

Inbound marketing : Attirer le client

Dates et durée de la formation

Durée : 1 jour
Date(s) :
4 décembre

Public cible

Directeur, responsable, chargé(e) de marketing

Objectifs

Contexte et enjeux

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, où internet joue un rôle essentiel en matière de d'inspiration, de choix et de préparation de séjour, arriver à engager le dialogue avec les clients potentiels devient l'enjeu primordial des destinations touristiques. Comment attirer le visiteur, comment lui inspirer confiance pour qu'il accepte de donner ses coordonnées et ainsi engager un véritable échange sont les défis des gestionnaires de destination

Objectifs de la formation :

- Comprendre les enjeux de l'inbound Marketing
- Intégrer l'Inbound marketing à la stratégie gestion relation client.
- _identifier les actions possibles

Intervenants

Frédéric Fernandez

Contenu de la formation

Introduction et tendances

- L'Inbound marketing dans les stratégies digitales.
- Données clés et indicateurs.

Les fondements de l'Inbound marketing

Le contenu est roi

Les supports numériques de l'inbound

Créer votre groupe de Média

Les étapes stratégiques

Les outils de l'Inbound

- Les appels à actions
- Les réseaux sociaux
- Les Personas
- La conception de contenu à valeur ajoutée (livre blanc, ebook, webinar, infographie...)
- Le CRM et l'automatisation

Analyse des résultats

- Quelles mesures d'évaluation
- La mesure en temps réel

- Le suivi du prospect au client
 - **Nombre de personnes** : 14
 - **Code action** : 20883