

Apprendre à réaliser un podcast

1 jours 7,00 heures

Programme de formation

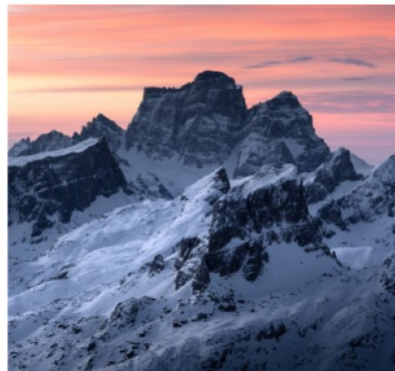


FORMATIONS TERRITOIRE

STRATEGIE - ORGANISATION - MANAGEMENT

Apprendre à réaliser un podcast

↓ Les formations qui envoient du bois, by id-rezo



Mise à jour : 30/03/2026

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définir les opportunités marketing de l'utilisation du podcast dans ma stratégie de contenu de valorisation et d'attractivité de ma destination
- Définir la conception éditoriale de vos podcasts en tenant compte de vos objectifs marketing, de vos ressources et de votre contexte
- Connaître les étapes de conception d'un podcast touristique et préparer la réalisation de vos premiers épisodes.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Souvent, les formats sonores sont les grands oubliés des stratégies de contenu des destinations, sites ou équipements touristiques. Ils ont pourtant toute leur place en complément des autres formats multimédia comme la photo et la vidéo. Ils viennent solliciter sans le perturber le sens de l'ouïe en proposant une immersion différente et différenciante.

Le podcast est le format audio à la mode. Il a par exemple connu une hausse d'usage de 48% en 2020, année du confinement, et ces usages perdurent. Formidable vecteur de storytelling, ils permettent de valoriser vos atouts à travers des formes très différentes : le récit, l'interview, le témoignage, la série...

Il reste toutefois un format exigeant qui demande de l'anticipation pour parfaitement s'insérer dans la stratégie de contenu multicanal de la destination, du site ou de l'équipement touristique.

Partie 1 : Le podcast, nouvel outil de communication et de valorisation pour le tourisme



Le podcast c'est l'immersion audio dans le marketing de votre destination :

- Ce qu'est le podcast et ce qu'il n'est pas ?
- Qui les utilise et pourquoi ? Quelles sont les tendances et les usages ?
- Les différentes formes de podcast et leurs audiences
 - Le format récit
 - Le format interview
 - Le format témoignage
 - Le format série
- Connaître les particularités, contraintes et atouts de ce contenu audio et de cette forme narrative.

L'intérêt de l'utilisation du podcast dans le tourisme

- Le podcast, c'est votre brochure touristique audio
- L'immersion par la voix et par le sound design
- Storytelling et podcast, une grande histoire d'amour
- Les multiples usages de l'audio dans votre stratégie de contenu multicanal, les plateformes, votre site web, les réseaux sociaux, votre marketing direct

Partie 2 : Rendre audible votre destination

Concevoir ses podcasts pour raconter son ADN, ses avantages concurrentiels

- L'importance du cerveau droit, siège des émotions
- Décortiquer les scénarisations possibles des éléments de votre marketing
- Déterminer les sujets qui se prêtent à un traitement éditorial en podcast
- Associer les thématiques aux cibles en tenant compte de la forme

Anticiper la forme pour valoriser le fond

- Travailler la conception éditoriale : choix du sujet, sourcing, choix de l'angle
- Définir le format adapté et le ton du podcast
- Déterminer ce qui s'écoute et ce s'entend

Partie 3 : Les éléments à prendre en compte dans la conception de votre podcast

Le matériel nécessaire pour des podcasts professionnels

- Le matériel de prise de son, micros et accessoires
- Le matériel informatique, la carte son
- Les logiciels de prise de son et de montage audio
- Quel budget pour se lancer ?

L'écriture du podcast

- Réfléchir et concevoir la structure la plus adaptée au sujet : scénariser, découper, rubriquer.
- Concevoir le script de son podcast en tenant compte de la forme choisie (récit, interview, etc.)
- Concevoir votre générique, votre intro et votre outro.

Le sound design, partie intégrante de votre podcast

- La musique, choix et droits d'utilisation
- Les banques de musiques libres de droits
- Les effets sonores, indispensables à l'immersion

Partie 4 : Diffuser ses podcasts, créer et entretenir une audience

Soyez votre propre diffuseur

- Diffuser votre podcast sur votre site web
 - Les bonnes pratiques pour diffuser vos podcasts sur votre propre site
 - Enrichir vos contenus en multimédia audio pour les rendre plus attractifs
 - Améliorez votre référencement naturel et votre visibilité grâce à vos podcasts
- Relayez vos podcasts en multicanal
 - Créer le plan de communication de diffusion de vos podcasts
 - Diffuser/Relayer sur vos réseaux sociaux et sur les plateformes
 - Relayez dans votre marketing direct, newsletters, etc.

PUBLIC VISÉ

Chargé(e) ou responsable de communication

PRÉREQUIS

- Être à l'aise avec les outils informatiques, multimédia et web
- Disposer d'une vision à minima de la stratégie touristique de l'Office de Tourisme et de la destination (principales filières, offres phares, principales clientèles visées).
- Disposer d'une vision à minima des objectifs de communication du territoire

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 : Nous avons identifié des locaux professionnels dans lesquels nous louons, en fonction de vos besoins, la salle de formation la plus adaptée. Ces établissements sont tous adaptés aux personnes en situation de handicap. Nous nous déplaçons également dans toute autre salle mise à disposition par le donneur d'ordre dans la mesure où celles-ci répondent aux exigences de bon déroulement de la formation et d'accès aux personnes en situation de handicap.
- 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

Jean-Patrick MANCINI

Consultant indépendant

Moyenne satisfaction formation sur les 18 derniers mois > 99%

Consultant-Formateur Tourisme et Etourisme, Jean-Patrick Mancini conçoit, développe et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (Offices de Tourisme, Comités départementaux et régionaux de Tourisme) et privés.

Il s'appuie pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme. Auparavant Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud, il a développé pour eux l'un des plans de transformation/formations parmi les plus ambitieux. Il est également créateur depuis 2017 d'une agence événementielle sports et loisirs « Marseille Provence Expériences » et enseignant universitaire depuis 2015, responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme à l'Institut du Tourisme de la Côte d'Azur.

C'est ainsi que depuis 11 ans, il accompagne les porteurs de projets du secteur dans leur transformation digitale et plus globalement dans leur adaptation stratégique sur l'un des marchés les plus concurrentiels du E-commerce mondial.

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

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de 97% obtenue auprès de 6 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivie par des stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 100%.

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.