

DESTINATION e-TOURISME

Un programme régional pour
développer son activité sur Internet

LES POINTS CLÉS POUR AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE SES OFFRES SUR INTERNET

Objectifs :

Comprendre comment développer la visibilité de vos offres sur Internet :

- Avoir une vue stratégique de l'évolution du web et du comportement des utilisateurs
- Connaître les notions de base du référencement naturel pour les moteurs de recherche
- Connaître les techniques et actions publicitaires spécifiques du web
- Définir une stratégie et savoir mettre en œuvre des opérations de conquête (pull marketing) et de fidélisation (push marketing)
- Appréhender l'influence du web 2.0 et du m-tourisme (mobile).
- Cerner l'influence et l'impact des réseaux communautaires sur l'image de l'entreprise.

Programme :

- **Partie 1 – Evolution du Web et comportement des utilisateurs du Web**
 - Usages et motivations d'achat des consommateurs
 - Evolution du Web du 1.0 au 4.0 et évolution du comportement des internautes dans leurs recherches
 - Rôle capital des témoignages
 - Bonnes pratiques
- **Partie 2 - Stratégie de visibilité et de trafic sur le Web**
 - L'influence du Marketing affinitaire
 - Complémentarité des opérations de conquête et de fidélisation
 - En quoi consiste une Stratégie sur les médias sociaux du Web ?
 - Comment intégrer le m-marketing (Mobile) dans sa stratégie de visibilité ?
- **Partie 3 – Opérations de conquête – Pull Marketing**
 - Moyens utilisés pour créer du trafic sur les sites internet
 - Différences entre référencement naturel et référencement payant
 - Comment identifier les expressions de recherche pertinentes ?
 - Comment améliorer le référencement naturel de son site ? - importance de la géolocalisation et des réseaux sociaux
 - Comment acheter une campagne Adwords (mots clés) sur Google ?
 - Intérêt d'une présence dans les annuaires thématiques et sur les plateformes privées de réservation
 - Supports, moyens et particularités du Web en matière d'achat d'espace

- Impacts du m-mobile et de l'Ipad sur le secteur du tourisme
- Comment utiliser les outils proposés par la Région Centre et ses partenaires ?
- Mesurer l'impact des actions : statistiques de consultation et R.O.I.
- **Partie 4 – Opérations de fidélisation – Push Marketing**
 - Typologie des opérations pour fidéliser vos clients (e-mailing, buzz, flux RSS,..)
 - Quels objectifs peuvent être visés par les opérations de Push ?
 - Marketing viral et buzz marketing
- **Partie 5 – Influence et conséquences du web 2.0 sur l'image de l'entreprise**
 - Idées directrices et usages du Web 2.0
 - Outils du Web 2.0 : wiki, podcast, flux RSS et syndication, réseaux sociaux, blog..
 - Comment se référencer et utiliser les témoignages des sites type Tripadvisor ?
 - Qu'est-ce qu'un réseau communautaire et comment l'utiliser ?
 - Les 8 étapes incontournables d'une Stratégie sur les Média Sociaux

Atelier pratique au choix des participants : audit de sites, stratégie Adwords, fiche Google Adresse, compte Tripadvisor, page Facebook

Public: (Attention : le nombre de participants est limité à 12 personnes par session)
 Tout acteur de la Région Centre ayant participé au module 1 (page précédente) et / ou qui possède déjà des expériences récentes d'actions sur le web et qui veut optimiser sa présence.

Pédagogie :

- Pédagogie active et participative (travaux individuels ou par groupe).
- Apport théorique et méthodologique.
- Etude de cas et exercices pratiques
- Réflexion personnelle sur les pistes d'actions concrètes à mettre en oeuvre

Le Plus : Chaque personne peut apporter les prémices de son projet.

Outils pédagogiques :

- Un lexique des mots clés du web
- Un document pédagogique papier remis en début de journée afin de noter ses observations personnelles et les pistes d'actions à mettre en oeuvre
- Un support de cours envoyé par lien (téléchargement) au format PDF à l'issue de la journée.

Durée : 1 journée de 7 heures

Lieux et dates :

Filières d'activité / Métiers	Lieux	Dates
Organismes de Tourisme	Bourges (<i>Cher</i>)	2 février
	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	14 février
	Orléans (<i>Loiret</i>)	20 mars
	Châteauroux (<i>Indre</i>)	27 mars
Locations, gîtes, prestataires d'activités	Bourges (<i>Cher</i>)	1 ^{er} février
	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	16 février
	Orléans (<i>Loiret</i>)	21 mars
Chambres d'hôtes, gîtes d'étapes, gîtes de groupes et d'enfants, fermes pédagogiques	Bourges (<i>Cher</i>)	3 février
	Chartres (<i>Eure et Loir</i>)	22 février
	Blois (<i>Loir-et-Cher</i>)	12 mars
	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	30 mars
Art de vivre : restaurateurs, caves, viticulteurs et producteurs	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	15 février
	Orléans (<i>Loiret</i>)	21 février
Hôtels, résidences de tourisme	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	13 février
	Bourges (<i>Cher</i>)	19 mars
Hôtellerie de Plein Air, villages de vacances	Châteauroux (<i>Indre</i>)	28 mars
	Blois (<i>Loir-et-Cher</i>)	13 mars
	Orléans (<i>Indre</i>)	26 mars
Sites de visite, parcs et jardins, découverte de la nature	Blois (<i>Loir-et-Cher</i>)	14 mars
	Châteauroux (<i>Indre</i>)	29 mars
	Tours (<i>Indre-et-Loire</i>)	20 février

Intervenants :

CoManaging – Gisèle Taelmans – Consultante Formatrice