

Votre contact pédagogique

AVERTY Camille
camille.averty@monatourisme.fr

Votre contact administratif

GARNIER Marie
marie.garnier@monatourisme.fr

Si vous êtes une personne en situation d'handicap, vous pouvez vous adresser par mail à Camille Averty camille.averty@monatourisme.fr ou par téléphone au 06 17 23 31 44. Nous aménagerons au mieux la formation.

LIEU : SAINTES (PMR)

DATE (S) :

16/05/2022	7:00	9:45	18:00	AUBERGE DE JEUNESSE SAINTES
17/05/2022	7:00	9:45	18:00	AUBERGE DE JEUNESSE SAINTES
18/05/2022	7:00	9:45	18:00	AUBERGE DE JEUNESSE SAINTES
23/05/2022	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE
24/05/2022	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE
30/05/2022	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE
31/05/2022	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE



DURÉE : 7,00 jour(s), 35:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Reporter de territoire, Chargé.e de production, Créatrice.eur de contenu, Responsable de communication, Chargé.e de communication, Chargé.e de projets Etourisme

PREREQUIS : Etre en charge de la communication

Connaître les fondamentaux de la production photo, vidéo

Connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

DOMINIQUE DUFOUR



Ressortissants AFDAS : 300 €/jour - Agents de la fonction publique territoriale et directeur d'EPIC : 150€/jour

CONTEXTE

La Nouvelle-Aquitaine compte plusieurs promotions de "Reporter de Territoire" armés et outillés pour produire du contenu de promotion. Mais rien ne remplace une pratique régulière de la photographie et de la vidéo et une connaissance fine de son matériel pour créer du contenu différenciant et qualitatif afin de mettre en scène sa destination. Les notions abordées durant la formation doivent permettre à la fois de produire et d'encadrer la conception de contenus de promotion du territoire. Pour cela, l'apprenant doit apprendre à :

- coordonner le choix à faire en matière d'équipements pour production du contenu (caméra, appareil photo, smartphone, trépied, stabilisateur ...) le tout en incluant une dimension durable quand cela est possible (matériel upgradable)
- maîtriser les principes de base de la production de contenus visuels et sonores (fiche technique d'un appareil photo/caméra/micro, cadrage, focale, ouverture, vitesse, diaphragme, exposition, ISO, gestion du grain, ambiance sonore...)
- produire des contenus rédactionnels au sein de sa structure et de son territoire, qui soient adaptés à la stratégie marketing de la destination et respecter les comportements des consommateurs avant/pendant/après le séjour. Pour cela, il doit être en capacité de respecter et d'établir une stratégie éditoriale (valeurs de la structure, charte et ligne éditoriale, message, angle, ton, format, sémantique, copywriting...)
- maîtriser les codes du web-éditorial (messages, titres, chapeaux, organisation des contenus selon les usages, ligne éditoriale d'un réseau social, rôle des visuels sur le web, animation de communauté, contenu viral...)
- utiliser le storytelling pour promouvoir sa destination
- être sensibilisé à l'utilisation des outils de PAO et les applications de retouche qu'elles soient payantes ou gratuites, ne pas oublier la présence des outils libres. La formation devra donc alterner théorie et pratique afin que l'apprenant ait toutes les clés pour pouvoir produire du contenu mais aussi coordonner (comité de sélection, de rédaction...) et arbitrer la production de contenus si celle-ci est réalisée par un partenaire extérieur. Cela nécessite ainsi d'avoir connaissance du cadre légal (droit d'auteur, droit à l'image ...) et d'être en capacité de repérer les bons interlocuteurs pour diffuser sur le bon canal les contenus créés.

Nouveau formateur, nouveau contenu

OBJECTIFS

Objectif professionnel

- A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de mettre en avant sa destination par de la production de contenu

Objectifs pédagogiques

- Concevoir du contenu visuel et rédactionnel au service de la stratégie marketing de sa destination
- Organiser et arbitrer la production de contenus rédactionnels et visuels au sein de sa structure, de son territoire
- Utiliser le bon canal pour diffuser l'ensemble des contenus créés ou produits par des tiers

PROGRAMME

JOUR 1

Stratégie et organisation éditoriale

- Les différents types de contenus, de la vidéo au #hashtag
- Encapsuler son positionnement éditorial avec une Charte
- Organiser et animer un comité de rédaction
- Définir un calendrier rédactionnel
- Analyser ses performances pour en définir des axes éditoriaux
- Briefer efficacement les partenaires de contenus (agences, ...)

Comment traiter un sujet ?

- Définir un angle en fonction de sa charte éditoriale et des usages de ses cibles
- Identifier un traitement pertinent autour d'un sujet défini
- Lister les messages clés
- Opter pour le bon « ton »
- Les bases du copywriting et du référencement naturel

Le storytelling (45 mn)

- Le nouveau héros, c'est votre cible !
- Les bases du storytelling

Écrire pour les réseaux sociaux et le web

- Les codes et les usages
- Apprendre à écrire « multimédia »
- Comment développer l'engagement à travers son contenu ?

Animer une communauté

L'engagement, valeur clé d'une communauté

Valoriser ses fans / abonnés

Générer des contenus produits par ses fans / abonnés

Organiser un concours

Organiser un live

JOUR 2

La photo

- Quel appareil choisir ?
- Les grands principes de la prise de vue
- Principe d'un boîtier numérique reflex/mirrorless
- Rappel des points techniques (exposition, diaphragme, vitesse et ISO, optiques, cadre et angles de champs, température de couleur et balance des blancs)
- La photo avec un smartphone
- La photo, un format réinventé par les réseaux sociaux
- Les bases du picture marketing
- Les spécificités de l'appareil photo du smartphone
- Le paramétrage
- L'édition avec l'appareil photo
- Les applications mobiles incontournables (Snapseed, Picsart,...)
- Archiver efficacement vos photos

La Vidéo

- Le storytelling vidéo
- Le matériel
- Définir la valeur des plans
- Le storyboard
- La prise de son et l'éclairage
- Le montage sur PC et smartphone
- Le partage optimisé sur les réseaux sociaux

La photo et la vidéo 360°

- Réinventer vos destinations avec la photo/vidéo 360°
- Les spécificités de la photo et vidéo 360°
- Les caméras existantes
- Démonstration
- La vidéo en format court et créatif : TikTok et Reels (45mn)
- TikTok, ce nouveau phénomène
- Est-ce pertinent pour votre activité/destination ?
- L'algorithme de TikTok
- Les challenges
- Le fonctionnement du studio Tiktok : effets, musique,...
- Pas à pas, le montage d'un Tiktok

JOUR 3

L'éphémère en photo et vidéo : les stories

- Les stories, un format 100% multimédia
- Développer sa visibilité avec des stories
- Créer des stories impactantes

Le format Interview à la « Brut »

Les différents formats d'interview pour valoriser votre destination

Comment préparer une interview : des questions à la préparation de l'interviewé.e (notion de média training)

Les façons de filmer une interview

JOUR 4 et 5

Classe virtuelle 1

- Questions/réponses sur les 3 premiers jours
- Retours sur les créations des participants
- Le droit à l'image et droit d'auteur
- Ce que dit la loi
- Comment se protéger et protéger les sujets photographiés et/ou filmés

Classe virtuelle 2

- Travailler avec les influenceurs : la production de contenus
- Interview avec un influenceur : comment travailler, combien, mesurer les résultats,...

Exercices :

Cas pratique de production à organiser avec un influenceur

Classe virtuelle 3)

- Comment développer sa créativité ?
- Brainstorming et exercices autour de la prise de photo et de plans créatifs en vidéo
- Derniers échanges de finalisation du challenge

Classe virtuelle 4)

- Présentation des projets du Challenge par chaque participant
- Quiz final

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, challenge, exercice, quiz, analyse de cas, brainstorming, travaux personnels, production de vidéo, questions/réponses, cas pratique, présentation des projets

MODALITES D'ÉVALUATION

Travaux personnels et quiz permettront de valider les acquis