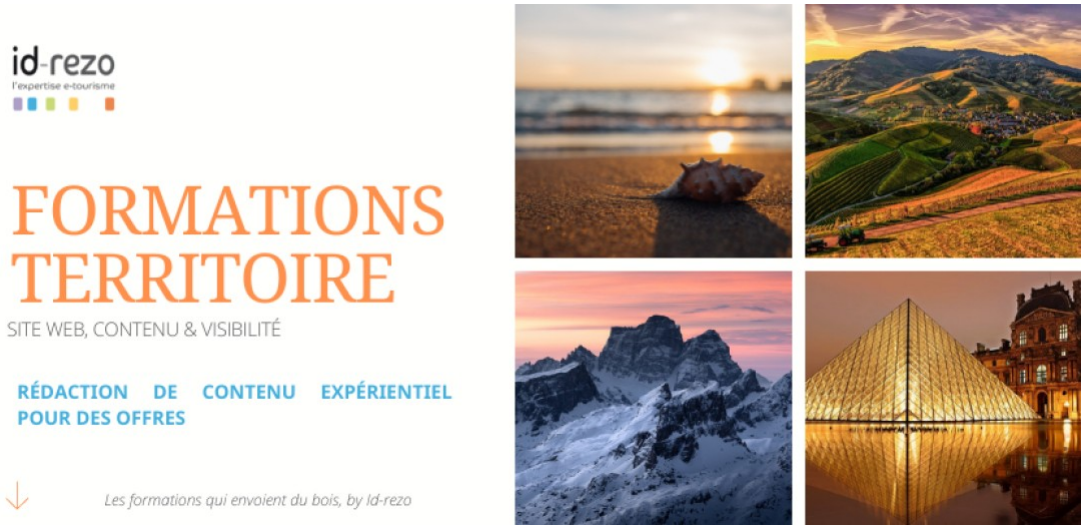
Concevoir et rédiger des expériences sur le web

3 jours 21,00 heures

Programme de formation



Mise à jour : 25/01/2024

Objectifs de la formation

- Savoir **concevoir et enrichir une expérience**
- Savoir **communiquer l'expérience** sur ses supports de communication
- **Apprendre à rédiger l'expérience** en respectant toutes les contraintes du web

Programme de la formation

Jour 1 : Comprendre, concevoir et enrichir l'expérience pour mieux la vendre

Comprendre avant d'agir : c'est quoi une Expérience.
Les différents éléments clés d'une expérience touristique

- L'importance du cerveau droit : l'émotion
- L'environnement physique et ambiance /relations humaines / sensations / émotions / services
- Valeurs et sens
- Les différents types d'expériences

Quelles expériences valoriser autour ou chez le prestataire ?

L'expérience c'est le client au centre : jusqu'à la personnalisation
Rôle, attitude, attentes et vécu du client

Atelier pratique - Micro Focus persona pour une expérience véritablement centrée sur le besoin client

Le parcours du client lors de mon expérience
Les principales séquences du parcours client : points de contact et temps forts
La notation émotionnelle
Concentration sur les 1 à 2 temps forts de l'expérience

Atelier pratique - optimiser, enrichir, personnaliser l'expérience autour des émotions en gommant les points négatifs : décor, ambiance, sensations services

Jour 2 : Communication de l'expérience et son écriture

Où et comment valoriser l'expérience sur ses supports numériques :

Atelier pratique groupe - On décrypte les meilleurs exemples de valorisation des expériences
Les objectifs éditoriaux à respecter pour valoriser l'expérience : de la séduction à la vente
Les contenus efficaces : multimédia, storytelling, sémantique émotionnelle…

Atelier pratique - Identifier et utiliser les expressions émotionnelles
Valoriser la dimension expérientielle sur mon site web : sur tout le site et sur une page
Comment la valoriser sur mes réseaux sociaux

Atelier pratique - Se centrer sur le vécu client par la curation :collecter et trier les principaux contenus de l'expérience pour enrichir et argumenter l'expérience

La visibilité par le contenu expérientiel
Focus sur la visibilité de l'expérience sur les moteurs de recherche :

- Méthodologie à mettre en œuvre : combinaison de mots-clés, maillage sémantique, cocon sémantique, backlinks

Atelier pratique – visibilité : définir les combinaisons de mots-clés avant de rédiger l'expérience

Ecrire son expérience
Rappel des grands principes d'écriture web

- Niveaux de lecture / techniques d'écriture web pour accrocher / titres / chapô / micro-contenus / longueur texte et paragraphes

Atelier pratique - Ecriture et mise en forme l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires

Jour 3 : Ecrire l'expérience (suite) et accompagner les socioprofessionnels

Atelier - Ecriture et mise en forme l'expérience sur une page web / partage des bonnes pratiques entre stagiaires (Approche individuelle et collective)

A noter :
Cette formation s'inscrit dans une logique de projet de destination. Elle est traitée comme une « **formation-action » avec près de 50 % 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 conçu et rédigé leur propre expérience.

PUBLIC VISÉ

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

- Directeurs
- Chargé de la communication
- Responsables marketing
- Rédacteurs web
- Conseillers en séjour
- Responsables réseaux professionnels

PRÉREQUIS

- Une certaine aisance rédactionnelle avec une connaissance d'internet en général
- 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 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. méthodologie à suivre
2. carte d'expérience
3. check-list d'autoévaluation
4. outils optimisation SEO
5. expression émotionnelle...

- 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

Benoit DUDRAGNE

Consultant Formateur

Consultant tourisme Etourisme et Intelligence Artificielle | Expert projets digitaux | Conférencier

Expert en communication, marketing touristique et intelligence artificielle, Benoit Dudragne accompagne les destinations et de nombreux acteurs dans leurs stratégies d'innovation, leur transformation digitale, la gestion de projets web, les stratégies de communication multicanal et l'usage de l'IA.
Ancien directeur d'office de tourisme, il a programmé, durant 9 années, la ligne éditoriale du salon du E-tourisme en France : « Voyage en Multimédia » et aujourd'hui celle de "CMontheBeach" avec les membres d'id-rezo.
Il travaille spécifiquement sur les stratégies de marketing touristique, l'intelligence artificielle, le marketing expérientiel et les stratégies de contenu...
Habilité par ADN Tourisme pour les CQP « Chargé de Projet Etourisme » et « Référents des Accueils Touristiques », il est co-fondateur de la marque d'experts en e-tourisme « id-rezo » où il intervient comme formateur ou conférencier sur les thématiques suivantes :

- L'intelligence artificielle appliquée au tourisme
- Le management numérique des destinations
- Le content management de destination
- La refonte et l'animation du site internet
- Les enjeux et les atouts du tourisme rural
- L'animation d'un réseau de partenaires
- L'écriture et l'ergonomie web

- Le design d'expérience sur les territoires et chez les prestataires
- ...

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 suvi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 10%.

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.