

Animation Numérique de Territoire

Objectifs :

- Connaître le jargon e-tourisme.
- Conduire un état des lieux numérique de l'offre touristique de son territoire ou de sa filière.
- Définir un plan d'actions numérique à destination de ses partenaires privés ou institutionnel.
- Animer un réseau en accompagnant ces partenaires de façon collective (atelier, réunions de sensibilisation, animation de blogs...) ou individuelle.
- Evaluer son action de formation.
- Assurer une veille qualifiée sur l'e-tourisme.
- Transférer ses compétences à son équipe

Programme :

1. Connaître le jargon e-touristique.

2. Connaître son touriste, ses attentes et ses pratiques :

Un touriste qui évolue très vite, expert dans la préparation de son séjour

3. Connaître les outils numériques et collaboratifs d'animation :

Avant de commencer la formation, découvrons le kit du formateur-accompagnateur

Conduire une veille, évaluer, transférer

Les plateformes Web à votre disposition pour animer votre « club » numérique

Mes sources de veille et d'inspiration

Comment rendre accessible vos documents d'animation numérique en ligne ?

4. Etablir un état des lieux numérique de son territoire :

Mesurer la performance touristique-marketing de son territoire

5. Elaborer un plan d'action Webmarketing complet :

Une fois l'état des lieux réalisé, il est tant de passer aux préconisations :

- Planifier une stratégie de promotion "multicanal", comment valoriser son offre sur le bon média et au bon format pour le bon public.
- Illustrer ces notions avec la diffusion d'un événement sur votre site, votre blog, votre newsletter, votre compte twitter, votre page Facebook... Les formats s'adaptent au support et au lecteur.

Référencement naturel / Campagnes de liens commerciaux :

- Comment suivre le référencement de son site internet
- Analyser les résultats des moteurs de recherche
- Connaître la pertinence et la fréquence d'utilisation des mots clés utilisés par les internautes
- Lancer une campagne de liens commerciaux
- Présentation des principaux acteurs, Google, Yahoo Search Marketing, Msn...
- Définir son budget, ses objectifs
- Rédiger les annonces commerciales
- Cibler la clientèle souhaitée
- Suivre sa campagne et réagir rapidement

Webmarketing territorial, comment réaliser des actions collectives :

- Quels sont les outils de marketing direct et d'humanisation de la relation avec l'internaute ?
- Application concrètes de Gestion de la Relation Client
- La relation personnalisée via l'email, comment transformer une relation administrative (confirmation de réservation par ex.) en un email de Bienvenue !
- Supports ludiques, jeux concours





- La prospection et la fidélisation par l'emailing
- L'affiliation et la syndication ou comment faire de chaque site touristique partenaire un véritable agent commercial de votre structure

6. Savoir organiser un programme d'animation à destination des socio-professionnels de votre territoire et exploiter ses Web services :

L'audit territorial, l'accompagnement collégial, le conseil individuel :

- Diagnostic global d'internet au sein de la structure concernée
- Grille d'analyse de solution Web
- Audit de référencement
- Analyse des statistiques de fréquentation
- Préconisations et plan d'actions
- Suivi et accompagnement à moyen terme

Ateliers pratiques en groupe. Passez du web au théâtre ! La découverte, la maîtrise et le transfert :

- Comment organiser une période d'animation/formation "Web" ?
- Quels formats ? petit-déjeuner, demi-journée ou plusieurs jours ?
- Les pré-requis techniques avant de commencer la formation
- Quels sont les thèmes à proposer ?
- Comment réaliser ses fiches synthétiques, supports pédagogiques de mes interventions ?
- Comment les rendre dynamiques et "Multimédia" ?
- Comment travailler en réseau pour optimiser la création de ces supports ?
- En fonction des thèmes abordés, quelles sont les questions techniques pièges et comment y répondre ?

L'animation e-tourisme au quotidien, les nouveaux services aux prestataires :

- Comment créer un service supplémentaire pour ses adhérents... une veille e-tourisme locale
- Comment concevoir un espace PRO pertinent dans son site internet
- Quels sont les contenus pertinents à partager avec ses adhérents
- Rappel sur les outils permettant de propager mon contenu créé en ligne via les flux RSS

Les Web services internes et les outils de veille touristique : optimiser mon organisation interne

- Définition des web services
- Présentation des outils gratuits facilement utilisables dans sa structure
- Création d'un compte utilisateur Google Account
- Les web services pour une meilleure organisation interne et gestion de l'OTSI : email, agendas partagés, wiki, documents partagés, sondages en ligne, ...
- Google Documents : espace de travail collaboratif
- Google et Netvibes

7. Bienvenue dans votre bulle e-tourisme 2.0 communautaire et sociale :

Le Web touristique communautaire : échange et interactivité avec ses internautes...

- Savoir faire parler de soi et avoir des choses à dire ou comment développer une stratégie de blog
Tourisme qui humanisera votre relation avec les internautes
- Comment créer un blog ? Pourquoi ?
- Intérêts du Blog pour sa popularité, son référencement et son interactivité avec ses clients
- Comment mettre en place un groupe de discussion. Pourquoi ? Limites et contrôle de l'information
- Rappel sur l'utilisation des bases de données Clients pour identifier sa cible d'envoi



Les forums :

- Connaître les plus actifs dans le secteur touristique
- Comment effectuer une veille active sur les forums
- Comment s'organiser pour animer cette bulle forum

Les flux rss :

- Savoir ce que cherchent les touristes et pas forcément sur votre site : maîtriser la notion de flux RSS et le transformer en outil de veille permanente sur les besoins et attentes de vos touristes
- Proposer de vrais services professionnels à mes adhérents via le flux rss
- Comment organiser la préparation, la segmentation, la diffusion et la démonstration des flux rss

Le Web touristique social : discussions, échanges et relation client

Les plateformes sociales :

- Derrière le gadget Facebook, quelles sont les actions concrètes à mener sur les réseaux sociaux
- Twitter, un espace de veille, de communication professionnelle d'échange
- Les outils qui me permettent de sociabiliser mes solutions web, addthis....
- Flickr, côté Groupes et réseau social photographique
- Les sites de voyages collaboratifs, les agences de voyages en ligne, les outils u voyageur2.0

Les avis clients :

- Les évolutions dans ce secteur en 2012
- Comment anticiper, profiter et non subir les avis ?
- Démonstration de solutions insérées dans le site Internet d'un OT
- Quel impact le mobile a sur le web social touristique Gigantesque !

8. Devenir autonome dans la création de contenu multimédia :

Devenir un professionnel de l'image :

- Découverte des banques de photos en ligne
- Découverte des sites spécialisés dans les éléments iconographies, icône, fonds de page
- Tourd4horizon des bonnes pratiques visuelles dans le tourisme pour se mettre dans l'ambiance
- Outils de veille graphique pour rester en alerte permanente sur les idées à prendre

Découverte de l'infographie :

- Découverte de plusieurs logiciels : Gimp, Fireworks et outils en ligne (PicNik..)
- Définir une charte graphique
- Personnaliser ses polices de caractères
- Intégrer les photos et les visuels
- Retravailler les photos à intégrer
- Découverte des formats utilisés GIF, PNG et JPEG
- Exporter ses travaux, se soucier des rapports taille/poids et vitesse de chargement.

Exploiter les sites communautaires photographiques et les brochures en ligne :

- Découverte de l'environnement de la photothèque en ligne Flickr
- Découverte de Picasa
- Découverte de Panoramio
- Export des visuels et mise en ligne sur Flickr
- Découverte de Picnick, retouche photo en ligne sur Flickr
- Découverte des sites connexes exploitant les ressources de Flickr
- Et tous ces outils... comment les exploiter finalement sur VOTRE site internet

La photo :

- Découvrir et approfondir l'utilisation de Flickr / Picasa / Panoramio
- Comment optimiser l'utilisation de ces plateformes et en faire de vrais outils touristiques au service de touriste et de l'adhérent de l'OT



- Quels sont les services que je vais proposer à mes adhérents

La vidéo :

- Découvrir et approfondir l'utilisation de Youtube, Dailymotion et Vimeo
- Comment insérer des « widgets » pratiques dans vos sites internet
- Des outils pour faire des playlists multi-plateformes
- Quels sont les services que je vais proposer à mes adhérents

9. Savoir intervenir sur un site internet, ses règles, son animation, son référencement, son suivi :

Approche juridique relative à l'animation de stratégie du Web .

- Prendre conscience de la nécessité pour le créateur d'un site Web ou pour un internaute de respecter la propriété intellectuelle d'un tiers
- Connaître le cadre légal et juridique de vos réalisations (droits d'auteurs, droits de propriété intellectuelle / industrielle, libertés individuels)
- S'assurer que les noms de domaine déposés sont valides, non concurrentiels avec d'autres acteurs qui pourraient vous poursuivre
- S'assurer que les sites Internet comportent toutes les mentions légales obligatoires, déclaration CNIL, textes réglementaires
- S'assurer que les droits d'auteurs sur les images, photos et éléments graphiques utilisés sur les sites Internet sont en règle
- Rechercher efficacement l'information juridique sur Internet

Coordonner une conduite de projet Création ou Refonte de site Web de solution web :

- Rapide tableau des différentes solutions Web à votre disposition
- Les étapes de la conduite de projet Refonte Web
- Un cahier des charges bien pensé = un projet bien mené
- Un CMS, mais lequel ?

Prendre le contrôle de son site internet :

- Maîtriser l'interface d'administration du site Internet
- Rédiger le contenu éditorial des informations présentes sur le site
- Savoir insérer des photos et visuels dans son site Internet
- Gérer les informations commerciales et d'actualités du site

Savoir analyser son site, sa fréquentation, son ROI, ses statistiques :

- Présentation de logiciels préinstallés sur votre site et/ou gratuits en ligne – Google Analytics
- Découverte des critères à analyser en priorités, connaître ses visiteurs, leur mode de visite et la concrétisation ou non de ces visites

10. Laisser tomber votre vieil ami, le PC... pour un Internet mobile :

Quoi ? Mon touriste est en plus mobinaute !

- Comment prendre le train d'Internet Mobile et du M-Tourisme en marche ?
- Quels sont les supports à disposition des mobinautes, smartphone, bornes...
- Quels services aujourd'hui et demain

Le mobile, nouveau support Web prioritaire dans le Web 2.0 :

- L'état des lieux du web mobile communautaire et social
- Comment placer sa structure touristique dans ce monde mobile de l'échange et de l'avis client
- Les bonnes pratiques et sociétés majeures du marché

Comment adapter mon information touristique à ces nouveaux usages :

- L'information touristique mobile, les endroits où se placer
- Comment faire évoluer ma communication avec ces nouveaux outils réactifs vers le touriste et l'adhérent



- Comment réserver une partie de son site Internet à l'Internet de séjour, plus réactif et dynamique
- La disponibilité et la réservation mobile, quelles conséquences sur mon territoire
- Bonnes pratiques
- Comment s'y adapter ? Un site Internet mobile ? Pour quel type d'info ou de service ?
- Définir ensemble un plan d'action mobile

Méthode pédagogique :

Mise en application immédiate par les participants avec un site Jimdo ou leur site Internet actuel s'il permet une mise à jour du contenu en ligne

Post mission, réalisation d'une note de synthèse (le Vade-Mecum éditorial) rappelant les points clefs de la formation.

Supports visuels permettant d'animer la journée et mise à disposition de la présentation directement en ligne pour les participants

Apports d'exemples de sites Web Touristiques de la part du formateur

Type d'évaluation :

En fin de journée synthèse et bilan : tour de table oral, bilan individuel

Sanction : Attestation de stage

Public : Professionnels du tourisme

Pré requis : L'animation numérique de territoire s'affirme comme une nouvelle mission des offices de tourisme, particulièrement adaptée à des structures institutionnelles en prise direct avec les problématiques de développement local et avec la demande de la clientèle

Durée : 10 jour(s), 70 h

Dates : lundi 21 mai 2012, mardi 22 mai 2012, lundi 24 septembre 2012, mardi 25 septembre 2012, lundi 15 octobre 2012, mardi 16 octobre 2012, lundi 4 février 2013, mardi 5 février 2013, lundi 25 mars 2013, mardi 26 mars 2013

Lieu : Villefontaine (38)

Dates : jeudi 24 mai 2012, vendredi 25 mai 2012, mardi 2 octobre 2012, mercredi 3 octobre 2012, mercredi 17 octobre 2012, jeudi 18 octobre 2012, mercredi 6 février 2013, jeudi 7 février 2013, mercredi 27 mars 2013, jeudi 28 mars 2013

Lieu : Chambéry (73)

Dates : mardi 5 juin 2012, mercredi 6 juin 2012, mardi 6 novembre 2012, mercredi 7 novembre 2012, mardi 27 novembre 2012, mercredi 28 novembre 2012, mardi 5 mars 2013, mercredi 6 mars 2013, mardi 12 mars 2013, mercredi 13 mars 2013

Lieu : Aubenas (07)

Coût : Adhérents : 1500,00 € Non adhérents : 1500,00 €

Intervenant : Pierre ELOY, TOURISTIC