Concevoir la charte éditoriale de sa destination touristique avec l'assistance de l'IA

2 jours 14,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 30/03/2026

Objectifs de la formation

- Comprendre et appliquer les concepts clés du marketing de contenu dans le tourisme
- Comprendre l'utilisation de ChatGPT pour la conception de stratégies éditoriales dans le tourisme
- Élaborer une charte éditoriale pour une destination touristique avec l'assistance de ChatGPT

Programme de la formation

Séquence 1 : Contexte, tendances et rappel des concepts clés de la formation

Analyse approfondie du paysage marketing digital dans le tourisme

- Les principaux comportements digitaux et les grandes tendances numériques actuelles dans le tourisme
- Le parcours client du voyageur et les objectifs marketing associés

Analyse approfondie du processus marketing, de la stratégie à la mise en œuvre :

- L'importance d'inscrire sa stratégie de contenu multicanal dans un cadre marketing clair et maîtrisé
- La charte éditoriale, l'outil stratégique et opérationnel indispensable

Séquence 2 : Prise en main de ChatGPT

Impacts de l'arrivée de l'Intelligence Artificielle dans le paysage marketing touristique

- Décrypter les nouveaux usages et leurs conséquences pour mieux anticiper

Présentation de ChatGPT d'OpenAI

- Prendre en main l'interface et régler les paramètres initiaux

Concepts et techniques de construction de prompt

- Prompt simple / Prompt avancé / Prompt complexe

Atelier : Prise en main de ChatGPT et conception de différents prompts. Discussion autour des résultats obtenus.

Séquence 3 : Concevoir sa stratégie éditoriale avec l'aide de ChatGPT

Décrire les thématiques touristiques fortes et des avantages concurrentiels de la destination

- Identifier les thématiques touristiques principales de la destination
- Identifier les avantages concurrentiels correspondant
- Lister les expériences à vivre qui matérialise les avantages concurrentiels

Atelier : Conception d'une fiche thématique tourisme avec ChatGPT

Établir le positionnement marketing global de la destination

- A partir des principales thématiques touristiques et avantages concurrentiels de la destination
- Qui détaille les éléments clés sur lequel il s'appuie

Atelier : Conception d'un positionnement marketing de destination avec ChatGPT

Concevoir les personas marketing de la destination

- Définition et usages des personas marketing pour améliorer sa stratégie éditoriale
- Avoir une conversation avec ses personas marketing, c'est maintenant possible

Atelier : Conception d'un persona marketing tourisme avec ChatGPT

Approfondissement des travaux réalisés jusque-là

- Approfondissement des thématiques touristiques principales à partir des personas
- Déclinaison du positionnement global par thématique et persona
- Identification des thèmes éditoriaux par thématiques touristiques à décliner pour chaque persona
- Identification des messages clés à transmettre à chaque étape du cycle d'achat du voyageur

Ateliers : Itération et approfondissement des résultats des précédents ateliers

Séquence 4 : Finaliser la charte éditoriale

D'un document de cadrage stratégique à une aide à la mise en œuvre opérationnelle

- Réfléchir à l'organisation interne autour de la stratégie de contenu (comité stratégique, comité éditorial, personnes référentes, etc.)
- Établir des plannings et calendrier éditoriaux multicanal
- Réfléchir à des schémas types de diffusion multicanal

Développement d'un plan d'actions personnalisé de finalisation de la charte éditoriale

Fin de la formation

Bilan et échanges

PUBLIC VISÉ

- Rédacteur web
- Chargé de la communication
- Responsable marketing
- Content Manager

PRÉREQUIS

- Pouvoir qualifier les fondamentaux marketing de la destination (au moins 3 thématiques touristiques fortes et identitaires, au moins 3 cibles de clientèles prioritaires, offres majeures, ...)
- Avoir une vision claire des objectifs de communication de la destination
- Être à l'aise avec les outils informatiques, multimédia et web
- Être en charge de la conduite de la stratégie de contenu web dans l'organisation
- Avoir accès à un compte payant ChatGPT Plus* (20 $/mois) ou Teams* [et/ou] avoir accès à un compte payant Gémini Pro* (20 $/mois). *(*plusieurs pers sur un même compte payant possible).*
- Avoir un compte sur Perplexity IA (gratuit).
- Avoir un compte sur Claude IA (gratuit).
- Avoir un compte sur Mistral IA Le Chat (gratuit).

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 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.
- 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

Jean-Patrick MANCINI est consultant et formateur, **expert en stratégie marketing et digitale pour le tourisme, déploiement de l'intelligence artificielle et conception de Schémas d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)**. Il conçoit et met en œuvre des projets de développement touristique et d'intégration de l'IA auprès d'acteurs institutionnels (OT, CDT, CRT, Atout France, Relais Territoriaux d'ADN Tourisme) et privés.

Auparavant **Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud**, il a piloté l'un des plans de transformation digitale les plus ambitieux du réseau durant le « virage numérique » du tourisme (2010-2020) : budget et effectifs formés multipliés par quatre (200 à près de 900 stagiaires/an), et 160 000 euros investis dans les travaux de l'Office de Tourisme du Futur.

Son activité s'appuie aujourd'hui avant tout sur **une pratique de terrain intensive et continue** : il conduit chaque année des missions de conseil et d'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO) pour des destinations touristiques, portant sur l'audit et la refonte d'écosystèmes digitaux, la stratégie de contenu multicanal et la conception de SADI intégrant l'IA. **Enseignant universitaire depuis 2015** (responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme), il est aussi **coorganisateur et coresponsable de la ligne éditoriale de « CMonTheBeach », le plus grand salon du Content Marketing dédié au tourisme en France.**

Depuis 15 ans, il accompagne les porteurs de projets dans leur **adaptation stratégique aux grands bouleversements du secteur** : la transformation digitale, l'intégration raisonnée de l'intelligence artificielle et la transition vers un modèle touristique durable et responsable.

Les autres formateurs-trices Id-rezo

Satisfaction moyenne obtenue lors de précédentes formations :



0%

Satisfaction moyenne de 0% obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.
Cette formation a été suvi 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.