

Formation semestre 2- Faire des avis clients des atouts pour sa destination

Toulouse

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

15 octobre, 16 octobre (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Responsable qualité, promo/com, ANT

Tarif de la formation :

334 € HT pour les salariés de droit public. Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

0 € pour les salariés de droit privé (pour les structures à jour de leur contribution auprès de l'OPCO).

Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure. Merci d'attendre l'envoi de la convocation de la part du CRT pour aller saisir votre demande (obligatoire mais sans incidence financière) sur le site de l'AFDAS.

Objectifs

- Appréhender les rôles de l'OT pour la gestion des avis.
- Améliorer la qualité de la gestion des avis.
- Acquérir la maîtrise des avis de veille pour suivre et gérer les avis.
- Savoir gérer efficacement les avis remontant sur son site de destination.

Pré-requis

J-15 : Questionnaire envoyé aux participants pour connaître leur niveau de connaissance sur la e-reputation et leurs attentes sur cette formation

Matériel stagiaire

Amener un ordinateur portable

Intervenants

David BOUCHE, François Tourisme Consultant

François Tourisme Consultant a 26 ans d'expérience dans l'accompagnement des acteurs du tourisme, tant publics que privés. Aide et accompagnement aux différents audits et obtention de labels, assistance aux outils du webmarketing dont l'e-reputation

Tarif de la formation :

334 € HT pour les salariés de droit public. Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

0 € pour les salariés de droit privé (pour les structures à jour de leur contribution auprès de l'OPCO).

Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure. Merci d'attendre l'envoi de la convocation de la part du CRT pour aller saisir votre demande (obligatoire mais sans incidence financière) sur le site de l'AFDAS.

Contenu de la formation

Comprendre les enjeux de la e-reputation, en connaître les acteurs principaux, et savoir situer sa destination entre ce que l'on croit et ce que les clients voient, savoir répondre, orienter les réponses et les avis, connaître les outils et les veilles disponibles.

JOUR 1 :

- Résumé des attentes de chacun, rappel des enjeux de la e-reputation pour une destination, retour sur les questionnaires pré-distribués, des objectifs communs et particuliers; succès et ambitions : où se situe chaque participant, où chacun souhaite se rendre
- Cerner le sujet : Brainstorming avec les participants : recherche de définition, de concepts associés; présentation de l'E-réputation : définition, enjeux pour ma destination, présentation des concepts associés à l'E-réputation dont la chaîne des équivalences (hypersatisfaction et recommandations), présentation détaillée des acteurs de l'E-Réputation
- **Ma Réputation: ATELIER 1 : Elaboration d'un SWOT de sa destination** par chaque participant. Travail sur les données de l'atelier : ma réputation me correspond-elle ? Rapport d'analyse + Plan d'action pour chacun des participants
- Les Avis Clients : Approche multifactorielle et multicanale des avis clients; distinguer (et définir) les différents niveaux d'avis par ordre d'importance; répondre à un avis : Pourquoi ? pour qui ? comment ?

ATELIER 2 : jeu de rôle à partir d'avis réels reçus par les destinations présentes : Objectif : savoir optimiser la réponse aux avis, positifs ou négatifs

JOUR 2 :

- Le Client comme Promoteur : savoir piloter sa E-reputation; présentation d'exemples réels de good buzz provenant de l'Expérience client;

ATELIER 3 : L'Expérience client dans ma structure, décorticage du parcours client, de l'inspirationnel au post-séjour. Comment diminuer l'Effort client pour améliorer l'Expérience client ? Plan d'actions pour améliorer l'expérience client; de l'Expérience client à l'Hypersatisfaction : comment mesurer cette dernière, la mettre en place dans ma structure

ATELIER 4 : mise en place d'un NPS (Net Promoter Score) périodique de mon établissement (périodes qui correspondent aux rythmes de mon activité). Analyse : mes clients sont-ils passifs, promoteurs... ou détracteurs ? Plan d'action pour améliorer mon NPS, avec objectifs mesurables et accessibles. Expérience + Hypersatisfaction = client promoteur de mon établissement, comment le guider vers la recommandation, sur quels réseaux l'orienter ?

ATELIER 5 : plan d'action pour développer sa stratégie de guidage des avis client

- Ma E-Réputation et ma stratégie commerciale: mes outils en tant que destination touristique : les réseaux sociaux et mon site web. Comment les optimiser grâce aux avis clients pour faire passer mes messages ? Comment inciter les internautes à laisser des avis sur mes outils ? Les outils qui peuvent nous aider.

ATELIER 6 : Point sur les réseaux sociaux + site Internet, Comment s'exprime-t-il, comment ses clients s'y expriment? Comment optimiser ? Plan d'actions par chacun pour optimiser sa récolte d'avis sur les réseaux sociaux et son site web; Fidélisation, la clef de la rentabilité : comment utiliser les avis clients et ma E-réputation pour accroître la fidélisation ? Exemples d'action réelles mises en place par des grandes marques. Pourquoi pas

vous ? Outils pour suivre ces actions.

– Mise en place des veilles : la réputation est fluctuante, cet atelier ne doit pas être une image à un instant T de ma E-réputation, mais permettre l'appropriation de véritables outils de veille pour la suivre en temps réel. Comment les mettre en place ? Quels outils sont disponibles ? Quel coût ?

ATELIER 7 : Développement de son plan d'actions pour activer sa veille en l'organisant dans une journée de travail-type.

- **Nombre de personnes** : 18
- **Code action** : 24008