

Le Webmarketing et les opportunités de développement commercial

Objectifs

- Identifier les conditions de réussite et les raisons des échecs de la communication sur Internet
- Formaliser une stratégie webmarketing efficace pour son établissement
- Choisir et maîtriser les outils adaptés à sa stratégie webmarketing
- Evaluer les résultats de sa stratégie webmarketing



Public

Toute personne du secteur HCR

Durée

14 heures soit 2 jours

Calendrier et lieu

14 DEAUVILLE	03/02/2014
	04/02/2014
76 ROUEN	10/02/2014
	11/02/2014
14 DEAUVILLE	06/10/2014
	07/10/2014
76 ROUEN	13/10/2014
	14/10/2014

Intervenant

Diplômé en pédagogie et dans le domaine de compétences-solide expérience en entreprise

Consultant webmarketing

Méthode pédagogique

Analyses de cas concrets issus du marché du tourisme

Applications et exercices en fonction du projet des participants

Inscription

Après accord du client, envoi de la convention de formation et des fiches d'inscription pour validation.

Prise en charge

OPCA FAFIH Programme Actions Collectives 2014

Contenu détaillé du programme

Identifier les conditions de réussite et les raisons des échecs de la communication sur Internet

- Les comportements et les attentes des e-touristes (chiffres clés récents et réactualisés plusieurs fois par an)
- Les différentes phases d'utilisation d'internet par les touristes
- Les nouveaux enjeux pour les professionnels du tourisme : l'e-réputation, la visibilité, la transformation, la mobilité, ...
- Les bonnes pratiques en termes de communication sur Internet
- Les mauvaises pratiques en termes de communication sur Internet : les raisons qui poussent les internautes à quitter un site Internet

Formaliser une stratégie webmarketing efficace

- Le webmarketing, les concepts clés pour le marché du tourisme
- Les différentes stratégies de webmarketing pour le marché du tourisme
- La gestion de l'e-réputation de son établissement : comment identifier les avis des clients sur Internet, comment les gérer, comment les suivre, comment se positionner, ...
- Les plateformes de réservation (Booking.com, Hotel.com, ...) : avantages et points de vigilance
- Le plan d'action stratégique : comment l'écrire, comment fixer ses objectifs, comment établir un calendrier, ...

Choisir et maîtriser les outils adaptés à sa stratégie webmarketing

- Le site Internet et le blog
- Caractéristiques d'un site Internet efficace pour un professionnel du tourisme ?
- Caractéristiques d'un blog efficace pour un professionnel du tourisme ?
- Les pièges à éviter
- La formalisation du cahier des charges
- Le référencement naturel
 - Les contraintes des moteurs de recherche
 - Les techniques de référencement
 - Les bonnes pratiques et les erreurs courantes
- L'acquisition de trafic payant
 - Google Adwords
 - Autres types de publicités on-line
 - L'affiliation
- Le webmarketing direct
 - E-mailing, Newsletter
- Les médias sociaux : Facebook, Twitter
 - Les réseaux sociaux de niche : Vine, Pinterest, Instagramm, ...
 - Les réseaux sociaux BtoB : Viadeo et LinkedIn
 - Les plateformes vidéos : Youtube, Dailymotion, ...

Evaluer les résultats de sa stratégie webmarketing

- Le tableau de reporting et les outils statistiques
- L'ajustement des actions en fonction des résultats