

L'Académie eTourisme en Pays de la Loire

Programme régional pour construire des stratégies Web gagnantes



2016 - 2017

Un programme de formations
pour les professionnels du tourisme

Hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites
de visite, organismes du tourisme, élus territoriaux

l'esprit grand ouvert



Région

PAYS DE LA LOIRE

Sommaire

L'ACADÉMIE E-TOURISME 4

LES FORMATIONS

La rencontre annuelle "Club des Académiciens du e-Tourisme" 5

Le schéma du programme de formations 2016 - 2017 6

LE PARCOURS DÉBUTANT

"Pour comprendre le e-marketing et construire une présence efficace sur le web"

Les bases marketing & étapes clés pour une présence efficace sur le web 7

Débuter sur Facebook et les médias sociaux du web **NOUVEAU** 8

Comprendre & développer la Gestion de la Relation Client **NOUVEAU** 9

LES PARCOURS THÉMATIQUES

"Pour développer des actions marketing et webmarketing efficaces"

Bilan / diagnostic de mon dispositif web **NOUVEAU** 10

Réussir sur les médias sociaux du web

Débuter sur Facebook et les médias sociaux du web **NOUVEAU** 11

Formation multimodale : Construire sa présence sur les médias sociaux 12

Perfectionnement Facebook 13

Pourquoi et comment utiliser efficacement Instagram et Pinterest 14

Pourquoi et comment utiliser efficacement Twitter 15

Développer son efficacité commerciale & sa visibilité

Formation multimodale : Maîtriser sa commercialisation par Internet 16

Réussir ses actions d'e-mailings & de newsletters 17

Utiliser Google Analytics pour gérer et optimiser sa présence sur Internet 18

Google Adwords et Facebook Ads : Les clés d'une publicité efficace
avec peu de budget 19

Réussir sa gestion de la relation client

Comprendre et développer la Gestion de la Relation Client NOUVEAU	20
Définir un plan de Gestion de la Relation Client NOUVEAU	21
Réussir ses actions d'e-mailings & de newsletters	22
Développer son activité grâce aux avis clients	23

Réussir sa communication écrite et ses relations médias

Mieux écrire pour le web : les clés pour des contenus bien référencés	24
Animer ses contenus éditoriaux : méthodes, outils & organisation	25
Formation multimodale : Réussir ses relations médias	26
Pourquoi et comment utiliser efficacement Twitter	27

Réussir sa communication visuelle

Culture de l'image : savoir identifier & choisir des images de qualité NOUVEAU ..	28
Picture Marketing : quelles images pour quels objectifs webmarketing	29
Techniques & outils : animer son dispositif web avec des photos NOUVEAU	30
Techniques & outils : animer son dispositif web avec des vidéos NOUVEAU	31

Se former à distance : formation multimodale et plateforme d'e-learning

Tout ce que vous devez savoir pour vous inscrire à une formation multimodale	32
Bénéficier tout au long de l'année de la plateforme d'e-learning "Académie e-Tourisme"	33

ÊTRE ACCOMPAGNÉ ET PARTAGER SES EXPÉRIENCES 34

PRÉSENTATION DES INTERVENANTS 35

LES AUTRES FORMATIONS TOURISME NUMÉRIQUE 37

MODALITÉS D'INSCRIPTION 38

CALENDRIER DES FORMATIONS 39

L'ACADÉMIE E-TOURISME : UN PROGRAMME DE FORMATIONS WEB POUR DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ !

Avec Internet, les moyens de communication et les modes de consommation touristique ont totalement muté au cours des 10 dernières années. 79 % des français partis en vacances en 2015 les ont préparées sur Internet, 49 % ont réservé tout ou partie de leur séjour en ligne. Les touristes internautes, hyper-connectés, laissent des avis sur les prestations touristiques qu'ils consomment, commentent sur les réseaux sociaux et partagent des photos en permanence avec leur entourage. Des acteurs nouveaux apparaissent tous les jours sur le web, menaces ou opportunités à saisir par les professionnels de l'hébergement, de la restauration et des loisirs qui ne peuvent plus ignorer le monde de la communication et de la commercialisation digitales.

Comment être présent facilement et efficacement sur Internet pour vendre son offre ? Comment utiliser les technologies numériques actuelles pour améliorer les performances de son entreprise ? Quels sont les méthodes marketing et les outils numériques à connaître pour maîtriser la promotion et la commercialisation de son offre sur Internet ?...

Pour les acteurs du tourisme, il s'agit d'un défi permanent !

Le programme de formations "Académie e-Tourisme" a été conçu pour accompagner chaque professionnel du tourisme de la région dans sa progression marketing on line et off line avec des thèmes d'apprentissage adaptés.

Les modules de formation sont préparés par les meilleurs spécialistes dans le domaine du marketing, du e-business, de la communication écrite et visuelle et du webmarketing. Depuis 2010, près de 1 500 professionnels ont participé à des formations de l'Académie e-Tourisme. Hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites de visite, offices de tourisme, élus territoriaux, vous trouverez dans ce guide des formations opérationnelles et innovantes qui apporteront des réponses opérationnelles à vos besoins.

L'Agence Régionale Pays de la Loire a confié à la société CoManaging l'organisation de ce programme de formations 2016 - 2017.

APPRENDRE à définir une stratégie web **Savoir PRODUIRE DES CONTENUS** de qualité
DEVELOPPER ses ventes avec les avis clients

Des formations innovantes

Comprendre les **ENJEUX DE L'INTERNET** Trouver des **RÉPONSES OPÉRATIONNELLES**

Savoir MAITRISER SA COMMERCIALISATION par Internet

Rencontre annuelle Club des Académiciens du e-Tourisme

Durée : 0,5 jour

Effectif : 50 à 150 participants

Date : Jeudi 10 novembre 2016 - après-midi de 14h à 17h à Nantes - Gratuit



Cette demi-journée présente les dernières évolutions des tendances et pratiques du e-tourisme dans le monde. Elle s'adresse à tous les professionnels du tourisme de la région.

Objectifs

- Connaître les toutes dernières tendances d'évolutions digitales et les meilleures pratiques dans le domaine du tourisme
- Comprendre la nécessité d'intégrer totalement Internet dans sa stratégie marketing et sa stratégie d'entreprise
- Identifier les modules de formation proposés par l'Académie e-Tourisme
- Prendre conscience et appréhender les derniers enjeux dans un domaine d'actualités

En 2016, deux sujets seront à l'ordre du jour : le diagnostic de son dispositif web & les nouvelles formes de communication (storytelling & instagram)

- Innovation et e-Tourisme en Pays-de-la-Loire : comment l'innovation numérique peut booster vos activités touristiques !

Public

Tout public, acteur du tourisme en Pays de la Loire :

- Professionnel ayant déjà participé à des modules de formation de l'Académie e-Tourisme
- Professionnel n'ayant pas encore participé, mais souhaitant avoir un premier aperçu des enjeux et des opportunités de développement pour son entreprise.

SCHÉMA DES FORMATIONS 2016 - 2017

LE PARCOURS DÉBUTANT

"Pour comprendre le e-marketing et construire une présence efficace sur le web"

ATELIER : D1

Les bases marketing & étapes clés pour une présence efficace sur le web
1 jour

ATELIER : D2

Débuter sur Facebook et les médias sociaux du web
1 jour

ATELIER : D3

Comprendre & développer la Gestion Relation Client
1 jour

LES PARCOURS THÉMATIQUES

"Pour développer des actions marketing et webmarketing efficaces"

ATELIER : BIL1

Atelier interactif - Bilan / diagnostic de mon dispositif web
1 jour

RÉUSSIR SUR LES MÉDIAS SOCIAUX DU WEB

ATELIER : MS1 / D2
Facebook et médias sociaux
1 jour

ATELIER : MS2 / MM1
Construire sa présence sur les médias sociaux
2 jours

ATELIER : MS3
Perfectionnement Facebook
1 jour

ATELIER : MS4
Instagram & Pinterest
1 jour

ATELIER : MS5
Twitter
1 jour

DÉVELOPPER SON EFFICACITÉ COMMERCIALE & SA VISIBILITÉ

ATELIER : EF1 / MM2
Hébergeurs - Maîtriser sa commercialisation par Internet
2 jours

ATELIER : EF2
E-mailings et newsletters
1 jour

ATELIER : EF3
Utiliser Google Analytics
1 jour

ATELIER : EF14
Google Adwords & Facebook Ads
1 jour

RÉUSSIR SA GESTION DE LA RELATION CLIENT

ATELIER : GRC1 / D3
Comprendre & développer la GRC
1 jour

ATELIER : GRC2
Définir un Plan de GRC
1 jour

ATELIER : GRC3 / EF2
E-mailings et newsletters
1 jour

ATELIER : GRC4
Se développer grâce aux avis clients
1 jour

RÉUSSIR SA COMMUNICATION ÉCRITE ET SES RELATIONS MÉDIAS

ATELIER : COM1
Mieux écrire pour le web
2 jours

ATELIER : COM2
Animer ses contenus éditoriaux
2 jours

ATELIER : COM3 / MM3
Réussir ses relations médias
2 jours

ATELIER : COM4 / MS5
Twitter
1 jour

RÉUSSIR SA COMMUNICATION VISUELLE

ATELIER : V1
Savoir identifier des images de qualité & optimiser sa base photos
2 jours

ATELIER : V2
Picture Marketing
1 jour

ATELIER : V3
Technique & outils : photos & web
1 jour

ATELIER : V4
Technique & outils : vidéos & web
1 jour

ATELIER D1

Les bases marketing & étapes clés pour une présence efficace sur le web

Intervenante : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Mardi 7 Février 2017 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier de remise à niveau a pour objectif de faire le point sur sa stratégie marketing, ses objectifs, et les bases marketing à prendre en compte, de bien appréhender les enjeux du e-tourisme et les principaux points clés du webmarketing à prendre en compte, d'identifier les principaux pièges à éviter, de définir les premières étapes à mettre en œuvre et le parcours de formation adapté à son projet.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux actuels d'Internet pour son activité et les attentes des clientèles
- Eclaircir le vocabulaire, les concepts du marketing et du webmarketing
- Remettre à niveau, prendre du recul par rapport aux outils et acquérir une méthode pour formaliser sa stratégie et ses objectifs
- Acquérir la connaissance des points incontournables pour réussir sa présence web, de la boîte à outils webmarketing et leur utilisation en fonction des objectifs recherchés
- Acquérir une méthode pour prioriser les actions webmarketing à mettre en œuvre
- Définir les besoins de formations E-Tourisme complémentaires pour construire son parcours de formation.

Public

- Tout professionnel du tourisme débutant ou peu averti sur les outils webmarketing

Conditions

- Avoir un projet d'évolution de sa présence sur Internet
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes
Le + : chaque participant repart avec une méthode
et une trame de plan d'actions pour développer sa présence sur Internet*

Débuter sur Facebook et les médias sociaux du web

Intervenante : Gisèle Taelemans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 21 novembre 2016 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'apprendre à comprendre l'utilisation des médias sociaux pour son activité, de se familiariser avec le vocabulaire et les concepts, de connaître les principaux outils et les plus récents à sa disposition, et de maîtriser les premières étapes de sa présence sur Facebook : maîtriser son profil personnel, savoir créer sa page et l'administrer.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le développement des médias sociaux
- Connaître les principaux outils et modes de présence dans les médias sociaux
- Se familiariser avec le vocabulaire des médias sociaux
- Comprendre le fonctionnement de Facebook
- Savoir créer son profil, le gérer et maîtriser les paramètres de confidentialités
- Administrer les publications et créer un album photos
- Savoir créer une page professionnelle
- Savoir administrer sa page seul ou à plusieurs
- Savoir définir son URL Facebook et lier sa page à son site web
- Savoir créer sa communauté
- Savoir créer un événement et activer le partage.

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir un compte Facebook, apporter les codes d'accès
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes (le travail d'accompagnement est optimisé avec des sessions de 6 à 8 personnes).

Le + : chaque participant repart avec sa page Facebook professionnelle créée.

ATELIER D3

Comprendre & développer la Gestion de la Relation Client

Intervenante : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Jeudi 8 décembre 2016 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de comprendre les enjeux de la relation client pour son activité : avant - pendant - et après le séjour, de cerner les attentes des clients & les points clés d'une stratégie GRC, les principales méthodes et les outils à sa disposition (traditionnels & numériques) et d'appréhender les différents étapes de mise en œuvre.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la relation client et ses mécanismes
- Comprendre les nouvelles attentes relationnelles des clientèles
- Eclaircir le vocabulaire, les concepts clés de la GRC
- Connaître les principales méthodes et les outils de la GRC (traditionnels & numériques) : l'écoute client, les fichiers prospects et clients, la mise en avant du contact, la qualité des réponses aux mails, l'accueil numérique, le conseil personnalisé et l'information multicanale, la satisfaction client, la concrétisation du souvenir, le suivi relationnel
- Savoir analyser le parcours client (avant - pendant - après) et identifier les points clés à travailler

Public

- Tout professionnel du tourisme débutant désireux de mettre en œuvre une relation client de qualité

Conditions

- Avoir un projet de développer sa relation client
- Avoir une connaissance de ses clients (leurs caractéristiques, leurs attentes)
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes

Le + : *chaque participant repart avec une méthode et des pistes de travail pour développer une Gestion de la Relation Client*

DEVELOPPER DES ACTIONS MARKETING ET WEBMARKETING EFFICACES

FORMATIONS 2016-2017

NOUVEAU

ATELIER BIL1

Bilan / diagnostic de mon dispositif web

Intervenante : Gisèle Taelmans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Vendredi 27 Janvier 2017 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

L'objectif de ce module est de permettre aux participants d'analyser leur dispositif web avec l'appui d'un conseiller formateur et de repartir avec une check-list des améliorations à mettre en place pour avoir une présence plus performante sur Internet et l'identification d'un parcours de formation.

Objectifs pédagogiques

- Formaliser ses objectifs
- Savoir réaliser le diagnostic de son dispositif web : identifier les points forts et les pistes d'améliorations en fonction de ses objectifs
- Se doter d'un plan d'actions prioritaires et d'un parcours de formation adapté à la réalisation de ces actions.

Parcours pédagogique

- Travail individuel & collectif sous forme de mini-audit du dispositif web de chaque participant.
- Pour réaliser ce mini-audit, le formateur donnera en début de séance les dernières tendances des dispositifs web Tourisme, puis une méthode de travail pour analyser :
 - Le positionnement de leur site
 - L'ergonomie du site & son adaptation mobile
 - La réponse aux attentes clés des internautes & la qualité des contenus
 - La présence et la qualité photos et vidéos
 - La performance commerciale (les call-to-actions, le tunnel de conversion)
 - Le référencement
 - Leur présence web sur des sites référents d'information, de mise en relation et de commercialisation
 - Leur présence sur les sites d'avis
 - Leur présence sur les réseaux sociaux
 - Leurs actions e-marketing : emailings, newsletters, publicité
- Au cours de la séance, les participants établissent un mini plan d'actions (check-list des actions d'améliorations prioritaires à mettre en œuvre, identification des moyens pour y arriver) et identifient un parcours de formation adapté à leur plan d'actions

Conditions

- Avoir une présence minimum sur le web (site web, réseaux sociaux)
- Vouloir développer sa présence et l'efficacité de ses actions webmarketing



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Chaque participant repart avec une check-list d'actions d'améliorations prioritaires à mettre en œuvre, et un projet de parcours de formation adapté.

ATELIER MS1 / D2

Débuter sur Facebook et les médias sociaux du web

Intervenante : Gisèle Taelemans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 21 novembre 2016 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'apprendre à comprendre l'utilisation des médias sociaux pour son activité, de se familiariser avec le vocabulaire et les concepts, de connaître les principaux outils et les plus récents à sa disposition, et de maîtriser les premières étapes de sa présence sur Facebook : maîtriser son profil personnel, savoir créer sa page et l'administrer.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le développement des médias sociaux
- Connaître les principaux outils et modes de présence dans les médias sociaux
- Se familiariser avec le vocabulaire des médias sociaux
- Comprendre le fonctionnement de Facebook
- Savoir créer son profil, le gérer et maîtriser les paramètres de confidentialités
- Administrer les publications et créer un album photos
- Savoir créer une page professionnelle
- Savoir administrer sa page seul ou à plusieurs
- Savoir définir son URL Facebook et lier sa page à son site web
- Savoir créer sa communauté
- Savoir créer un événement et activer le partage

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir un compte Facebook, apporter les codes d'accès
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes (le travail d'accompagnement est optimisé avec des sessions de 6 à 8 personnes).

Le + : chaque participant repart avec sa page Facebook professionnelle créée.

Construire et gérer sa présence sur les médias sociaux du web



Intervenante : Gisèle Taelmans

Durée : 2 jours (14 heures) dont 10 h 30 en formation à distance & 3 h 30 en présentiel

Effectif : 12 participants - par groupe de 6 maximum pour le présentiel

Déroulé & dates : Visioconférence de lancement : 1 heure, le jeudi 19 janvier 2017

Travail personnel : 8 à 9 heures de formation à distance entre le 19 janvier et le 3 mars 2017 - Demi-journée de formation en présentiel : 3 h 30, le vendredi 3 mars 2017 (Nantes ou Angers) - Mise en application en entreprise entre le 3 et le 31 mars 2017 - Visioconférence de fin de session : 1 heure, le vendredi 31 mars 2017*

Prix : 210 € HT / 252 € TTC

Animer une communauté, publier, partager, créer des événements, être membre de communautés, gérer la confidentialité, personnaliser, administrer... Les possibilités offertes par les médias sociaux sont multiples. Cette formation vous permettra d'aborder la réflexion à mener en amont du projet : les acteurs, le public et le positionnement. Mais aussi comment faire savoir, définir les objectifs, proposer des actions planifiées, animer et évaluer votre communauté.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le développement des médias sociaux
- Connaître les principaux outils et modes de présence dans les médias sociaux
- Auditer vos comptes depuis leur création et établir les constats
- Organiser votre veille et faciliter la gestion de votre e-réputation sur les réseaux sociaux
- Définir votre stratégie de présence en fonction de vos objectifs et vos cibles
- Orienter vos choix à partir des ressources disponibles et de la pertinence du réseau
- Organiser l'animation des publications et comprendre le comportement de vos cibles
- Identifier vos outils de publication
- Construire votre stratégie de paroles en favorisant la viralité de vos publications
- Formaliser votre plan d'actions, évaluer vos résultats pour optimiser votre stratégie

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Être familiarisé avec les réseaux sociaux et déjà administrer des comptes
- Être motivé pour travailler à distance et réaliser des travaux personnels au cours de la formation : prévoir 3 heures par semaine pour toute la partie formation à distance
- Disposer d'un poste informatique avec Webcam et d'une bonne connexion Internet pour suivre la formation à distance
- Disposer d'un lieu suffisamment isolé pour travailler la formation à distance de manière sereine (sans être dérangé)
- Pour la demi-journée en présentiel : venir avec un ordinateur portable et apporter les codes d'accès à vos comptes sur les réseaux sociaux



Le + : chaque participant travaille à son rythme et a le temps d'expérimenter et mettre en application les acquis de la formation, un chat (en différé) facilite les échanges au sein du groupe.

** Selon la localisation des participants*

Facebook - Perfectionnement

Intervenante : Gisèle Taelmans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 9 janvier 2017 à La Roche-sur-Yon

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'acquérir une bonne connaissance des pages et groupes Facebook, et des techniques qui permettent de développer sa présence de manière efficace et renforcer l'engagement des internautes.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les nouvelles fonctionnalités Page et Groupe
- Optimiser votre présence et vos actions sur Facebook
- Savoir analyser les statistiques de votre Page et en tirer des enseignements utiles
- Optimiser vos publications pour renforcer l'interaction avec les internautes
- Connaître les applications labellisées par Facebook (jeux concours, commercialisation, etc.)
- Acheter de l'espace publicitaire sur Facebook (Facebook Ads)
- Gérer votre page / vos pages à partir d'un smartphone.

Public

- Tout professionnel du tourisme déjà présent sur Facebook et désireux de développer sa présence

Conditions

- Administrer une page Facebook pour son activité et apporter les codes d'accès
- Venir avec son ordinateur portable et son smartphone



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

*Le nombre de participants par atelier est **limité à 12 personnes***

Le + : chaque participant repart avec des pistes de travail opérationnelles à mettre en œuvre pour développer sa présence et ses résultats sur Facebook.

Pourquoi et comment utiliser efficacement Instagram & Pinterest

Intervenante : Gisèle Taelemans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Jeudi 26 janvier 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'acquérir une bonne connaissance de l'environnement des médias sociaux du Web et d'appréhender les possibilités offertes par Instagram & Pinterest comme outil d'influence et de visibilité sur le Web.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les motivations des usagers et des entreprises dans l'utilisation d'Instagram & Pinterest
- Quels sont les usages des marques et des entreprises ?
- Quels sont les usages des utilisateurs ?
- Quels objectifs peut-on atteindre et pourquoi les utiliser dans sa stratégie sur le web ?
- Maîtriser les principes fondamentaux
- Comment choisir entre un compte Pinterest classique et un compte Pinterest Pro ?
- Se familiariser avec le vocabulaire
- Connaître les principales fonctionnalités ?
- Ouvrir et administrer ses comptes
- Créer des catégories et « Épinglez » efficacement sur Pinterest
- Comment rédiger, partager, collaborer, propager l'information ?
- Pinterest : carnet de tendances et de curation*
- Activer le Crowdsourcing sur Instagram
- Augmenter ses followers
- Faciliter le partage des images du site sur Pinterest

Public

- Tout professionnel du tourisme maîtrisant déjà les outils web de base.

Conditions

- Être familiarisé avec les réseaux sociaux
- Amener ses codes d'accès en cas de comptes existants
- Venir avec son ordinateur portable et son smartphone



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes

Le + : Chaque participant repart avec des pistes de travail opérationnelles à mettre en œuvre pour développer sa présence sur Pinterest & Instagram.

** La curation de contenu est une pratique qui consiste à sélectionner, éditer et partager les contenus les plus pertinents du Web pour une requête ou un sujet donné.*

Pourquoi & Comment utiliser efficacement Twitter ?

Intervenante : Gisèle Taelmans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 13 mars 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'acquérir une bonne connaissance de l'environnement Twitter pour gérer efficacement sa veille sur le web et découvrir les bonnes pratiques pour communiquer et d'appréhender les possibilités offertes par Twitter comme outil d'influence et de visibilité sur le Web.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les motivations des usagers et des entreprises dans l'utilisation de Twitter
- Maîtriser les principes fondamentaux de Twitter
- Se familiariser avec le vocabulaire de Twitter
- En quoi consiste le Hashtag (#) et pourquoi s'en servir ?
- Connaître les principales fonctionnalités de Twitter
- Ouvrir et administrer ses comptes Twitter
- Tweeter efficacement
- Maîtriser les Tweets augmentés
- Twitter en message privé
- Augmenter ses followers
- Installer Twitter sur son site internet

Public

- Tout professionnel du tourisme maîtrisant déjà les outils de base et familiarisé avec les réseaux sociaux

Conditions

- Être familiarisé avec les réseaux sociaux
- Amener ses codes d'accès en cas de comptes existants
- Venir avec son ordinateur portable et son smartphone



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes
Le + : chaque participant repart avec des pistes de travail opérationnelles à mettre en œuvre sur Twitter.*



ATELIER EF1 / MM2

Maîtriser sa commercialisation par Internet

Intervenant : Thomas Yung

Durée : 2 jours (14 heures) dont 10 h 30 en formation à distance & 3 h 30 en présentiel

Effectif : 12 participants - par groupe de 6 maximum pour le présentiel

Déroulé & dates : Visioconférence de lancement : 1 heure, le lundi 16 janvier 2017

Travail personnel : 8 à 9 h en moyenne de formation à distance entre le 16 janvier et le 27 février 2017 - Demi-journée de formation en présentiel : 3 h 30, le lundi 27 février 2017 (Nantes ou Angers) - Mise en application en entreprise entre le 27 février et le 27 mars 2017 - Visioconférence de fin de session : 1 heure, le lundi 27 mars 2017*

Prix : 210 € HT / 252 € TTC

A l'heure où les géants du web apportent de plus en plus de visibilité et de clientèle aux hébergeurs, les hôteliers s'inquiètent de la dépendance que cela crée. Ils prennent conscience que leur activité, leur fonds de commerce, leur patrimoine est en danger. Ils craignent de se faire "voler" la relation client. L'objectif de ce module est de donner aux hôteliers et hébergeurs les moyens de mettre en place les bases d'une stratégie de e-commercialisation, avec ou sans les distributeurs (les OTAs), dans l'optique de comprendre les enjeux et, surtout, les leviers à leur disposition pour gagner en autonomie.

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser aux enjeux de distribution et de maîtrise commerciale
- Comprendre le fonctionnement (avantages/inconvénients) des distributeurs
- Identifier les leviers webmarketing disponibles et savoir comment les utiliser
- Intégrer ces leviers dans une stratégie de e-commercialisation
- Structurer le travail de relation client à l'accueil par des fiches de procédures.

Public

- Tout hébergeur privé, particulièrement les professionnels de l'hôtellerie et les professionnels de résidences et complexes résidentiels, hôtellerie de plein air, chambres d'hôtes.

Conditions

- Avoir un site Internet
- Rechercher un développement commercial via des canaux de distribution diversifiés
- Etre motivé pour travailler à distance et réaliser des travaux personnels au cours de la formation : prévoir 3 heures par semaine pour toute la partie formation à distance
- Disposer d'un poste informatique avec Webcam et d'une bonne connexion Internet pour suivre la formation à distance
- Disposer d'un lieu suffisamment isolé pour travailler la formation à distance de manière sereine (sans être dérangé).
- Pour la demi-journée en présentiel : venir avec un ordinateur portable ou une tablette



Le + : chaque participant travaille à son rythme et a le temps d'expérimenter et mettre en application les acquis de la formation, un chat (en différé) facilite les échanges au sein du groupe.

* Selon la localisation des participants

Réussir ses e-mailings et ses newsletters

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 1 jour

Effectif : 12 participants

Dates : Lundi 23 janvier 2017 au Mans

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants de concevoir et réaliser des actions d'e-mailings et des newsletters efficaces, intégrant les outils web 2.0, et de repérer les points d'amélioration pouvant être rapidement mis en œuvre sur les opérations existantes.

Objectifs pédagogiques

- Savoir utiliser de façon pertinente l'e-mailing et la newsletter dans sa stratégie web marketing tourisme
- Identifier les attentes des consommateurs en matière d'e-mailings et de newsletters
- Connaître et savoir appliquer les règles juridiques (LCEN, CNIL)
- Définir son plan d'action dans le temps
- Savoir constituer, qualifier et bien gérer son fichier : la qualité plus que la quantité
- Réussir l'inscription à la newsletter et optimiser le message de bienvenue
- Savoir concevoir des messages adaptés aux objectifs (conquête, fidélisation)
- Savoir appliquer les règles de réussite dans la création des e-mails : objet, expéditeur, textes, visuels.. (notion de délivrabilité)
- Penser web 2.0 et savoir intégrer des outils de partage et d'interactivité
- Savoir comment gérer les envois pour optimiser les taux de retour
- Savoir mesurer et analyser les résultats
- Pouvoir choisir les outils techniques adaptés

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir réalisé ou avoir en projet la mise en place d'actions d'e-mailings et/ou de newsletters
- Venir avec son ordinateur portable



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.
Le + : chaque participant repart avec des pistes opérationnelles d'actions à mettre en œuvre pour réussir ses opérations d'e-mailings.*

Utiliser Google Analytics pour gérer et optimiser sa présence sur Internet

Intervenant : Gisèle Taelemans

Durée : 1 jour

Effectif : 12 participants

Dates : Mardi 7 février 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de comprendre l'importance de la mesure d'audience internet dans le calcul de votre retour sur investissement et vos stratégies marketing, et d'apprendre à interpréter vos rapports Analytics afin de dégager des pistes d'amélioration.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le fonctionnement et le vocabulaire de Google Analytics
- Comprendre quels sont les objectifs mesurables et les indicateurs clés
- Savoir comment associer ses comptes Analytics et Adwords
- Comprendre les principales fonctionnalités de Google Analytics et savoir comment les utiliser
- Savoir lire les rapports standards (tableau de bord, rapport d'audience, rapport de comportement, rapport de conversion, etc.) et interpréter les différents indicateurs de performance : fréquentation du site, visiteurs, sources de trafic, la qualité des visites, la navigation et la fidélité...
- Savoir comment optimiser son site pour plaire à Google

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir un site Internet
- Pour analyser le trafic de son site, il est préférable d'avoir installé Google Analytics avant la formation
- Apporter vos codes d'accès de votre compte Google Analytics
- Venir avec son ordinateur portable



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.
Le + : chaque participant repart avec des éléments d'analyse de son site à partir des données Google Analytics.*

Google Adwords et Facebook Ads - Les clés d'une publicité efficace avec peu de budget

Intervenant : Gisèle Taelemans

Durée : 1 jour

Effectif : 12 participants

Dates : Mardi 7 mars 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de créer et d'acheter une campagne publicitaire sur Google et Facebook en utilisant les fonctionnalités proposées par Google Adwords et Facebook Ads, pour des entreprises et structures touristiques disposant d'un faible budget publicitaire.

Objectifs pédagogiques

- Créer une campagne publicitaire
- Comprendre le vocabulaire employé sur le web
- Définir son plan d'action, sélectionner ses cibles et ses mots clés
- Rédiger une annonce publicitaire
- Ouvrir un compte Google Adwords
- Acheter une campagne Google Adwords
- Ouvrir un compte Facebook Ads
- Comprendre les différentes solutions d'achat d'espace publicitaire sur Facebook
- Acheter une campagne Facebook Ads

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir une Page professionnelle Facebook avec minimum 100 fans
- Avoir une carte bleue et pouvoir investir 100 € HT de publicité (Google fait souvent des offres de démarrage avec 50 € à 75 € gratuits) : inscrivez vous à l'avance sur Google Adwords afin de recevoir une offre de Google avant la formation !
- Apporter les codes d'accès à ses comptes
- Venir avec son ordinateur portable



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec un projet de campagne publicitaire défini, ou même lancé !

ATELIER GRC1 / D3

Comprendre & développer la Gestion de la Relation Client

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Jeudi 8 décembre 2016 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de comprendre les enjeux de la relation client pour son activité : avant - pendant - et après le séjour, de cerner les attentes des clients & les points clés d'une stratégie GRC, les principales méthodes et les outils à sa disposition (traditionnels & numériques) et d'appréhender les différents étapes de mise en œuvre.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la relation client et ses mécanismes
- Comprendre les nouvelles attentes relationnelles des clientèles
- Eclaircir le vocabulaire, les concepts clés de la GRC
- Connaître les principales méthodes et les outils de la GRC (traditionnels & numériques) : l'écoute client, les fichiers prospects et clients, la mise en avant du contact, la qualité des réponses aux mails, l'accueil numérique, le conseil personnalisé et l'information multicanale, la satisfaction client, la concrétisation du souvenir, le suivi relationnel
- Savoir analyser le parcours client (avant - pendant - après) et identifier les points clés à travailler

Public

- Tout professionnel du tourisme débutant désireux de mettre en œuvre une relation client de qualité

Conditions

- Avoir un projet de développer sa relation client
- Avoir une connaissance de ses clients (leurs caractéristiques, leurs attentes)
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec une méthode et des pistes de travail pour développer une Gestion de la Relation Client.

Définir un Plan de Gestion de la Relation Client

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Jeudi 5 janvier 2017 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de vous proposer une méthode pour construire un Plan de Gestion de la Relation Client, en prenant en compte vos cibles de clientèle et vos ressources (en temps, en techniques et budget). Vous partirez de la détermination de Persona (personnalisation de votre cible de clientèle) pour étudier les points clés du parcours client, et les outils à mettre en œuvre et définir ainsi votre plan d'actions GRC.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la relation client, ses concepts clés et ses mécanismes
- Savoir établir des Persona pour ses cibles de clientèles
- Savoir définir les points clés du parcours de consommation de ses prospects & clients (« the zero moment of truth »)
- Identifier les actions à mettre en œuvre pour transformer ses prospects en clients, satisfaire et optimiser l'expérience de ses clients, pour les fidéliser, les transformer en ambassadeurs & les impliquer
- Savoir définir un plan d'actions de relation client

Public

- Tout professionnel du tourisme désireux de mettre en œuvre des actions pour développer la Gestion de la Relation Client dans son établissement

Conditions

- Avoir suivi le module GRC1 ou avoir déjà une bonne connaissance des méthodes & outils de la Gestion Relation Client
- Avoir une connaissance de ses clients (leurs caractéristiques, leurs attentes)
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec un projet de plan d'actions pour développer une Gestion de la Relation Client de qualité.

Réussir ses e-mailings et ses newsletters

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 23 janvier 2017 au Mans

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants de concevoir et réaliser des actions d'e-mailings et des newsletters efficaces, intégrant les outils web 2.0, et de repérer les points d'amélioration pouvant être rapidement mis en œuvre sur les opérations existantes.

Objectifs pédagogiques

- Savoir utiliser de façon pertinente l'e-mailing et la newsletter dans sa stratégie web marketing tourisme
- Identifier les attentes des consommateurs en matière d'e-mailings et de newsletters
- Connaître et savoir appliquer les règles juridiques (LCEN, CNIL)
- Définir son plan d'action dans le temps
- Savoir constituer, qualifier et bien gérer son fichier : la qualité plus que la quantité
- Réussir l'inscription à la newsletter et optimiser le message de bienvenue
- Savoir concevoir des messages adaptés aux objectifs (conquête, fidélisation)
- Savoir appliquer les règles de réussite dans la création des e-mails : objet, expéditeur, textes, visuels.. (notion de délivrabilité)
- Penser web 2.0 et savoir intégrer des outils de partage et d'interactivité
- Savoir comment gérer les envois pour optimiser les taux de retour
- Savoir mesurer et analyser les résultats
- Pouvoir choisir les outils techniques adaptés

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires

Conditions

- Avoir réalisé ou avoir en projet la mise en place d'actions d'e-mailings et/ou de newsletters.
- Venir avec son ordinateur portable



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.
Le + : chaque participant repart avec des pistes opérationnelles d'actions à mettre en œuvre pour réussir ses opérations d'e-mailings.*

Développer son activité grâce à l'implication de ses clients

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 6 février 2017 à Angers

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de travailler l'implication des clients comme un levier de réussite de votre activité : comprendre les différents canaux d'influence et le rôle essentiel des avis, commentaires et partages dans le processus de décision des consommateurs, savoir utiliser les sites d'avis, susciter & valoriser les avis et les commentaires, dialoguer avec vos clients, savoir susciter les photos et partages de photos, et au final faire de vos clients vos meilleurs prescripteurs & ambassadeurs.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les nouvelles attentes des internautes en termes de communication et de qualité
- Connaître les principes clés du marketing relationnel et l'e-réputation
- Savoir mettre en place une veille et gérer son e-réputation
- Connaître les principaux canaux d'influence
- Identifier vos canaux privilégiés
- Savoir susciter les avis & commentaires, répondre dans un sens constructif
- Savoir susciter les photos / vidéos & les partages par vos clients
- Repérer vos ambassadeurs
- Appréhender les opportunités de co-construction d'offres avec les clients

Public

- Tout professionnel du tourisme désireux de développer l'implication de ses clients

Conditions

- Avoir une bonne connaissance de ses clients
- Une présence sur des réseaux sociaux et/ou des sites d'avis est un plus
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec des exemples de réponses à des avis et des commentaires, ainsi que des pistes de travail pour développer l'implication de ses clients.

REUSSIR SA COMMUNICATION ECRITE & SES RELATIONS MEDIAS

ATELIER COM1

Mieux écrire pour le web - capter l'internaute & doper votre référencement

Intervenant : Eve Demange

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 12 et mardi 13 décembre 2016 à Nantes

Prix : 200 € HT / 240 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants de comprendre et savoir mettre en œuvre les règles de base de la rédaction web, en prenant en compte les attentes des internautes et l'optimisation de son référencement naturel. Grâce à des exercices et cas pratiques (fiches produits / articles), il vous permet également d'identifier les points clés d'une stratégie de contenu web et de sa ligne éditoriale.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre comment fonctionnent la communication et l'écrit sur le web
- Connaître les critères à prendre en compte pour la lisibilité des textes et l'ergonomie
- Comprendre comment les moteurs de recherche analysent les contenus
- Savoir structurer l'information de son site
- Connaître les règles journalistiques de base et les adapter
- Savoir communiquer la bonne information au bon moment : les niveaux de lecture
- Savoir organiser et découper les textes
- Savoir choisir ses mots clés, travailler son vocabulaire : des mots simples, usuels
- Connaître les techniques d'adaptation et de réécriture des contenus, savoir comment adapter un texte papier pour le web
- Savoir exploiter les liens hypertextes de façon pertinente
- Savoir enrichir son contenu textuel avec des éléments multimédias
- Savoir travailler le contenu d'un projet éditorial : identité, positionnement
- Savoir définir une ligne éditoriale web, un plan d'animation, les supports adaptés
- Savoir comment adapter sa stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux

Public

- Tout professionnel du tourisme en charge de l'alimentation en contenus de son dispositif web

Conditions

- Avoir un dispositif web (site, page Facebook, etc.) et être en charge de rédiger des contenus
- Recommandation : des connaissances en communication sont un plus
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec des pistes d'actions pour organiser son projet éditorial et améliorer les contenus de son dispositif web.

Maîtriser l'animation éditoriale - méthodes, outils & organisation pour animer ses contenus éditoriaux sur le web

Intervenant : Eve Demange

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Jeudi 9 mars et vendredi 10 mars 2017 à Nantes

Prix : 200 € HT / 240 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'apprendre aux participants à identifier les objectifs et axes clés de sa communication digitale, de diagnostiquer les forces et les faiblesses de ses contenus web, et organiser de manière efficace sa production de contenus selon les objectifs, les cibles et les supports. Il permet en 2 jours de travailler spécifiquement autour d'un cas pratique pour définir sa stratégie, réfléchir à un planning d'animation et comprendre les principes d'une Charte Editoriale.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre quels sont les objectifs & les bases de sa communication digitale
- Savoir évaluer les forces et les faiblesses des contenus éditoriaux de son dispositif web existant (site & autres supports web)
- Comprendre la logique de communication des blogs et réseaux sociaux e-Tourisme
- Savoir appliquer les fondamentaux de l'écriture et de la communication sur le web
- Savoir communiquer la bonne information, au bon moment, par le bon support et avec le bon message (travail sur un cas pratique pour imaginer sa stratégie de communication sur les différents supports web)
- Savoir comment s'organiser : plan d'animation, gestion du temps, outils (approche d'un planning d'animation pour les mois à venir)
- Identifier les fonctions et le rôle de la Charte Editoriale

Public

- Tout professionnel du tourisme en charge de l'alimentation en contenus de son dispositif web

Conditions

- Avoir un dispositif web (site, page Facebook, etc.) et être en charge de produire & animer des contenus
- Recommandations : une connaissance de la stratégie de la structure, des objectifs et de son positionnement est utile
- Venir avec son ordinateur portable ou sa tablette



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : *chaque participant repart avec des actions à mener pour améliorer et animer ses contenus éditoriaux sur le web.*



Formation multimodale - Spécial Relations Presse : Tourisme & relations médias

Intervenant : Françoise Clermont

Durée : 2 jours (14 heures) dont 10 h 30 en formation à distance & 3 h 30 en présentiel

Effectif : 12 participants - par groupe de 6 maximum pour le présentiel

Déroulé & dates : Visioconférence de lancement : 1 h, le 20 janvier 2017 matin

Travail personnel : 5 à 6 h en moyenne de formation à distance entre le 20 janvier et le 28 février 2017 - Journée de formation en présentiel : 7 h, le 28 février 2017 (Nantes ou Angers) - Mise en application en entreprise entre le 28 février et le 31 mars 2017 -*

Visioconférence de fin de session : 1 heure, le vendredi 31 mars 2017

Prix : 210 € HT / 252 € TTC

Au sein des actions de communication touristique, les relations presse ont fait preuve de leur grande efficacité et d'un rapport qualité / coût très performant. Le monde de la presse est actuellement en profonde mutation, par la montée en puissance des médias audiovisuels et des journaux gratuits, mais surtout par le développement de la communication numérique : web, réseaux sociaux, outils mobiles.

Comprendre le panorama des médias aujourd'hui et les attentes des journalistes, savoir mettre en œuvre les outils de base des relations médias et se doter d'une tactique par étapes, sont les principaux points qui seront travaillés durant cette formation.

Objectifs pédagogiques

- Connaître et comprendre les évolutions dues à Internet dans le domaine du tourisme et des médias, identifier les nouveaux acteurs, et repérer ceux avec qui travailler
- Savoir travailler avec les médias & les influenceurs : les contacter, faire parler du territoire
- Savoir gérer, entretenir et développer ses contacts médias
- Connaître et savoir mettre en œuvre les outils relations presse : dossiers et communiqués de presse, petits déjeuners, conférences de presse, accueils de presse
- Apprendre à se doter d'une tactique « par étapes »
- Définir des pistes de progrès à court et moyen terme (en individuel et en collectif).

Public

- Tout professionnel du tourisme (acteurs privés et publics) en charge des relations Presse, et /ou responsable de la promotion et de la communication de la structure

Conditions

- Des notions de communication et de marketing sont un plus.
- Un poste informatique pour suivre la formation en toute tranquillité, avec une bonne connexion Internet
- Venir avec un ordinateur portable ou une tablette pour la partie présentielle.



Le + : chaque participant travaille à son rythme et a le temps d'expérimenter et mettre en application les acquis de la formation, un chat (en différé) facilite les échanges au sein du groupe.

* Selon la localisation des participants

Pourquoi & Comment utiliser efficacement Twitter ?

Intervenant : Gisèle Taelmans

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 13 mars 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif d'acquérir une bonne connaissance de l'environnement Twitter pour gérer efficacement sa veille sur le web et découvrir les bonnes pratiques pour communiquer et d'appréhender les possibilités offertes par Twitter comme outil d'influence et de visibilité sur le Web.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les motivations des usagers et des entreprises dans l'utilisation de Twitter
- Maîtriser les principes fondamentaux de Twitter
- Se familiariser avec le vocabulaire de Twitter
- En quoi consiste le Hashtag (#) et pourquoi s'en servir ?
- Connaître les principales fonctionnalités de Twitter
- Ouvrir et administrer ses comptes Twitter
- Tweeter efficacement
- Maîtriser les Tweets augmentés
- Twitter en message privé
- Augmenter ses followers
- Installer Twitter sur son site internet

Public

- Tout professionnel du tourisme maîtrisant déjà les outils de base et familiarisé avec les réseaux sociaux

Conditions

- Etre familiarisé avec les réseaux sociaux
- Amener ses codes d'accès en cas de compte existant
- Venir avec son ordinateur portable et son smartphone



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.
Le + : chaque participant repart avec des pistes de travail opérationnelles à mettre en œuvre sur Twitter.*

ATELIER V1

Culture de l'image - savoir identifier les images de qualité & optimiser votre base photos

Intervenant : Sophie de Paillette

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : 12 participants

Date : lundi 30 et mardi 31 janvier 2017 à Angers

Prix : 200 € HT / 240 € TTC

L'image est essentielle pour réussir sa communication touristique : « une image vaut 1000 mots » (*Confucius*). Cet atelier a pour objectif de vous doter des connaissances et compétences nécessaires pour définir & identifier les « bonnes photos » : celles qui ont une véritable qualité technique, celles qui vous permettent de séduire et convaincre vos lecteurs & internautes, et celles qui sont les meilleures ambassadrices de votre offre & de votre territoire.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les critères techniques objectifs et codes esthétiques d'une bonne image
- Savoir reconnaître et sélectionner une « bonne photo »
- Connaître et comprendre le sens transmis par l'image : ce que l'on voit, le sens qu'on donne à ce que l'on voit, les émotions que l'on ressent
- Savoir reconnaître et sélectionner des photos « porteuses de sens » : des photos ambassadrices de votre offre et de votre territoire
- Analyser et optimiser sa photothèque : Identifier les photos de qualité et définir les critères & contenus des nouvelles photos à produire
- Optimiser vos relations avec les photographes

Public

- Tout professionnel du tourisme qui souhaite se doter d'une « culture de l'image » pour optimiser sa photothèque & sa communication visuelle

Conditions

- Venir avec ses photos sur une clé ou un disque dur
- Venir avec son ordinateur portable et son smartphone



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec des pistes de travail opérationnelles à mettre en œuvre pour optimiser sa photothèque & sa communication visuelle.

Picture Marketing - Quels visuels pour quels objectifs webmarketing ?

Intervenant : Patrice Foresti

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Lundi 20 mars 2017 à Nantes

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants d'anticiper les besoins et les utilisations possibles des images : photos & vidéos (déclinaison et réutilisation) dans le respect d'objectifs clairs de communication et une stratégie réfléchie.

Objectifs pédagogiques

- Cerner les enjeux des photos & vidéos dans le choix d'une destination et d'un établissement touristique
- Connaître les règles juridiques de base d'utilisation des images sur Internet
- Réfléchir avec la méthode RASOR* pour ne pas produire des contenus visuels pour RIEN**
- Identifier et savoir sélectionner des visuels et médias de qualité aux services de ses objectifs
- Savoir référencer les photos et vidéos pour accroître sa visibilité sur le web
- Intégrer photos, vidéos et optimiser l'appel à action sur chaque page de son site
- Savoir utiliser les sites de partage photos et vidéos : créer et animer des comptes & chaînes
- Savoir utiliser les réseaux et médias sociaux pour développer le partage de photos et vidéos

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires maîtrisant déjà les outils web de base

Conditions

- Avoir un dispositif web (site, page Facebook, etc.) et être en charge de son contenu visuel
- Être plutôt à l'aise avec les recherches sur Internet
- Venir avec un ordinateur portable ou une tablette



*Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.
Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.
Le + : chaque participant repart avec des projets d'actions de développement de leur visibilité web via des photos et vidéos.*

* RASOR : Réflexion, Anticipation, Stratégie, Objectif, Retour sur objectif

**RIEN : Réseaux sociaux, Internet, Engagement, Nouveauté

ATELIER V3

Techniques & outils pour animer son dispositif web avec des photos

Intervenant : Patrice Foresti

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Mardi 21 mars 2017 à La Roche-sur-Yon

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants d'améliorer la qualité des visuels publiés sur son site web et les réseaux sociaux sans pour autant devenir photographe professionnel : savoir comment travailler ses prises de vues, les sélectionner en fonction des publications, les préparer et les sauvegarder.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux des photos pour conquérir des clientèles sur le web
- Maîtriser les règles de base et bonnes pratiques de la photo numérique
- Connaître les trucs et astuces pour améliorer la qualité des visuels : lumière, cadrage, composition, mise en scène
- Savoir travailler ses prises de vue & les sauvegarder
- Trouver et utiliser les outils / applications du web pour valoriser son activité, ses produits à travers des photos : optimisation de la taille et du poids, retouche, animation, montage, stockage, partage, etc.
- Savoir décliner les images sous diverses formes : photos, diaporamas, animations, galerie, smartclup et mashup, etc.
- Savoir intégrer les photos sur son site web
- Savoir sélectionner ses images, les préparer pour la publication

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires maîtrisant déjà les outils web de base

Conditions

- Avoir un dispositif web (site, page Facebook, etc.) et être en charge de son contenu visuel
- Être plutôt à l'aise avec les recherches sur Internet
- Avoir déjà suivi les modules « Culture de l'image » & « Picture marketing » ou avoir des notions de communication par l'image
- Si possible, avoir déjà essayé d'optimiser la qualité de ses images avec différentes techniques & outils
- Pouvoir utiliser des logiciels simples en anglais (niveau basique)
- Venir avec son ordinateur portable, son smartphone et son appareil photo



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec des connaissances & pistes opérationnelles pour améliorer son utilisation des photos dans sa communication web.

ATELIER V4

Techniques & outils pour animer son dispositif web avec des vidéos

Intervenant : Patrice Foresti

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : 12 participants

Date : Mercredi 22 mars 2017 à La Roche-sur-Yon

Prix : 100 € HT / 120 € TTC

Cet atelier a pour objectif de permettre aux participants d'animer son site web et les réseaux sociaux avec des vidéos courtes et simples à réaliser : avoir les connaissances techniques de base concernant le matériel, savoir raconter une histoire et réaliser la prise de vue, connaître quelques éléments de base du montage et savoir diffuser sur les plateformes vidéo.

Objectifs pédagogiques

- Cerner les enjeux des vidéos pour conquérir des clientèles sur le web
- Maîtriser les règles de base et bonnes pratiques de la vidéo numérique
- Savoir raconter une histoire
- Connaître les fondamentaux de la prise de vue vidéo et du montage
- Comprendre et appliquer les règles, techniques et astuces pour optimiser ses vidéos en ligne
- Savoir publier sur ses supports web et créer sa chaîne Youtube

Public

- Tous prestataires et professionnels, organismes de tourisme et territoires maîtrisant déjà les outils web de base

Conditions

- Avoir un dispositif web (site, page Facebook, etc.) et être en charge de son contenu visuel
- Être plutôt à l'aise avec les recherches sur Internet
- Avoir déjà suivi les modules « Culture de l'image » & « Picture marketing » ou avoir des notions de communication par l'image
- Pouvoir utiliser des logiciels simples en anglais (niveau basique)
- Venir avec un ordinateur portable ou une tablette et son équipement (appareil photographique, caméra, GoPro et son smartphone).



Des supports pédagogiques sont remis à chaque participant.

Le nombre de participants par atelier est limité à 12 personnes.

Le + : chaque participant repart avec des connaissances & pistes opérationnelles pour améliorer son utilisation des vidéos dans sa communication web.

SE FORMER À DISTANCE : FORMATION MULTIMODALE ET PLATEFORME D'E-LEARNING

Tout ce que vous devez savoir pour vous inscrire à une formation multimodale

Ce nouveau format de formation est particulièrement adapté aux entreprises, structures et organismes qui ont peu de facilité pour se déplacer longtemps et recherchent des formations impliquantes, au cours desquelles ils peuvent travailler leur projet.

Très innovant dans son approche pédagogique, ce format multimodal présente l'opportunité de proposer des formations avec des contenus conséquents et diversifiés (visioconférence, formation à distance, ateliers individuels avec un suivi par le formateur, journée ou demi-journée de formation en présentiel, quizz, etc.), qui permettent un apprentissage plus important et facilitent ainsi la mise en pratique opérationnelle.

Chaque parcours de formation multimodale comprend :

- une partie de formation à distance en format « SPOC » (Small Private Online Courses) : sous formes de « granules de formation » de 5 à 10 minutes comprenant une « présentation + vidéo ou audio formateur », et des exercices d'applications (E.A.P.) sur Google Drive, proposés à un petit groupe de personnes suivies par un formateur
- une partie d'échanges et de mise en réseau (Social Learning), via un chat en différé à l'intérieur du groupe d'apprenants & avec le formateur
- une partie « formation / accompagnement / coaching » par le formateur, qui maintient une relation et un suivi des personnes formées tout au long de la formation : visioconférence introductive à la formation, suivi du « chat », lecture et analyse des exercices, présentiel d'une demi-journée ou 1 journée (selon le thème de formation) afin d'approfondir les contenus et lever les freins à la mise en œuvre, et visioconférence de débriefing en fin de session.

5 recommandations essentielles pour les participants aux parcours de formation multimodale :

- **Il est nécessaire d'être déjà familiarisé à l'utilisation du web** : utiliser facilement son navigateur Internet et sa messagerie mail, avoir l'habitude de se connecter avec un identifiant et un mot de passe, avoir un compte Google, et connaître déjà les bases du fonctionnement de Google Drive (pour pouvoir réaliser les exercices prévus dans le cadre de la formation).
- **Planifier son travail et organiser son temps pour la formation à distance** : prévoir des plages régulières de travail d'1 h 30 à 2 heures environ, à partir d'un poste informatique dans un lieu tranquille, déconnecter son téléphone et ses mails pendant la période de travail, en bref s'organiser pour être aussi concentré que si l'on se trouvait en formation présentielle.
- **Pour les personnes salariés, impliquer le management dès le départ dans l'inscription à la formation multimodale**, afin que celui-ci en comprenne le fonctionnement et les impératifs d'organisation ; une convention particulière de formation à distance devra être signée pour valider l'inscription à ces parcours.
- **Se fixer des objectifs et réaliser l'ensemble des ateliers d'apprentissage individuels** : dans un parcours de formation multimodale, le participant est plus impliqué encore que dans un présentiel, et les exercices sont essentiels pour l'appropriation des points de méthode et des outils présentés par le formateur, il est donc impératif de les réaliser.

- **Utiliser et exploiter les ressources du « Social Learning » est** : pour poser des questions au formateur et à la communauté d'apprenants, ou pour partager son expérience avec les autres ; nous ne sommes pas toujours habitués à utiliser ces outils et ces parcours de formation sont une occasion de les tester et les pratiquer au quotidien.

Au final, les parcours de formation multimodale sont plus impliquants pour les participants et pour les formateurs, ils sont plus riches d'expériences qu'un parcours traditionnel en présentiel ; l'appropriation des méthodes et des outils peut être supérieure pour les participants les plus motivés ainsi que le retour sur investissement pour les entreprises.

Bénéficiaire tout au long de l'année de la plateforme d'e-learning « Académie e-Tourisme »

Pour amplifier l'action de l'Académie e-Tourisme et élargir les savoirs et les savoir-faire, un nouveau programme de modules e-learning a été réalisé et mis en ligne sur la plateforme :

<https://academie-etourisme-paysdelaloire.speech.me/>

Tous les participants aux formations 2016 – 2017 bénéficient d'un accès gratuit sur cette plateforme : **il vous suffit d'en faire la demande au moment de votre inscription** ; dès que votre inscription est finalisée, vous recevrez un identifiant et un mot de passe personnel pour suivre ces modules d'e-learning.

Le nouveau programme de modules e-learning comprend 3 catégories de modules :

Comprendre les enjeux numériques & connaître les dernières tendances du marketing, de la communication et commercialisation touristiques :

Module 1 : Les points clés du nouveau marketing Tourisme

Module 2 : Panorama des médias sociaux du web

Module 3 : La révolution numérique et la commercialisation hôtelière

Connaître les fondamentaux du web et du webmarketing :

Le référencement naturel : les fondamentaux

L'e-réputation : points clés pour agir et ne pas subir

Approfondir ses connaissances sur la communication numérique & acquérir des bonnes pratiques :

Perfectionner l'utilisation de Google Analytics

Collecter les e-mails : règles juridiques et méthodes de collecte

Il est envisagé de nouveaux modules en 2017 ; pour suivre l'actualité se rendre sur le site portail de l'Académie et des formations e-Tourisme en Pays de la Loire :

www.academie-etourisme-paysdelaloire.fr

ÊTRE ACCOMPAGNÉ ET PARTAGER SES EXPÉRIENCES



L'Académie E-Tourisme en Pays de la Loire met à votre disposition des outils pour vous mettre en réseau et vous accompagner dans le temps

La participation à l'une des formations donne accès à **un groupe privé sur Facebook** qui rassemble tous les participants aux formations Académie e-Tourisme en Pays de la Loire pour :

- échanger entre les membres du groupe, partager les expériences, les réalisations de chacun, les bonnes pratiques
- poser une question et obtenir un conseil ou un avis donné par un autre membre du groupe
- être informé des dernières actualités de l'Académie e-Tourisme en Pays de la Loire : dates des modules, places restant disponibles, bilan des modules passés, etc.
- être informé d'actualités du e-Tourisme en lien avec les contenus des modules du programme 2016 - 2017

Rendez-vous sur <https://www.facebook.com/groups/Academie.etourisme/>

Nota : Pour en bénéficier, vous devrez avoir créé un profil sur Facebook et vous être inscrit à une des formations « Académie e-Tourisme en Pays de la Loire ».



PRÉSENTATION DES INTERVENANTS

Françoise Clermont

Consultante et formatrice en e-tourisme, responsable du secteur Formation de Co-Managing

Françoise Clermont travaille sur l'ensemble des stratégies marketing du cabinet et possède un grand savoir-faire dans le web et le marketing opérationnel pour avoir été plus de 10 ans en charge du marketing et des TIC au CRT Midi-Pyrénées. Elle intervient en formation auprès de nombreux organismes.



Catherine Portet

Assistante administrative

Grâce à sa grande expérience du monde du tourisme institutionnel et privé, Catherine Portet assure au sein de CoManaging la gestion administrative du programme Académie e-Tourisme en Pays de la Loire. Elle est votre interlocutrice pour répondre à vos demandes d'information, pour faciliter votre inscription, vous adresser les convocations et tous les documents administratifs et financiers relatifs à la formation.

Gisèle Taelemans

Consultante et formatrice en web marketing depuis 1996

Gisèle Taelemans intervient auprès de dirigeants d'entreprises, d'organismes institutionnels et de formation (Sciences Com, CCI, CNFPT). Elle réalise des conférences sur les thèmes du e-business, du e-tourisme et du web 2.0 pour différents organismes et intervient dans le cadre d'actions de formation e-tourisme auprès de professionnels du tourisme.



Eve Demange

Consultante et formatrice en stratégie éditoriale web

Journaliste, conceptrice rédactrice web, consultante et formatrice, Eve Demange intervient auprès d'entreprises de secteurs diversifiés (Banques, Editeurs, Télécommunications). Dans le domaine du tourisme, elle est notamment intervenue auprès de Fastbooking et d'E-Bookers. Elle réalise des formations pour des universités (E-commerce Franche Comté, Master IDEMM Lille 3), pour le CRIJ ou des CCI. Elle est l'auteur du blog Plume Interactive.

Sophie de Paillette

Consultante et formatrice en identité de marque & iconographie

Antérieurement peintre, créatrice & directrice artistique en agence de communication, Sophie de Paillette est une spécialiste des questions d'identité, de territoires, de conception et de communication de marques. Elle est intervenue pour de grands noms du luxe, de la mode et de la beauté, et est responsable depuis 2003 de la réalisation des portraits identitaires de territoire au sein de CoManaging. Elle intervient en formation à l'IREST (Panthéon-Sorbonne) et depuis 2 ans auprès des acteurs locaux du tourisme sur la culture de l'image.



Thomas Yung

Consultant et Formateur en e-commercialisation et e-tourisme

Ancien hôtelier, Thomas Yung accompagne les acteurs touristiques et principalement les hôteliers et hébergeurs dans le changement numérique. Il intervient dans les domaines de la e-commercialisation, de la e-réputation, de la performance du site Internet, de la visibilité et des réseaux sociaux. Thomas intervient régulièrement pour des conférences lors d'événements liés au e-tourisme et en tant que formateur pour des CCI, pour des organismes de formation, des éditeurs ou directement auprès des hébergeurs.



Patrice Foresti

Consultant et formateur en e-tourisme, photographe professionnel et vidéaste

Homme de terrain, Patrice Foresti accompagne de nombreux territoires et professionnels dans leur stratégie de communication et commercialisation de leurs offres, la création de contenus et de site web. Il intervient pour le réseau SA Voyages, pour des CCI, des Chambres d'Agriculture et des organismes de formation. Photographe pendant plus de 10 ans pour une agence de photographes (Rapsodia), il réalise également des vidéos de promotion touristique pour des destinations (OT, ADT, CRT) et des prestataires privés (chambres d'hôtes, tour opérateur,...).



FORMATIONS TOURISME NUMÉRIQUE

Les autres formations tourisme numérique
organisées en Pays de la Loire

Pour compléter le programme de formation Académie e-Tourisme, décrites dans ce catalogue, nos partenaires régionaux mettent également en place des formations web pour le tourisme.

CCI Région Pays de la Loire

Les CCI de la région Pays de la Loire proposent aux acteurs du tourisme des formations répondant à leurs attentes spécifiques dans l'objectif de les aider à améliorer la performance de leur entreprise.

- Ces formations sont organisées dans les principales villes de la région.

Pour plus de renseignements cliquez :

- En Vendée : www.vendee.cci.fr, contact : 02 51 45 32 89
- En Loire-Atlantique : CCI Nantes Saint Nazaire Formations Tourisme Hôtellerie Restauration, contact : 02 40 44 42 42 ou contact-formation@nantesstnazaire.cci.fr
- En Maine et Loire : www.maineetloire.cci.fr
et le lien pour consulter notre catalogue TCHR : [Cliquez ici](#)

Agence départementale du tourisme de l'Anjou - Anjou Tourisme

Dans le cadre du Dispositif d'Alliances du Tourisme en Anjou (DATA), Anjou Tourisme et la CCI de Maine-et-Loire proposent aux acteurs du tourisme du département des formations répondant à leurs attentes à des tarifs très attractifs.

www.anjou-tourisme.com

Offices de Tourisme Vendée (UDOTSI 85)

Offices de Tourisme Vendée propose, à l'ensemble des acteurs touristiques, une journée de formation « Stratégie d'image pour le multimédia », qui vous permettra de développer votre activité grâce à l'optimisation de vos photos et vidéos en ligne :

- Stratégie d'image pour le multimédia - jeudi 13 octobre 2016 - La Roche sur Yon - 110€ TTC (55 € TTC Adhérents OTV) - découvrez [ici le programme](#) et retournez [le bulletin d'inscription](#) avant le 28/09 - plus d'infos au 02 51 47 71 05

Fédération Régionale des Offices de Tourisme des Pays de la Loire (FROTSI)

La FROTSI des Pays de la Loire élabore chaque année en collaboration avec les Fédérations Départementales le plan régional de formation avec pour objectif la professionnalisation et la montée en compétence du réseau pour faire face nouveaux comportements de leurs clients.

- Animation Numérique de Territoire - 2016. Pour en savoir plus : ot-paysdelaloire.com
- Cursus post ANT - Mise à Niveau - 2016. Inscriptions en ligne sur : ot-paysdelaloire.com
Ou contactez-nous au 02 41 23 51 32 - frotsipaysdelaloire@orange.fr

En 2016-2017, Mayenne Tourisme propose un plan de professionnalisation tourné vers le concept Slowlydays, pour remettre le touriste au cœur de nos stratégies. Retrouvez toutes les dates en Mayenne sur : www.mayenne-tourisme.com/Espace-pro/Les-formations

Vous trouvez toutes ces informations avec les thèmes, lieux et dates de ces formations sur le portail web de l'Académie e-Tourisme & des formations e-Tourisme en Pays de la Loire :
www.academie-etourisme-paysdelaloire.fr

CODE	INTITULÉ	DATE	LIEU	FORMATEUR
La rencontre annuelle "Club des Académiciens du e-Tourisme"				
	Séminaire - Rencontre annuelle	Jeu. 10 nov.		

PARCOURS POUR DEBUTER / ACQUERIR LES BASES

Comprendre le e-marketing & construire les bases d'une présence efficace sur le web				
D1	Les bases marketing et les étapes clés pour une présence efficace sur le web (débutant)	Mar. 7 Fév.	Angers	F. Clermont
D2/MS1	 Débuter sur Facebook et les médias sociaux	Lun. 21 nov.	Nantes	G. Taelemans
D3/GRC1	 Comprendre et développer la Gestion de la Relation Client : avant - pendant - après le séjour	Jeu. 8 déc.	Angers	F. Clermont

PARCOURS THEMATIQUES / DEVELOPPER SES COMPETENCES

BIL1	 Bilan / Diagnostic de son dispositif web	Ven. 27 Janv.	Angers	G. Taelemans
------	---	---------------	--------	--------------

Réussir sur les médias sociaux du web

MS1/D2	 Débuter sur Facebook et les médias sociaux	Lun. 21 nov.	Nantes	G. Taelemans
MS2/MM1	 Formation multimodale Construire et gérer sa présence sur les médias sociaux du web	Visio 1 h Jeu. 19 janv. Présentiel Ven. 3 mars Visio 1 h final Vend. 31 mars	Nantes ou Angers*	G. Taelemans
MS3	Perfectionnement Facebook	Lun. 9 janv.	La Roche-sur-Yon	G. Taelemans
MS4	Pourquoi et comment utiliser efficacement Pinterest et Instagram ?	Jeu. 26 janv.	Nantes	G. Taelemans
MS5/COM4	Pourquoi et comment utiliser efficacement Twitter ?	Lun. 13 mars	Nantes	G. Taelemans

Développer son efficacité commerciale & sa visibilité

EF1/MM2	 Maîtriser sa commercialisation Formation multimodale - Spécial hébergeurs : Maîtriser sa commercialisation par Internet	Visio 1 h Lun. 16 janv. Présentiel Lun. 27 fév. Visio 1 h Lun. 27 mars	Nantes ou Angers*	T. Yung
EF2/GRC3	Réussir ses e-mailings et ses newsletters	Lun. 23 janv.	Le Mans	F. Clermont
EF3	Utiliser Google Analytics pour gérer et optimiser sa présence sur Internet	Mar. 7 fév.	Nantes	G. Taelemans
EF4	Google Adwords et Facebook Ads : les clés d'une publicité efficace avec peu de budget	Mar. 7 mars	Nantes	G. Taelemans

CODE	INTITULÉ	DATE	LIEU	FORMATEUR
------	----------	------	------	-----------

PARCOURS THEMATIQUES / DEVELOPPER SES COMPETENCES

Réussir sa Gestion de la Relation Client

GRC1/D3	NOUVEAU Comprendre et développer la Gestion de la Relation Client : avant - pendant - après le séjour	Jeu. 8 déc.	Angers	F. Clermont
GRC2	NOUVEAU Définir un plan de Gestion Relation Client	Jeu. 5 janv.	Angers	F. Clermont
GRC3/EF2	Réussir ses e-mailings et ses newsletters	Lun. 23 janv.	Le Mans	F. Clermont
GRC4	Développer son activité grâce à l'implication de ses clients (avis, commentaires, partages)	Lun. 6 fév.	Angers	F. Clermont

Réussir sa communication écrite et ses relations médias

COM1	Mieux écrire pour le web- capter l'internaute & doper votre référencement	Lun. 12 et mar. 13 déc.	Nantes	E. Demange
COM2	Animation éditoriale - Méthode, outils et organisation pour animer vos contenus éditoriaux	Jeu. 9 et ven. 10 Mars	Nantes	E. Demange
COM3/MM3	 Formation multimodale - Spécial RELATIONS PRESSE : Relations médias et web	Visio 1 h Ven. 20 janv Présentiel Mar. 28 fév. Visio 1 h final Vend. 31 mars	Nantes ou Angers*	F. Clermont
COM4/MS5	Pourquoi et comment utiliser efficacement Twitter ?	Lun. 13 mars	Nantes	G. Taelmans

Produire des visuels de qualité

V1	NOUVEAU Culture de l'image : savoir identifier les images de qualité & optimiser votre base de photos	Lun. 30 et mar. 31 janv.	Angers	S. de Paillette
V2	Picture marketing : quels images pour quels objectifs dans mon dispositif web	Lun. 20 mars	La Roche-sur-Yon	P. Foresti
V3	NOUVEAU Techniques et outils pour animer son dispositif web avec des photos	Mar. 21 mars	La Roche-sur-Yon	P. Foresti
V4	NOUVEAU Techniques et outils pour animer son dispositif web avec des vidéos	Mer. 22 mars	La Roche-sur-Yon	P. Foresti

*selon la localisation des participants

MODALITÉS D'INSCRIPTION



Le dispositif de formation est ouvert à toute entreprise touristique, quelles que soient sa nature juridique, son activité ou sa taille ainsi qu'à ses collaborateurs, quels que soient leur statut, non salarié ou salarié, leur contrat de travail, leur qualification professionnelle ou leur ancienneté dans le poste.

Les inscriptions, enregistrées et confirmées par ordre d'arrivée, se font en ligne ; il suffit pour cela de vous connecter sur le site :

 www.weezevent.com/academie-e-tourisme-2016-2017

Les sessions de formation se dérouleront par groupe de 12 participants maximum.

Les frais d'inscription aux sessions de formation

Formations	Durée	Prix HT	Prix TTC	Le prix comprend :
Séminaire annuel	½ journée	Gratuit		
Ateliers thématiques	1 jour (7h)	100 €	120 €	- La ou les journées de formation en présentiel - Les supports pédagogiques
Ateliers thématiques	2 jours (14h)	200 €	240 €	- L'accès illimité à la plateforme e-learning
formations Multimodales	14h au total	210 €	252 €	- L'ensemble du parcours suivi par le formateur (à distance + présentiel) - L'accès illimité à la plateforme e-learning

Les coûts de transport et de repas sont à la charge des participants (à régler sur place).

La prise en charge de la formation par votre OPCA

Vous pourrez demander une prise en charge par votre OPCA sur la base du devis / bon de commande que nous vous fournirons par courriel. **Penser à demander suffisamment à l'avance une prise en charge par votre OPCA afin que nous la recevions avant le début de la formation ; dans le cas contraire, nous serons contraints de vous facturer et vous devrez vous faire rembourser par la suite directement par votre OPCA.**

Votre règlement

Il est à effectuer par chèque ou virement à l'ordre de CoManaging.

Votre inscription sera validée à réception du devis / bon de commande signé, du remplissage du questionnaire de pré-inscription que nous vous adresserons. Merci de noter qu'en cas de désistement de moins de 7 jours ouvrés avant la date de la formation ou d'absence non justifiée lors de la formation, celle-ci vous sera facturée et devra nous être réglée.

Dans une dynamique de développement durable, l'utilisation du courrier électronique sera privilégiée. Ainsi, toutes les informations relatives à votre inscription et votre participation vous seront adressées par courriel. L'Agence Régionale Pays de la Loire a confié à CoManaging l'organisation de ce programme de formation 2016 - 2017. CoManaging se réserve le droit d'annuler une session ou de vous proposer le regroupement avec une autre session.

Les annulations

Toute annulation doit faire l'objet d'un email à l'adresse suivante : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr
En cas de désistement de moins de 7 jours ouvrés avant la formation, celle-ci vous sera facturée, car elle a des conséquences importantes sur la bonne gestion du programme. Dans le cas d'une annulation tardive pour raison médicale (arrêt de travail) ou raison personnelle justifiée (ex décès famille), la formation ne sera pas facturée et le justificatif sera fourni à l'adresse suivante : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr

Renseignements :

Vous trouverez toutes ces informations sur le portail web de l'Académie e-Tourisme & des formations e-Tourisme en Pays de la Loire : www.academie-etourisme-paysdelaloire.fr
ou vous pouvez vous renseigner auprès de :

Catherine Portet - contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr - Tel. 06 86 90 96 51



L'Agence régionale
Pays de la Loire
Territoires d'Innovation

Ce programme est mis en œuvre pour le compte de la Région des Pays de la Loire, par l'Agence régionale - Pays de la Loire Territoires d'Innovation.

Campus Régional - 7, rue du Général de Bollardière - CS 80221 - 44202 Nantes Cedex 2
Tél. +33 (0) 240 89 89 89 - Fax +33 (0) 240 89 89 85
www.agence-paysdelaloire.fr