

Optimiser sa communication digitale et sa relation client avec l'IA [intra - HPA]

3 jours 21,00 heures

Programme de formation

Mise à jour : 08/03/2026

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Comprendre les évolutions majeures qu'amène l'IA dans le parcours d'achat sur le web.
2. Améliorer ses prompts pour accomplir des tâches plus complexes avec l'aide de l'IA dans son quotidien.
3. Structurer et optimiser le cycle relationnel client (avant, pendant, après séjour) avec l'IA en personnalisant les communications via l'outil e-season et maîtriser les techniques de production de contenu assistée par IA et optimiser, enrichir, traduire et harmoniser les fiches produits « hébergement ».
4. Concevoir et déployer des assistants IA (GPTs) pour semi-automatiser des tâches récurrentes.
5. Comprendre les nouvelles sources de trafic provenant des moteurs de recherche conversationnels et mettre en œuvre des actions concrètes d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) et les moteurs IA (GEO) sur les pages stratégiques du site.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Jour 1 : Mise à jour sur les évolutions IA qui impactent le secteur du tourisme et l'HPA en particulier & rappel des bases :

Matin (3h30) - Module 1 : Mise à jour sur les dernières évolutions IA & rappel des bases.

Partie 1 (2h) : IA & comportement de recherche et d'achat, ce qui va changer...

Du moteur de recherche au moteur de réponses :

- État des lieux des usages de l'IA pour la recherche en France et en Europe.
- Focus sur les interfaces utilisées par de plus en plus de vos clients : ChatGPT, Google AI overview & AI Mode, Perplexity.
- Prospective sur les comportements de recherche sur le web avec l'évolution des moteurs de réponse.
- Principe de fonctionnement.
- Impact sur la visibilité web des entreprises du tourisme sur le Web.

Du SEO au G.E.O (Général Engine Optimisation) : comprendre les nouvelles règles du jeu

- La sémantique remplace le mot-clé.
- Les mentions remplacent les backlinks.
- Les "Agents IA" sont les nouveaux visiteurs de vos site web.
- L'importance du contenu de marque et de l'influence.

L'évolution vers le transactionnel des moteurs de réponse IA.

- Les moteurs de réponse IA tels que Chat GPT ou Perplexity peuvent-ils devenir des OTA ?
- Focus sur le format MCP : la clé technique qui ouvre le champ du possible sur la e-distribution.
- Prospective sur l'évolution de la e-distribution avec l'IA pour les différentes filières du tourisme.

Quelle stratégie pour les entreprises du tourisme ?

- Comprendre le GEO et commencer à intégrer les bonnes pratiques dans sa stratégie de contenu.
- Être attentif aux évolutions de la distribution. S'assurer d'avoir les bons partenaires technologiques (Channel Manager).
- Mettre encore plus d'énergie sur la qualité de l'expérience client et s'assurer que l'on parle de vous.

Partie 2 (1h30) : Rappel des bases du prompt engineering et point sur les dernières fonctionnalités

Rappel des fondamentaux du Prompt Engineering :

- Les différents types de prompts.



- Les composantes d'un « bon prompt ».
- Focus sur l'importance de la structure du prompt, du choix des « variables » et surtout des données de contexte !

Les dernières fonctionnalités clés de ChatGPT et Google Gemini :

- Les modèles à raisonnement avancé ("Chain of Thought") pour des tâches complexes.
- Le multimodal sur les données d'entrée, la recherche approfondie, le mode Canvas, etc.
- Focus sur NotebookLM (Google).
- Les capacités de génération d'images et de vidéos.

Partie 3 (3h30) - Module 2 : Ateliers "Productivité" & "Marketing & Contenu"

(Chaque stagiaire peut choisir 2 à 3 ateliers).

- Atelier : **Réponse à un e-mail, rédiger un e-mail, un courrier** > 005 FT INI
- Atelier : **Générer un compte rendu de réunion*** > 25 INI FT
- Atelier : **Recherche Approfondie/ Benchmark/ Etude de marché** > 51 FT
- Atelier : **Préparer un rendez-vous professionnel** (recherche, synthèse d'informations, préparation d'arguments) avec l'IA > 41 FT
- Atelier : **Gérer un planning RH** (simulation de création d'un planning d'équipe en tenant compte des contraintes) avec l'IA. >017 RH FT
- Atelier : **Répondre aux avis clients complexes** (gestion des avis négatifs, personnalisation des réponses) avec l'IA. >006 Bis FT
- Atelier : **Création d'une page web** type « article » à partir d'une interview enregistrée* (transcription, synthèse des points clés, plan et rédaction) avec l'IA.

*Venir avec un enregistrement audio ou un transcript de réunion ou d'entretien/interview.

Jour 2 : Relation client et fiches produit augmentées par l'IA Matin (3h30) - Module 3 : Stratégie Relationnelle

Atelier - Refonte du Cycle Relationnel post-réservation (2.5h)

- Cartographie du parcours client : avant, pendant et après le séjour.
- Brainstorming collectif : quels messages, pour quels profils de clients, à quel moment ? (Travail sur la personnalisation).
- Définition des scénarios et des automatisations souhaitées dans "e-season".
- Atelier pratique : Utilisation de l'IA pour générer des trames d'emails percutantes et personnalisées pour chaque étape et chaque segment client.

Atelier : Création d'un GPT "Assistant Service Client" (1.5h)

- Méthodologie : définir l'objectif, la personnalité, le ton et la base de connaissances du GPT.
- Atelier pratique : Enrichissement d'un GPT créé préalablement (cf. travail préparatoire) capable de traiter les demandes fréquentes par email (ex: "Quels sont les horaires de la piscine ?", "Puis-je venir avec mon chien ?"). >> On lui fournit des documents internes (règlement, brochure, etc.) et on ajuste les instructions.

Après-midi (3h30) - Module 4 : Fiches produits

Atelier : Harmonisation des fiches produits

- Analyse des fiches hébergements existantes.
- Définition d'une structure de fiche produit idéale (titre, chapô, descriptif expérientiel, caractéristiques, FAQ, contenus spécifiques affinitaires, micro contenu, etc.).
- Atelier pratique : Utilisation de l'IA pour réécrire, enrichir (storytelling), traduire et optimiser pour la conversion 2 à 3 fiches produits, en garantissant un ton de voix harmonisé.

Jour 3 : Performance digitale et optimisation GEO

Matin (3h30) - Module 5 : Stratégie de contenu et visibilité

Partie 1 : De la Stratégie à la Production de Contenu (2h)

- Retour sur les points clés d'une stratégie de contenu multicanal.
- Comment utiliser l'IA pour transformer une idée en un plan de contenu multi-format (article de blog, posts réseaux sociaux, script vidéo court).
- Atelier pratique : Prendre un thème clé (ex: "Esterel Caravaning au printemps") et le décliner en un mini-calendrier éditorial sur 1 mois avec l'aide de l'IA.

Partie 2 : Création d'un GPT "Gestionnaire de Communauté" [ou autre] (1h30)

- Analyse des commentaires récurrents (positifs, négatifs, questions) sur les réseaux sociaux.

- *Atelier pratique* : Construction et entraînement d'un GPT pour suggérer des réponses semi-automatisées, respectant la charte éditoriale et le ton de la marque, pour les commentaires sur Instagram et Facebook.

Après-midi (3h30) - Module 6 : Optimisation avancée (SEO, GEO & Monitoring)

Partie 1 : Ateliers - Optimisation SEO (2h)

- Principes clés du SEO On-page et de l'organisation des contenus en cocon sémantique.
- *Atelier pratique* : Optimisation SEO avec l'IA
- Identifier les intentions de recherche et les mots-clés pour une page stratégique (ex: "location mobil-home luxe var").
- Auditer une page avec un objectif SEO (ex: "location mobil-home luxe var").
- Réécrire les balises (Title, Meta Description) et optimiser le contenu textuel.
- Générer des paragraphes complémentaires optimisés pour l'objectif SEO visé.
- *Atelier pratique* : Création d'un cocon sémantique optimisé en SEO
- Méthodologie : comprendre ce qu'est un cocon sémantique et son importance.
- Utiliser l'IA pour définir une thématique centrale, identifier les sujets connexes et structurer l'architecture du cocon.

Partie 2 : Se préparer au GEO (1.5h)

- Rappel du fonctionnement des moteurs de réponses (Perplexity, Chat GPT, Google IA Overview) et leur impact sur le trafic.
- Le monitoring de ce nouveau trafic (utilisation de la console SmalkAI).
- Les bonnes pratiques pour optimiser ses contenus au GEO.
- *Atelier pratique* : Cas d'usage d'usages à définir ensemble au regard des données obtenues avec le monitoring.

PUBLIC VISÉ

- Personnel en charge de la relation client
- Personnel en charge de la communication, du marketing et de la production de contenu.
- Direction.

PRÉREQUIS

- Avoir accès à un compte payant ChatGPT Plus* (20 \$/mois) ou Teams* [et/ou] avoir accès à un compte payant Gemini Pro* (20 \$/mois). (*plusieurs pers sur un même compte payant possible).
- Avoir un compte sur Perplexity IA (gratuit).
- [Optionnel] Avoir un compte sur Claude IA (gratuit ou payant).
- [Optionnel] Avoir un compte sur Mistral IA Le Chat (gratuit ou payant).
- S'être préalablement questionné en équipe sur les enjeux et les usages de l'IA
- Avoir accès aux outils internes (back office site web, e-season, et autres applications « métier » utilisées en communication et/ou relation client) pour les ateliers pratiques.

MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS

Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 10 maximum.

- En présentiel : dans une salle mise à disposition pour le donneur d'ordre et qui réponde aux exigences de bon déroulement de la formation
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

Accès à la formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 10 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, issus de 3 structures différentes maximum. La session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heures avant la première session.

Matériel et technologie indispensables pour participer :

- Vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance en visioconférence), un casque audio et un bon micro sont également recommandés pour plus de confort.
- Vous devez avoir ouvert un compte payant chez <https://openai.com/> pour un usage de ChatGPT sans limite, permettant d'obtenir des réponses plus élaborées et un accès à l'envoi de documents pour traitement par l'IA et/ou avoir accès à un compte payant Gemini Pro.
- Vous devez avoir ouvert un compte gratuit chez <https://www.perplexity.ai/> pour un usage de l'IA Perplexity.
- [Optionnel] Vous devez avoir ouvert un compte gratuit chez <https://mistral.ai/fr/products/le-chat> pour un usage de l'IA Mistral.
- [Optionnel] Vous devez avoir ouvert un compte gratuit chez <https://claude.ai/> pour un usage de l'IA Claude

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Support : le formateur utilisera un support PowerPoint pour la partie théorique, qui est transmis en intégralité aux stagiaires
- Alternance d'apports théoriques, de travaux pratiques
- Travail individuel et en groupe sur des cas pratiques ou sur les cas d'usage de chaque participant.
- Les participants travaillent directement sur les outils d'IA suggérés.
- Les stagiaires disposeront de fiches techniques très riches, claires et structurées. Elles présentent pour chaque tâche, le découpage de la pensée, le ou les prompts ainsi que les variables indispensables pour cadrer la pratique. Elles seront utilisées pour chaque atelier.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

- La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.
- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation par des quiz en ligne pour le contrôle des connaissances acquises et/ou par des travaux et productions réalisées par les participants.
- La satisfaction des participants est évaluée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre possiblement dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

VOTRE FORMATRICE OU VOTRE FORMATEUR

Mathieu VADOT

Consultant en marketing touristique

Mathieu VADOT

Consultant indépendant, expert en stratégie marketing, commercialisation, IA et stratégie de contenu multicanal.

Issu d'une formation marketing en école de commerce, Mathieu VADOT fait ses premières armes dans les stations de sports d'hiver (Chamrousse, l'Alpe d'Huez, Valloire et Chamonix). Son parcours l'amène à déployer une place de marché à l'échelle de la destination « Cévennes », visant à développer la commercialisation digitale des prestataires touristiques, et structurer de l'offre de la destination.

Depuis 15 ans, il conseille, forme et accompagne les professionnels du tourisme, partout en France, sur les bonnes pratiques du marketing digital (visibilité, e-distribution, e-réputation, relation client et stratégie de contenu).

Ses sujets de prédilection : les problématiques de e-distribution des acteurs privés du tourisme, la commercialisation des destinations, ainsi que l'intégration des IA génératives dans le marketing de contenu des entreprises touristiques et des destinations.

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de 100% obtenue auprès de 3 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivie par 3 stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 75%.

NB : Si ce dernier chapitre ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.