

# Formation semestre 2- Rédaction de contenu expérientiel pour des offres : contenu vivant, dynamique

A distance

## Dates et durée de la formation

Durée : 3 jours

Date(s) :

23 novembre (9h30-13h00), 24 novembre (9h30-17h30), 30 novembre (9h30-13h00), 1 Décembre (9h30-17h30) -

Nombre total d'heures de formation : 21

## Public cible

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

Tarif de la formation :

625 € net de taxes

**Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure. Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !**

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

76340953834

## 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**

**Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure. Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !**

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

## 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** : 23004-2