

Formation semestre 1- Rédaction de contenu expérientiel pour des offres : contenu vivant, dynamique

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 3 jours

Date(s) :

20 avril (9h30-13h00), 21 avril (9h30-17h30), 29 avril (9h30-13h00), 30 avril (9h30-17h30) 2020 - Nombre total d'heures de formation : 21

Public cible

Tarif de la formation :

625 € net de taxes

Conseillers en séjour/ Chargé de communication / Responsable réseaux professionnels / professionnels

Objectifs

Préambule

Pour accompagner les professionnels à valoriser leurs offres sous l'angle expérientiel, les stagiaires doivent obligatoirement se confronter à deux dimensions

La compréhension, la conception et l'enrichissement d'une expérience

La communication d'une expérience dans ses multiples dimensions sur les multiples supports

Objectif de la formation :

Comprendre les composantes d'une expérience touristique

Apprendre à concevoir une nouvelle expérience ou enrichir une expérience existante

Améliorer les différentes dimensions de l'expérience lors d'un séjour ou d'une prestation

Améliorer ainsi l'offre commerciale des établissements par la dimension expérientielle

S'obliger à « penser client » et prendre conscience de son vécu au sein de la structure

Jouer sur l'innovation, les sens, l'insolite et les services pour se démarquer

Adapter sa communication à l'expérience vécue

Savoir valoriser et rédiger une expérience sur une page web de la séduction jusqu'à la vente

Savoir écrire pour le cerveau gauche et pour le cerveau droit

Toucher au maximum le client dans sa dimension émotionnelle

Intégrer les enjeux de la visibilité (SEO) dans la conception et la rédaction de pages éditoriales de types "expérience"

Illustrer avec du contenu multimédia performant

Pré-requis

Une certaine aisance rédactionnelle avec une connaissance d'internet en général

Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication touristique

Contribuer régulièrement au contenu d'un site Internet touristique

Matériel spécifique pour les stagiaires :

Ordinateur portable obligatoire (pas de tablette)

Stockage USB ou par le cloud

Intervenants

Benoît DUDRAGNE, BDC Consulting, groupement ID Rézo

Tarif de la formation :

625 € net de taxes

-

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :
76340953834

Salariés de droit privé des organismes du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS !

Contenu de la formation

Comprendre, concevoir et enrichir l'expérience pour mieux la vendre

Comprendre avant d'agir : c'est quoi une Expérience.

Les différents éléments clés d'une expérience touristique

L'importance du cerveau droit : l'émotion

L'environnement physique et ambiance /relations humaines / sensations / émotions / services

Valeur et sens

Les différents types d'expériences

Quelles expériences valoriser autour ou chez le prestataire

L'expérience c'est le client au centre : jusqu'à la personnalisation

Rôle, attitude, attentes et vécu du client

Atelier pratique – Micro Focus persona pour une expérience véritablement centrée sur le besoin client

Le parcours du client lors de mon expérience

Les principales séquences du parcours client : points de contact et temps forts

La notation émotionnelle

Concentration sur les 1 à 2 temps forts de l'expérience

Atelier pratique – optimiser, enrichir, personnaliser l'expérience autour des émotions en gommant les points négatifs : décor, ambiance, sensations services

Communication de l'expérience et son écriture

Où et comment valoriser l'expérience sur ses supports numériques

Atelier pratique groupe – On décrypte les meilleurs exemples de valorisation des expériences

Les objectifs éditoriaux à respecter pour valoriser l'expérience : de la séduction à la vente

Les contenus efficaces : multimédia, storytelling, sémantique émotionnelle...

Atelier pratique – Identifier et utiliser les expressions émotionnelles

Valoriser la dimension expérientielle sur mon site web : sur tout le site et sur une page

Comment la valoriser sur mes réseaux sociaux

Atelier pratique – Se centrer sur le vécu client par la curation : collecter et trier les principaux contenus de l'expérience pour enrichir et argumenter l'expérience

La visibilité par le contenu expérientiel

Focus sur la visibilité de l'expérience sur les moteurs de recherche :

Méthodologie à mettre en œuvre : combinaison de mots-clés, maillage sémantique, cocon sémantique, backlinks

Atelier pratique – visibilité : définir les combinaisons de mots-clés avant de rédiger l'expérience

Ecrire son expérience

Rappel des grands principes d'écriture web

Niveaux de lecture / techniques d'écriture web pour accrocher / titres / chapô / micro-contenus / longueur texte et paragraphes

Atelier pratique – Ecriture et mise en forme l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires

Ecrire l'expérience (suite) et accompagner les socioprofessionnels

Atelier pratique – Ecriture et mise en forme l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires (la suite)

Accompagnement des socioprofessionnels (optionnel suivant le profil des participants)

Les différents leviers pour l'accompagnement

Autoévaluation de la dimension expérientielle

Approche conférence

Approche en atelier

Approche individuelle

Attitude à adopter

Évaluation post accompagnement

Atelier pratique – Simulation sur un cas pratique

- **Nombre de personnes** : 10
- **Code action** : 23004