

Animateur Numérique de Territoire (8 jours – blocs 3, 4 et 7)



POURQUOI CETTE FORMATION ?

Le comportement des touristes a changé et a induit une mutation des pratiques numériques des entreprises touristiques. Vous avez un rôle à jouer en la matière ! Grâce à ce parcours de formation de 6 jours (intégré au titre de chargé de projet e-tourisme), vous formerez au sein de votre équipe une personne capable d'accompagner les entreprises touristiques de votre territoire dans le cadre de leur mutation numérique, avec un double objectif : éviter la fracture numérique et rester compétitif.

DATES

Les 12 & 13 avril, 22, 23 & 24 mai et 8, 9 & 10 octobre 2018

LIEU

Pontivy

INTERVENANT

M. VADOT/ID REZO

PUBLIC

Responsable marketing, Chargés de mission communication, Community Manager.

PRÉ-REQUIS

Avoir des bases de connaissance de l'e-tourisme, être à l'aise avec l'environnement « web », avoir une pratique quotidienne d'Internet, connaître les outils informatiques et des principaux logiciels, occuper dans sa structure une fonction technique en relation avec Internet et/ou avec l'animation d'un réseau.

MÉTHODOLOGIE

Pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets et de la mise en situation, apports théoriques et méthodologiques, mise en situation (sur les cas des participants), supports visuels, supports pédagogiques pour chaque participant.

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

A SAVOIR

Etre équipé d'un ordinateur de bonne qualité connecté à internet

OBJECTIFS

- Définir un plan d'actions numérique à destination de ses partenaires privés ou institutionnels,
- Savoir animer un réseau en accompagnant ses partenaires de façon collective (ateliers, réunions de sensibilisation, animation de blogs...) ou individuelle, et de mener des actions de communication
- Evaluer son action d'animation,
- Assurer une veille qualifiée et une diffusion de cette information.

CONTENU

Evaluation pour le titre de : Chargé de Projet E-tourisme

La formation permet de valider des blocs suivants du titre de chargé de projet E-tourisme (référentiel Office de Tourisme de France)

Blocs 3 : Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire

3.1

- Cerner les publics cibles pour des actions de sensibilisation et d'accompagnement,
- Arrêter, en lien avec le plan d'actions, les thématiques des actions numériques pour répondre aux besoins des acteurs du tourisme visés par la démarche
- Promouvoir et/ou commercialiser un programme d'actions numériques

3.2

- En tant qu'expert du numérique, intervenir de façon transversale sur les projets portés par les membres de la structure, et qui nécessitent ses apports en compétences
- Mettre en place un planning d'actions numériques, créer le contenu, mutualiser les supports, animer les ateliers...

3.3

- Réaliser un bilan des actions menées en vue d'assurer un suivi post action (suivi, accompagnement, communication, ...)
- Animer le partage d'informations sur des réseaux sociaux avec les professionnels

Blocs 5 : Mettre en place une veille du numérique et de l'e-réputation. S'auto-former et informer son équipe

5.1

- Assurer une veille numérique et gérer l'e-réputation du territoire et de ses acteurs touristiques :
- Définir les priorités de la veille et mettre en place une démarche en utilisant les ressources : Repérer les sites et réseaux sociaux dédiés et y participer.
- Faire de la curation

5.2

- S'auto-former de façon permanente et être en veille sur l'écosystème numérique
- Informer sur les évolutions en cours les membres de son équipe, dans un cadre fixé (réunion mensuelle, accès à une base de données dédiée, ...)
- Communiquer, sensibiliser et transmettre aux membres de la structure les éléments de connaissances nécessaires sur le numérique en lien avec l'activité de chacun

Session 1 (2 jours)

La veille numérique et l'e-réputation

Cette session vous permettra d'intégrer le numérique en mode collaboratif dans toutes les strates de votre structure. Grâce à la découverte d'un écosystème gratuit, elle vous permettra de vous adapter aux nouveaux modes de travail actuel (mobilité, télétravail, travail à distance, gestion de projet, ...) en respectant les règles de confidentialité et de sécurité. Vous apprendrez à construire une veille autour de votre destination mais aussi de la sphère numérique que vous partagerez au sein de votre équipe et de vos prestataires locaux.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les enjeux de la veille dans une stratégie de contenu
- Elaborer un système de veille sur les réseaux sociaux (contenu utilisateur) mais aussi plus globalement sur le web (blog, forum, actu locale...).

- Utiliser la veille dans un objectif d'autoformation.
- Mettre en place l'organisation nécessaire (outils et procédures) au travail collaboratif et au partage de la veille interne (voir en externe).

Programme

- Rappel des fondamentaux d'une stratégie cohérente et efficace sur les réseaux sociaux : une approche multicanal basée sur le contenu. Présentation de la méthodologie à mettre en oeuvre. Echanges avec les stagiaires sur cette démarche et ses problématiques de mise en oeuvre.
- Intérêt de mettre en place un système de veille dans le cadre de ses missions d'accueil. Les bénéfices d'un système de veille dans ses missions. Les contraintes à prendre en compte (temps nécessaire, compréhension du fonctionnement des outils, etc.).
- Mise en place d'un système de veille : Identification des sujets à veiller. ? Détermination du périmètre sémantique en termes de mots clés. Présentation des outils incontournables (Google Alert, Hootsuite, Feedly). Mise en place et paramétrage de ces outils incontournables : Présentation des outils permettant un partage de la veille (Diigo, Flipboard ou Scoopit).
- Focus sur les bonnes pratiques et astuces pour être plus efficace sur Facebook, Twitter et Instagram en lien avec les outils de veille.
- Focus sur les bonnes pratiques à mettre en oeuvre pour « faire faire la promotion de son établissement par ses clients en séjour » (crowdsourcing) et lien avec les outils de veille permettant de surveiller ses contributions.
- Synthèse et échanges.

Session 2 (3 jours)

Le virage numérique pour les prestataires touristiques et le plan d'action associé

Cette session plonge l'animateur numérique de territoire dans son nouvel univers, comme l'expert etourisme qui intervient auprès de ses prestataires numériques. Il doit comprendre les principaux enjeux du digital dans la promotion touristique pour sensibiliser ses professionnels sur les leviers de leurs performances dans l'etourisme.

Le futur ANT est confronté concrètement à la construction d'un plan d'action en lien avec les préoccupations de ses socioprofessionnels et adapté à son territoire, ses contraintes et ses objectifs. Ce plan s'appuie sur l'élaboration de fiches-actions (sur l'évaluation de leur faisabilité, sur leur planification sur une année), sur sa synthèse sous forme de matrice d'actions et intègre également la mise en place de tableaux de bord de suivi et d'évaluation de son action.

Objectifs pédagogiques

- Prendre contact et stimuler la dynamique du groupe
- Comprendre les usages numériques d'un touriste aujourd'hui
- Comprendre l'impact et les enjeux du numérique chez les prestataires touristiques
- Comprendre le rôle et les missions d'un ANT
- Animer l'équipe de sa structure sur les évolutions technologiques
- Identifier les acteurs touristiques locaux à impliquer dans l'animation numérique
- Apprendre à élaborer un plan d'actions d'animations numériques de son territoire : Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels du plan d'actions, Identifier les différents types d'animations potentielles en fonction des objectifs, Construire un planning en adéquation avec les contraintes de la saison touristique
- Apprendre à mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des actions menées : Établir un tableau de bord, Identifier des chiffres clés pour une analyse approfondie, Intégrer les résultats au prochain plan d'actions

Programme et contenu de formation

- Tendances et impact du numérique chez les prestataires touristiques : Evolutions sociologiques et impacts pour une entreprise touristique, Le virage numérique pour les professionnels du tourisme, Les thématiques fortes qui préoccupent les socioprofessionnels, Leurs différentes attentes spécifiques pour gagner en performance
- Les enjeux, le rôle et les missions d'un ANT
- Atelier pratique (en groupe) : Imaginer le plan d'action de l'ANT : Pour informer, Pour former, Pour développer, Pour communiquer
- Les contenus d'une fiche action
- Les 10 points fondamentaux à respecter
- Les objectifs stratégiques et les objectifs opérationnels
- L'évaluation des ressources à mobiliser
- Les indicateurs de suivi
- Atelier pratique (individuel) : la réalisation de fiches actions
- En termes de communication externe
- En termes d'actions internes à l'OT
- En termes d'actions avec/vers les socioprofessionnels

Formateur : Vivian VIDAL (ou autre formateur id-rezo)

Session 3 (3 jours)

La stratégie de communication du plan d'actions

Les techniques d'animation

Cette session a vocation d'apporter la culture en communication au futur ANT, afin que celui-ci puisse selon les objectifs et les cibles qu'il veut toucher, proposer les bonnes actions de communication et en maîtriser l'usage.

Le plan d'action de l'ANT nécessite la mobilisation des professionnels, mais représente aussi une occasion pour l'OT de communiquer sur son territoire afin de mobiliser les décideurs et les financeurs.

Grâce à des apports méthodologiques et surtout des mises en situations concrètes, les futurs ANT pourront se projeter dans l'exercice d'animations d'atelier, de conférence ainsi que dans l'organisation et la production des supports nécessaires. L'objectif sera d'être performant dans la transmission pédagogique.

Cette session aborde des points de « savoir-faire » et de « savoir être », et met en exergue à quel point la méthode mais aussi la forme du discours peuvent être impactantes.

Objectifs pédagogiques

- Savoir communiquer sur les actions mises en place
- Définir ses objectifs en fonction des acteurs à mobiliser
- Argumenter le plan d'actions de façon adaptée à chaque cible
- Construire un plan de communication cohérent
- Savoir réaliser un support de communication performant
- Créer du contenu adapté et de qualité pour les ateliers et les animations programmées dans le plan d'actions en favorisant les supports numériques
- Appréhender les techniques et méthodes de la prise de parole en public

Programme

- La stratégie de communication pour sensibiliser et promouvoir ses actions ? L'articulation « objectif – cible – message – action » ? Atelier pratique (en groupe) ? cas pratique – le plan de communication du plan d'actions numériques
- Les outils de communication à destination des professionnels ? Les règles d'or des outils de communication ? Atelier pratique (en groupe) ? cas pratique - réalisation d'un support au choix
- La communication orale pour convaincre : règles, astuces et support de présentation : Atelier pratique (individuel) ? Jeu de rôle : situation de présentation d'une proposition de plan d'actions
- La réalisation d'un atelier pratique collectif : règles d'or avant, pendant et après l'atelier ? Atelier pratique (individuel) avec mise en situation : réaliser de l'accompagnement collectif ? Jeu de rôle : apprendre à gérer la relation interpersonnelle

Formateur : Véronique VIDAL (id-rezo)

- Rappel des fondamentaux d'une stratégie cohérente et efficace sur les réseaux sociaux : une approche multicanal basée sur le contenu.
 - o Présentation de la méthodologie à mettre en œuvre.
 - o Echanges avec les stagiaires sur cette démarche et ses problématiques de mise en œuvre.
- Intérêt de mettre en place un système de veille dans le cadre de ses missions d'accueil.
 - o Les bénéfices d'un système de veille dans ses missions.
 - o Les contraintes à prendre en compte (temps nécessaire, compréhension du fonctionnement des outils, etc.).
- Mise en place d'un système de veille :
 - o Identification des sujets à veiller.
 - o Détermination du périmètre sémantique en termes de mots clés.
 - o Présentation des outils incontournables (Google Alert, Hootsuite, Feedly).
 - o Mise en place et paramétrage de ces outils incontournables :
- § Dans une logique d'écoute en local de l'offre et des clientèles cibles du territoire.
- § Dans une logique de veille marketing propre sa destination et de ses thématiques fortes.

§ Dans une logique « métiers » pour suivre les évolutions concernant son métier (community management, e-marketing , etc.).

o Présentation des outils permettant un partage de la veille (Diigo, Flipboard ou Scoopit).

· Focus sur les bonnes pratiques et astuces pour être plus efficace sur Facebook, Twitter et Instagram en lien avec les outils de veille.

· Focus sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour « faire faire la promotion de son établissement par ses clients en séjour » (crowdsourcing) et lien avec les outils de veille permettant de surveiller ses contributions.

· Synthèse et échanges.