

Votre contact pédagogique

AVERTY Camille
camille.averty@monatourisme.fr

Votre contact administratif

FRIZON Laure
laure.frizon@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 : EN LIGNE

DATE (S) :

01/04/2022	7:00	9:00	17:00	EN LIGNE
08/04/2022	7:00	9:00	17:00	EN LIGNE

DURÉE : 2,00 jour(s), 14:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Chargé.e de la communication, des relations presse, du community management, de la création de contenu, Chargé.e de projets Etourisme

PREREQUIS :

Être en charge de la communication,
Connaître les fondamentaux du marketing et de la communication,
Être en lien avec les instances de décisions

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

François PERROY



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

CONTEXTE

Il est de plus en plus important d'adapter ses messages à ses objectifs de communication et ses publics visés. Entre la communication papier, l'écriture d'articles de blog, la réalisation de vidéo, la production de photo, l'interaction sur les réseaux sociaux, le métier de la communication touristique requiert de fortes compétences en rédactionnel.

Taux de satisfaction : 4,4 / 5 (2021)

Taux d'adéquation objectif / problématique : 4,2 / 5 (2021)

OBJECTIFS

Objectif professionnel

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'être un acteur proactif et garant de la stratégie d'écriture de sa destination.

Objectifs pédagogiques

- Organiser la construction de la stratégie éditoriale multicanale
- Créer des contenus variés et gérer leur cohérence en cross media
- Développer ses compétences rédactionnelles plurimedia

PROGRAMME

1/ Partir du quotidien plurimedia des participants :

- construction en commun d'une période type (semaine par exemple) avec interactions plurimedia - définir et poser ensemble qui produit quoi pour qui, avec quels moyens et délais, selon quel type de brief (personas de l'OT)
- définir les interactions humaines (qui a son mot à dire, avant, pendant, après publication)
- gestion des retours des publics
- établir un état des lieux de son dispositif plurimedia : supports, canaux de diffusion, audience, formats
- résumer l'identité, les valeurs locales et définir son territoire de contenus
- questions diverses

2/ Apprentissage autour de l'angle d'attaque d'un sujet (histoire), les différents regards possibles (du territoire, de l'habitant, du visiteur potentiel, du visiteur actif) et de la ligne éditoriale (ce qu'on doit dire, ce qu'on peut dire, ce qu'on suggérer)

3/ Apprendre les différents types d'écriture pour une même histoire : pour être lu en cross media (site, réseaux, papier, blog, vidéo, sons...) et savoir la faire vivre sur la semaine de projet avec différentes productions pour différents media (chaque participant est dans sa planification et production, il assume et développe ses choix) qui sont ensuite partagés en collectif avec intervention du formateur
Adopter de bons réflexes éditoriaux : 5W, 2H, style, ton, mise en scène des contenus, importance du visuel, écriture d'un bref scénario, techniques d'engagement
Si temps, petit apport en photo et vidéo sommaires

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports stratégiques et outils, échanges, mises en situation, témoignages, échanges d'expériences

MODALITES D'ÉVALUATION

Bilan individuel, grille d'auto-évaluation