

# Gérer et optimiser sa e-réputation de sa destination touristique

2 jours 14,00 heures

## Programme de formation



# FORMATIONS TERRITOIRE

RÉSEAUX SOCIAUX, E-RÉPUTATION & VEILLE

GÉRER ET OPTIMISER L'E-RÉPUTATION DE SA  
DESTINATION TOURISTIQUE



Les formations qui envoient du bois, by id-rezo



Mise à jour : 07/12/2021

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Être en capacité de gérer sa réputation sur internet et comprendre les leviers d'action à mettre en place au sein de sa destination
- Être en capacité de comprendre comment tirer profit des avis client pour enrichir l'expérience client et trouver des idées de contenu pour ses supports de communication.
- Être en capacité de mettre en place d'un système de veille efficace sur le web pour sa destination et ses socioprofessionnels

### PROGRAMME DE LA FORMATION

**J1 Matin : Gestion de la E-réputation : principes & enjeux pour son territoire**

**Panorama des principaux sites et supports influant :**

Focus sur les sites d'avis de voyageurs ?

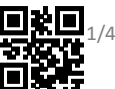
- Comment agir ?
- Pourquoi est-ce crucial pour toute entreprise touristique ?
- Où sont publiés ces avis clients ?
- Qui sont les gens qui publient des avis sur Internet ?
- Classement et étoiles : les points importants

**Quels outils / Pour faire quoi ?**

- Focus sur les impacts des avis sur la visibilité de ses contenus
- Focus sur le local Guide

**Les faux avis**

- Faux avis frauduleux sur Tripadvisor
- Sanctions et applications
- Que dit la jurisprudence ?
- Revue de presse
- Signaler un chantage



## J1 Après-midi : Adopter une attitude professionnelle et être pro actif dans ses process

**Utiliser les plates formes social de voyage et les supports influants** (Facebook Cityguides, recommandation Facebook et Google, Tripadvisor..) et comprendre que la clef n'est plus le type de prestation mais l'ami en réputation

- les stratégies de communication pour les entreprises;
- Comment inciter client à mettre des avis & être pro actifs

### La démarche à mettre en œuvre pour agir professionnellement :

- Prendre contrôle des fiches qui présentent son établissement
- Focus sur Google My Business et Tripadvisor ( trucs, astuces et nouveautés)
- Comment optimiser ses fiches Google My Business et Tripadvisor ?
- Bien répondre aux avis
- Les conseils
- Inciter ses bons clients à laisser des avis
- Intégrer directement ses avis
- Soigner ses prescripteurs locaux ( OT) pour favoriser sa distribution

Atelier pratique - Prise en main et optimisation de sa fiche Google My Business. Exercice collectif de réponse à un avis. Cas pratique avec technique de réponse. Cas pratique d'intégration de badges Tripadvisor avec un site Jimdo et Wix

## J2 Matin : Objectif de la mise en place d'une veille sur votre destination

### Enjeux et perspectives d'une veille sur une destination

- Les étapes
- Les typologies de veille
- Confection d'un tableau de bord de veille

### Décomposition d'une activité de veille efficace en 5 étapes

- Pour chacun de ces outils : Comment les surveiller ? Comment agir ?
- Ateliers pratiques sur la veille
- Définir le champ d'action de sa veille en termes de mots clés.
- Les commandes Google

Atelier pratique - Atelier pratique de mise en place d'une veille pour son territoire. Définition de ses mots ou expressions clefs à surveiller. Utilisation par les stagiaires des opérateurs Google pour identifier des sources influentes pour sa destination.

## J2 Après-midi : Optimiser sa veille sur son territoire

### Focus sur les forums, les blogs et les influenceurs

- Comment les surveiller ?
- Comment agir ?

**Méthode pour identifier & utiliser le contenu des internautes** (avis, posts, commentaires, UGC,...) comme source d'inspiration de contenu marketing pour sa destination et son territoire (atelier)

### Paramétrage des principaux outils de veille

- Feedly, hootsuite,...
- La mise en place de tableaux de bords de flux RSS...

Atelier pratique: démonstration et paramétrage des outils en fonction des besoins de la destination.

### A noter :

Cette formation s'inscrit dans une logique de transfert d'information. Elle est traitée comme une « **formation-action** » avec **près de 30 % du temps consacré à des ateliers pratiques** qui limite la taille du groupe à 8 personnes afin d'assurer un **suivi et du conseil individuel en mode « coaching »**.

Au terme des jours de formation, les stagiaires ont de véritable techniques d'identification et de réponses aux avis. Ils peuvent conseiller leurs socio pro sur les bonnes techniques à appliquer de travailler collectivement sur la notoriété de leur destination. Ils disposent d'un tableau de bord de veille sur leur destination et peuvent enrichir du contenu à l'aide des avis repérés. .

Les stagiaires bénéficient de temps de travail avec restitution collective notamment notamment sur la réponse à un avis. Les réponses sont discutés en groupe afin d'appréhender les techniques du formateur.

## **PUBLIC VISÉ**

Personnel des Offices de Tourisme, Agence de Développement Touristique, Comité Départemental et Régional de Tourisme, Collectivités

- Direction Générale
- Direction/Responsable Marketing
- Direction/Responsable Promotion / Communication
- Chargé de la communication
- Rédacteurs web
- Conseillers en séjour
- Responsables/animateur de réseaux professionnels/filières

## **PRÉREQUIS**

- Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication touristique
- Contribuer régulièrement au contenu d'un site Internet touristique

## **MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS**

### **Modalités d'organisation :**

**Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 12 maximum**

- En présentiel : dans nos locaux (646 rue Marius Petipa 34080 Montpellier) ou dans toute autre 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 12 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, 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 pour participer à une session de formation :**

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads...),*

### **Accueil des personnes en situation de handicap :**

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer [ICI](#) ou contactez notre référent handicap.

## **MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES**

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation
- Outils : le formateur/la formatrice utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible.
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur/la formatrice
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer

## **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. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

## **VOTRE FORMATRICE OU VOTRE FORMATEUR**

### **Arnaud MAES**

Consultant Ia & Tourisme

## Arnaud MAES

Consultant en E-tourisme (Id-Rezo) & Stratégies Digitales | Expert IA et digital marketing | Professeur des Universités Associé, Directeur du Master 1 et 2 Marketing du sport & des loisirs à l'Université de Montpellier (Montpellier Management) & Formateur en Innovation Touristique

Titulaire d'un Doctorat sur les Social Médias à l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix en Provence et d'un master canadien en loisir et développement touristique, il apporte des solutions et des outils pragmatiques aux problématiques des professionnels du tourisme.

Depuis plus de 25 ans, je suis passionné par la transformation digitale et l'impact des nouvelles technologies sur le tourisme et les entreprises de tous secteurs. Expert en e-tourisme, stratégies sociales media, SEO, et plus récemment en intelligence artificielle appliquée, j'accompagne les professionnels du tourisme dans leur transition numérique et dans l'optimisation de leur visibilité en ligne.

### Mon expertise :

- Développement et mise en œuvre de stratégies digitales adaptées aux TPE/PME et institutionnels.
- Utilisation de l'IA générative pour booster la création de contenu, optimiser les réseaux sociaux et simplifier la gestion des tâches quotidiennes dans les secteurs touristiques et autres domaines
- Animation de formations, conférences et audits pour des acteurs majeurs tels que les CCI, les Offices de Tourisme, les Chambres de Métiers, et des entreprises artisanales.
- Enseignement universitaire : Directeur du Master 1 et 2 Marketing des Sports et Loisirs à l'Université de Montpellier ( Montpellier Management), je forme les étudiants à l'innovation et aux outils de digital marketing les plus avancés.

### Ce qui me distingue :

- ✓ Une approche mêlant expertise théorique (thèse sur les réseaux sociaux en 2007) et pragmatisme acquis sur le terrain.
- ✓ Une capacité à vulgariser les outils complexes, comme l'IA, pour les rendre accessibles et immédiatement opérationnels.
- ✓ Une vision stratégique orientée résultats, alliant créativité et performance digitale.

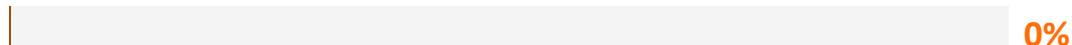
### Compétences clés :

Stratégie Social Media, SEO & Marketing  
IA appliquée (contenu, SEO, réseaux sociaux, SIT,...)  
Outils collaboratifs & pratiques rapidement opérationnels dans votre structure  
Management de projets digitaux  
Formation, enseignement et accompagnement personnalisé

✉ [arnaud.maes.consulting@gmail.com](mailto:arnaud.maes.consulting@gmail.com)

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

### SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de 0% obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.  
Cette formation a été suivi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

*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.*