

Votre contact pédagogique

(Accompagnement du stagiaire)
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 : EN LIGNE

DATE (S) :

06/12/2023	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
08/12/2023	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
11/12/2023	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
13/12/2023	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE

DURÉE : 4,00 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

POSITIONNEMENT DU STAGIAIRE : Questionnaire de pré-formation individuel envoyé en amont de la formation

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

Yohan Stern



- Structures de Nouvelle-Aquitaine éligibles à un financement OPCO : 300€/jour/personne
- Structures de Nouvelle-Aquitaine inéligible à un financement OPCO : (Agents de la fonction publique territoriale et directeur d'EPIC) : 150€/jour/personne
- Structures hors Nouvelle-Aquitaine : 325€/jour/personne

Nb : en cas de formation distancielle, les séquences se cumulent pour former 1, 2 (ou plus) journées de formations. Le coût est à la journée.
Ex : 2 demi-journées = 1 journée (7h) / 7 séquences de 2h = 2 journées

CONTEXTE

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 et en l'art de raconter des histoires qui font rêver.

Pour cela il y a des indispensables à connaître : storytelling, web sémantique, référencement, hiérarchisation de l'information, écriture journalistique...

A travers cette formation, apprenez à adapter vos messages en fonction de vos objectifs, de votre public visé et du média utilisé.

Le tout sera mis en musique à travers un plan d'action et une stratégie définie.

Taux de satisfaction : 4,1/5 (2022)*

Taux d'adéquation objectif / problématique : 4/5 (2022)*

*En 2023, c'est un nouveau formateur qui vous proposera de nouveaux contenus de formation

OBJECTIFS

Objectif professionnel

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

Objectifs pédagogiques

- Identifier les bases de la communication pluri-média
- Établir une stratégie et un plan d'action en communication pluri-média
- Concevoir du contenu adapté à des canaux différents

PROGRAMME

- Connaître ses cibles et définir des personae, comprendre l'importance d'adapter les messages à transmettre
- (Re)voir les spécificités de chaque média
- Comprendre l'importance du référencement web
- Choisir ses cibles et les plateformes à utiliser pour définir une stratégie de communication
- Analyser l'existant, la concurrence, repérer ses propres forces et faiblesses : identifier les médias que l'on maîtrise davantage, ceux que l'on maîtrise moins, et comment améliorer cela
- Développer un plan d'action concret et organisé à partir d'une stratégie
- Apprendre à décliner son contenu en fonction des cibles et des plateformes choisies
- Maîtriser les points importants de l'écriture journalistique : rédaction, création de visuels, vidéos...
- Comprendre les points à respecter et les erreurs à éviter pour être proactif et respecter la stratégie d'écriture de sa destination

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, cas pratiques illustratifs, exercices et cas pratiques à compléter

MODALITES D'ÉVALUATION

Quiz initial, quiz théorique de fin de formation, cas pratiques évalués