : Les publications

- Les types de publications, le calendrier
- Le contenu créatif et les applis indispensables

Module 4 : Les photos et vidéos

- Les bonnes pratiques
- Applications et exercices

Module 5 : La stratégie de création

- Définir ses objectifs et cibles

- Charte éditoriale multi réseaux sociaux
- Créer un calendrier de publication
- Améliorer la visibilité et la viralité de contenus marketing
- Gestion de projet et organisation interne

Méthodes et supports

- Démonstrations et apports théoriques
- Exercices pratiques
- Echanges d'expériences
- Supports et/ou ressources pédagogiques disponibles sur l'espace apprenant durant 15 jours après la formation

Public

Chargé.e de communication, community manager

Prérequis

Aucun prérequis

Informations complémentaires

Formation dispensée par LECLERCQ Aurélie, consultante formatrice e-tourisme.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quizz
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures

