



Formation Office de tourisme

Concevoir et rédiger des expériences touristiques sur le web

L'expérience est au cœur du marketing touristique. On ne vend plus un monument, une attraction, une activité, mais un temps fort à vivre, unique et mémorable.

Dans sa préparation au voyage, le touriste est en quête de ce moment riche de sensations, générateur d'émotions positives dans lequel son imaginaire saura se projeter, s'immerger, pour s'assurer d'un moment de bonheur sur la destination.

Pour promouvoir sa destination sous l'angle expérientiel mais aussi accompagner les professionnels à présenter leurs offres dans cette dimension 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

C'est un travail minutieux qui doit valoriser les atouts et les avantages concurrentiels de celle-ci tout en répondant aux nombreuses exigences du touriste connecté, telles que la visibilité et les principes de lecture sur le web.

Objet

- Comp
- Appre
- Améli
- Améli
- S'obli

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- 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

Contenu et programme

Jour 1

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/reactions humaines/sensations/émotions/services
 - Valeurs 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...

Jour 2 et 3

Communication de l'expérience et son écriture

Où et comment valoriser l'expérience sur ses supports numériques :

Atelier pratique en groupes - 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 l

Atelier pratique
pour enrichir

La visibilité p

- Micro focus
- Méthodolog

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Ecrire son expérience de la séduction à la vente

- Rappel des grands principes d'écriture web
 - Niveaux de lecture/techniques d'écriture web pour accrocher/titres/chapô/microcontenus/longueur texte et paragraphes
- Atelier pratique - Ecriture et mise en forme de l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires. (Accompagnement individuel sur la dernière journée consacrée totalement à la rédaction)

Matériel à prévoir par les stagiaires

Un PC avec caméra et son, ainsi qu'une bonne connexion Wifi.

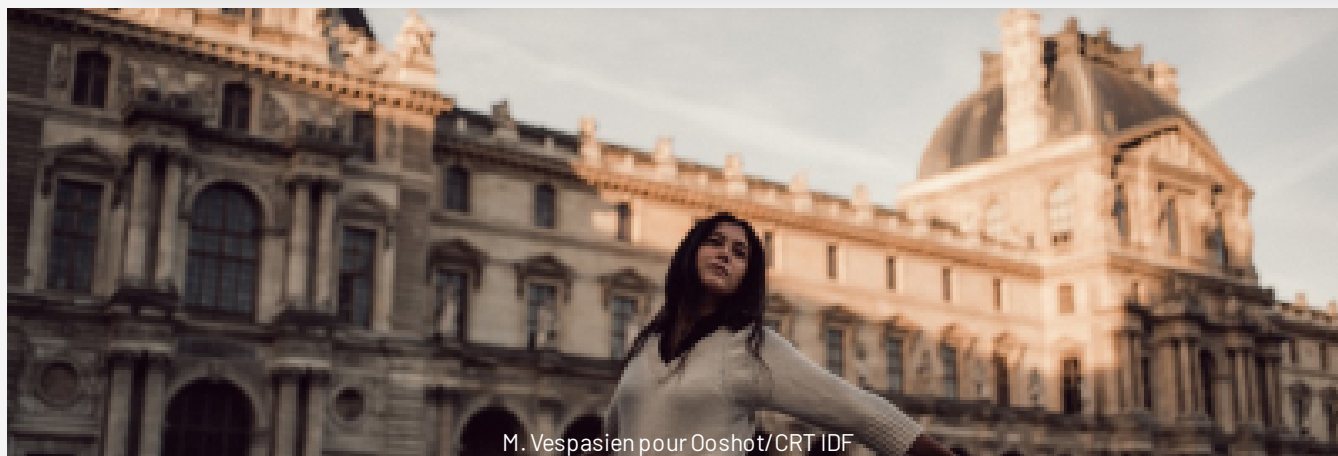
Public/Prérequis

- Public : directeurs, chargés de la communication, responsables marketing, rédacteurs web, conseillers en séjour, responsables réseaux professionnels
- Prérequis :
 - une certaine aisance rédactionnelle avec une connaissance d'internet en général
 - une sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication touristique
 - contribuer régulièrement au contenu d'un site Internet touristique

Contact :

Pôle Conseils - Expérience Visiteur
ot@visitparisregion.com
Tél : 01 73 04 83 28

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.



M. Vespasien pour Ooshot/CRT IDF

Prix **0.00 € TTC**

Date 8 - 15 Octobre 2021

Durée 8, 14 et 15 octobre 2021
Durée : 3 jours (21h)
Formation en distanciel

Détail tarif

Cette formation s'inscrit dans le cadre du plan collectif de formation à destination des Offices de Tourisme.

Elle est gratuite pour les salariés de droit privé des Offices de Tourisme adhérant à l'AFDAS. Elle n'impacte pas l'enveloppe individuelle de l'Office de Tourisme mais le fonds collectif régional dédié. Pour les adhérents à l'AFDAS, un mail vous sera adressé suite à votre inscription pour la saisie de cette formation sur votre espace sécurisé.

Pour les salariés de droit public, merci de nous contacter si vous êtes intéressés par cette formation.

Votre contact au CRT: ot@visitparisregion.com

Niveau requis Intermédiaire à expert

Parti

Ce c

Cette

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Elle est traitée comme une « formation-action » avec près de 50 % du temps consacré à des ateliers pratiques qui limite la taille du groupe à 7 personnes afin d'assurer un suivi et du conseil individuel en mode « coaching ».

De nombreux outils utiles et pratiques pendant et après la formation sont mis à disposition des stagiaires dans un espace de téléchargement : méthodologie à suivre, carte d'expérience, check list d'autoévaluation, outils optimisation SEO, expression émotionnelle...

Au terme des trois jours, les stagiaires ont conçu et rédigé leur propre expérience.

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.