Rédiger, séduire, convaincre et gagner en visibilité pour vendre un séjour ou une prestation de loisir.

1 jours 21,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 25/01/2024

Objectifs de la formation

- Comprendre le comportement d'achat sur le web et les grandes tendances qui l'impacte
- Savoir rédiger une offre de séjour ou de loisir séductrice et vendeuse
- Développer la visibilité (SEO) de ses offres en structurant l'éditorialisation de son contenu

Programme de la formation

Jour 1 : Processus d'achat d'un séjour et bonnes pratiques illustrées

Introduction : le processus d'achat d'un séjour ou d'une prestation

- Comprendre le processus d'achat du client dans ses multiples dimensions
- Autoévaluer la réponse actuelle de son contenu en ligne

Atelier pratique : Immersion dans un parcours d'achat d'un séjour ou d'une prestation de loisir
Etat des lieux : Les grandes tendances qui impactent l'achat et la vente de séjours

- Benchmark des meilleurs exemples
- Ergonomie du tunnel de vente
- Bonnes pratiques en fonction des types d'intégration (widget, API, systèmes tiers)

Les principes généraux de lecture et par conséquent d'écriture sur le web
Comprendre les principes de la lecture sur écran pour adapter son écriture

- Nouveaux comportements, nouveaux usages : multi écrans et multicanal…

Atelier : construire son schéma de diffusion multicanal

Jour 2 : Editorialisation, expérience et visibilité de l'offre

La force et l'importance de l'éditorialisation au format « magazine »

- Enjeux, intérêt et trame éditoriale d'une page magazine
- Focus sur le traitement magazine des différents types de séjours

Atelier : Structurer une page magazine pour valoriser son séjour ou un loisir

La valorisation de l'offre touristique dans sa dimension expérientielle

- La force du marketing expérientiel : quel processus chez le client
- Les différents éléments clés d'une expérience touristique traqués par le client
- Communiquer en mode expérience : multimédia, storytelling, sémantique émotionnelle

Atelier : renforcer les dimensions expérientielles de ses offres de séjours ou de loisir

Visibilité

Prendre en compte les principes généraux de la visibilité sur les moteurs de recherche

- Cocon sémantique et position zéro
- La logique et le choix des mots clés
- L'intégration dans la rédaction

Jour 3 : Les techniques d'écriture pour vendre

L'écriture côté pratique

L'e-touriste : écrire en priorité pour répondre aux besoins du voyageur

- Ecrire pour séduire, inspirer : l'écriture à l'image, la sémantique émotionnelle…
- Ecrire pour informer, convaincre : argumentaire et informations pratiques
- Ecrire pour déclencher l'achat : le passage à l'acte

Ateliers pratiques sur chaque objectif

Améliorer sa technique d'écriture : organisation d'un texte, forme, règles, méthode…

- Comment écrire un paragraphe dense et impactant
- Comment écrire un titre accrocheur et vendeur
- Comment écrire un chapô

Atelier pratique sur le contenu de chaque stagiaire

Conclusion : La charte éditoriale, un cadrage marketing et une organisation indispensable

PUBLIC VISÉ

Personnes responsables du contenu et de la rédaction des offres marketées sur les supports digitaux d'une structure touristique

PRÉREQUIS

- Bonnes connaissances d'internet en général
- Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication
- Contribuer régulièrement à 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 8 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 8 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 heure 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.

1. Benchmark des meilleurs exemples de communication numérique de séjours
2. Schéma de diffusion multicanal
3. Autoévaluation expérientielle de son offre à vendre
4. Modèle de « trame éditoriale séjour »
5. Modèle « ligne éditoriale »
6. Modèle « planning éditorial »
7. Modèle « charte éditoriale »
8. Liste structurée et inspirante sur le « conseil éclairé »
9. Outils sur « les émotions positives »
10. Cocon sémantique

- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur
- 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

Les autres formateurs-trices Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :

%

Satisfaction moyenne de % 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 chapître 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.