

## **ENTRE DEUX MERS – GRAVES - SAUTERNES**

### **CAHIER DES CHARGES DES 3 MODULES DE FORMATION 2014 :**

**Les dates de formation seront fixées définitivement avant le 1<sup>er</sup> novembre 2013 entre les offices de tourisme et les organismes de formation retenus pour les modules décrits ci-dessous.**

#### **EDMGS.1 : Optimiser sa relation clientèle avant, pendant et après séjour (mail d'accueil, et sites d'avis)**

2 jours consécutifs - 2 groupes

Contexte : \_\_\_\_\_

Face à la masse d'informations à laquelle le touriste se confronte dans ses recherches sur le web, il apparaît important de l'accompagner et d'instaurer une relation de confiance et de qualité avec lui avant, pendant et après son séjour.

L'objectif de ce module est d'appréhender de manière détaillée deux sujets essentiels :

- la gestion de la relation clientèle
- les avis clients

Les 3 OT du territoire de projet disposent d'une compétence ANT (Animation Numérique de Territoire) permettant de faire le lien entre les enseignements dispensés lors de la formation et le suivi post formation.

Objectifs : \_\_\_\_\_

Maintenir une relation clientèle efficace via Internet peut se traduire sous diverses formes.

L'objectif premier de ce module est de renforcer la relation clientèle avant (mail d'accueil) et après le séjour (mail avec site d'avis en ligne).

L'enjeu est de pouvoir inscrire ces actions dans son quotidien professionnel.

Résultats attendus : \_\_\_\_\_

Les participants seront, après la formation, en mesure de :

- Réaliser des campagnes emailing (accueil/prospection/fidélisation) en ayant pris soin de définir le message, la cible et la fréquence,
- Utiliser les sites d'avis dans leur quotidien professionnel,
- Traiter les emails dans une approche commerciale,
- Organiser et automatiser l'entretien d'un fichier client

Durée : \_\_\_\_\_

2 jours consécutifs par groupe - 2 groupes

## **EDMGS.2 : Techniques de rédaction sur le web pour être davantage visible et augmenter son potentiel commercial (web edito et photos)**

2 jours consécutifs - 2 groupes

### Contexte :

Suite au diagnostic numérique mené, nombre de socio professionnels ont émis le souhait d'un accompagnement au référencement naturel de leur site.

Conscients de la nécessité de proposer de nouveaux contenus aux moteurs de recherche pour développer le référencement de leur site, les socio professionnels s'interrogent sur la pertinence des contenus à intégrer.

### Objectifs :

Le référencement est un métier.

L'objectif est de pouvoir transmettre aux prestataires les premières clés de lecture de l'influence du web dans la pratique touristique et les bouleversements que cela occasionne dans leur quotidien. L'enjeu de cette formation est de savoir comment investir la toile efficacement à moindre frais.

3 points majeurs seront à évoquer par l'organisme de formation :

- 1/ Une réflexion collective autour d'une vraie stratégie de contenus web, qui sera déclinable et appropriable par chaque apprenant. : dans son site, dans son éco système
- 2/ Quel intérêt de travailler ses contenus pour améliorer son référencement
- 3/ Présentation des techniques de rédaction et d'intégration web : texte, photo et autres médias : vidéo, avis de voyageurs, galeries.

### Résultats attendus :

Que chaque participant puisse acquérir une vision stratégique de sa présence en ligne, qu'il puisse améliorer la visibilité de sa structure notamment sur le moteur de recherche Google et qu'il soit en capacité de comprendre les actions à mener pour s'améliorer.

### Durée :

2 jours consécutifs par groupe - 2 groupes

## **EDMGS.3 : Evaluer mon site Internet**

2 jours détachés pour avoir un temps de production - 2 groupes

### Contexte :

Les prestataires qui ont créé un site internet s'interrogent sur la pertinence de ce dernier. Les outils statistiques payants ou gratuits sont de plus en plus performants. Analyser les statistiques de son site internet est fondamental pour discerner ses points faibles et les corriger. Au delà des résultats en terme de connexions, pages vues, taux de rebond, il faut également apprécier le contenu du site : le contenu, l'illustration, les liens ....

### Objectifs :

#### Quantitatif :

Donner une liste d'indicateurs clefs pour analyser rapidement les statistiques de son site.  
Donner aux participants les ratios statistiques « standards » de sa présence en ligne pour qu'ils puissent s'auto-évaluer et ainsi mettre en place des actions correctrices.  
Aider les participants à configurer leurs outils statistiques pour qu'ils puissent générer des rapports automatiques pertinents et les interpréter.

#### Qualitatif :

Les éléments indispensables d'un bon site : l'écriture, la résa en ligne, la géolocalisation, la contextualisation de l'activité, la gestion des liens entrants et sortants, l'analyse et le référencement des mots clés, les prises de vue...

### Résultats attendus :

Que chaque participant puisse s'auto-évaluer et ainsi renforcer sa présence en ligne.  
Après ces 2 journées, le participant aura son tableau de bord avec lequel il sera en mesure de comprendre les actions à mener pour s'améliorer.  
La mise en place d'exercices individuels ou collectifs sera privilégiée pour faciliter l'appropriation des enseignements.

### Travail en amont :

Envoi en amont, par l'organisme de formation retenu d'une grille d'analyse du contenu, via un sondage, ou autre moyen à sa convenance, aux participants inscrits pour jauger de leurs pratiques sur ce sujet. [Cet envoi de l'organisme se fera aux OT qui relaieront ensuite aux stagiaires pour les aider à répondre si besoin.](#)

La grille est à bâtir en fonction des éléments d'analyse estimés indispensables par l'organisme de formation. Elle sera soumise pour validation aux 3 OT du territoire de projet.

Les journées de formation feront l'objet :

- en J1 de l'analyse et la restitution des résultats individuels. L'apprenant devra réfléchir à des actions correctives individuelles
- en J2, qui se déroulera quelques temps après le J1, les apprenants et le formateur referont un point sur les écueils rencontrés et rechercheront des solutions.

J1 en amont du module "Technique rédactionnelle"

->mise en place des actions correctrices pendant le module "technique rédactionnelle"

J2 en aval du module "Technique rédactionnelle"

Durée :

2 jours détachés pour avoir un temps de production - 2 groupes