

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES 2014

PAYS LACQ ORTHEZ BEARN DES GAVES

1ER MODULE :

PLOGB.1 : Techniques de rédaction sur le web pour être davantage visible et augmenter son potentiel commercial

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.

1 GROUPE - 2 JOURNEES

15 personnes max.

2EME MODULE :

PLOGB.2 : Evaluer son site internet

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.

La grille est à bâtir en fonction des éléments d'analyse estimés indispensables par l'organisme de formation. Elle sera soumise pour validation aux 2 OT Béarn des Gaves et Coeur de Béarn.

Les journées de formation feront l'objet :

- en J 1 de l'analyse et la restitution des résultats individuels. L'apprenant devra réfléchir à des actions correctives individuelles
- en J 2, qui se déroulera quelques temps après le J1, les apprenants et le formateur referont un point sur les écueils rencontrés et rechercheront des solutions.

1 GROUPE - 2 JOURNEES (remarque : les journées seront espacées pour qu'entre les 2, les participants puissent mettre en application les enseignements et revenir lors de la 2ème journée avec leurs résultats et leurs remarques diverses).

15 personnes max.

3EME MODULE :

PLOBG.3 : Bâtir une stratégie marketing d'entreprise

Contexte :

La vente de prestation est la préoccupation permanente de tous les professionnels. Toutefois, dans un contexte concurrentiel de plus en plus ardu, il est difficile de capter les clientèles.

Il s'agit de faire un point sur sa stratégie commerciale personnelle et de l'analyser.

Objectifs :

Analyse des forces et faiblesses de l'entreprise et d'une étude de son environnement

Définition de moyens marketing et commerciaux coordonnés visant à atteindre les objectifs commerciaux que se fixe une entreprise sur un plan général ou pour un de ses produits.

Résultats attendus :

Aider les apprenants à bâtir une stratégie propre

Analyser sa politique de distribution, insister sur la nécessité de la multi commercialisation, notamment en ligne

sa politique de prix et sa politique de services associés à destination des clients et distributeurs (modes de paiement, support, SAV, etc.).

1 GROUPE - 2 JOURNEES

objectif 10 personnes