

## FIR06 - Formation d'Intérêt Régional

 “Websocial/webmarketing niveau 2 : affiner sa compétence de community manager de destination”
   
 »


**CONTEXTE**

Nombre de structures touristiques assurent le community management de leur destination de façon professionnelle avec des résultats souvent encourageants. Mais l'avènement des stratégies de communication multicanal, diffusant de façon cohérente du contenu sur de multiples plateformes et supports numériques, exige d'affiner globalement sa stratégie en l'adaptant à ses moyens humains et financiers. Le contenu se doit d'être de plus en plus pertinent, expérientielle, émotionnel, pour favoriser l'engagement de ses communautés.


**PUBLIC & PRÉ-REQUIS**

Chargés de communication, community managers.

Avoir suivi la formation Websocial ou webmarketing en 2016 ou être en poste à au moins 50% de son temps et/ou depuis au moins 2 ans dans la communication ou le community management


**DATES & LIEUX**

- Jour 1 : 10 mai 2017
- Jour 2 : 11 mai 2017
- Jour 3 : 12 mai 2017
- à Bordeaux à la MONA, 60-64 rue Joseph Abria 33000 Bordeaux (Arrêt Gaviniès, ligne A, entrée sur le côté du bâtiment devant l'entrée du lycée). Plan d'accès : <https://goo.gl/maps/y8NS5mHBbD32>


**HORAIRES**

09h15-09h45 : accueil café viennoiseries

09h45-12h45 : formation

12h45-14h00 : pause déjeuner

14h00-18h00 : formation.


**INTERVENANT**

Benoit Dudragne, BDC – id-rezo


**OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Définir sa stratégie prestataires selon les différentes cibles et de manière pertinente
- Affiner leur système d'animation en fonction de leur plan marketing et des ressources humaines et financières disponibles
- Augmenter la présence « sociale » des destinations sur le web
- Améliorer la qualité des contenus produits
- Diffuser de façon plus virale
- Optimiser son organisation


**PROGRAMME**

- Les différentes dimensions du community management
- Les dernières tendances et pratiques sur les réseaux sociaux
- L'impact dans le management de sa stratégie websocial
- Rappel sur les principes de fonctionnement d'une communauté
- Affiner son positionnement marketing
- Structurer son système de veille : le préalable indispensable
- De la veille à l'optimisation de la curation et du crowdsourcing
- Les campagnes sur les plateformes sociales
- Construire ou affiner sa charte éditoriale multicanal
- Finalisation de son plan d'action « social média » : je passe à l'action


**MÉTHODES PÉDAGOGIQUES**

- Apports méthodologiques et étude de cas concrets, apport de benchmarking.
- Travaux de groupes : étude de cas des participants, mises en situation, analyses, production d'une feuille de route individuelle.
- Le diaporama au format PDF est téléchargeable en ligne au terme de la formation.
- Les nombreux outils et documents mis à disposition sur un espace web dédié.


**MATÉRIEL NÉCESSAIRE**

- Un ordinateur


**ÉVALUATION DE LA FORMATION**

- Questionnaire préalable
- Grille d'évaluation à chaud
- Questionnaire de satisfaction post-formation
- Service Après Vente à 6 mois.