

Collaborer avec les blogueurs pour développer la notoriété et l'image de son territoire



OBJECTIFS

- Définir les objectifs d'une collaboration avec les blogueurs et mesurer les retours
- Apprendre à repérer et choisir les blogueurs
- Personnaliser la relation

CONTENU

1. Introduction :

- a. Tour de table, présentation dans les grandes lignes de la journée
- b. Comprendre le rôle des relations blogueurs dans une stratégie de contenus touristiques (un levier de visibilité supplémentaire et non la base de votre stratégie de contenus)

2. Apprendre à repérer les blogueurs

- a. Définir les objectifs, cibles et supports de prédilection
- b. Comment repérer les blogueurs
- c. Méthodologie de sourcing
- d. Quels critères pour mesurer l'influence d'un blogueur
- e. Cas concrets : repérer les blogueurs pertinents pour votre prochaine session

3. Personnaliser la relation

- a. Personnaliser la prise de contact. Le blogueur n'est pas un journaliste
- b. Personnaliser le programme en fonction de la thématique du blogueur
- c. Doit-on accompagner le blogueur durant sa découverte ? Voyage groupée ou découverte solo ?
- d. Quelles informations et briefs demander au blogueur avant son départ ?
- e. Doit-on rémunérer les blogueurs ?

4. Mesurer les résultats ?

- a. Les critères pour mesurer les résultats
- b. L'article n'est pas la seule retombée, pensez au LIVE, aux partages sur les réseaux sociaux, etc.



POURQUOI CETTE FORMATION ?

De nos jours, les blogueurs deviennent des influenceurs incontournables pour une marque qui souhaiterait gagner en visibilité sur internet. Il est d'ailleurs dit d'eux qu'ils sont maintenant devenus plus influents que certains journalistes des médias traditionnels. Prendre contact avec les blogueurs peut donc se montrer très bénéfique pour mettre en avant un produit ou un service. Les entreprises n'hésitent d'ailleurs plus à faire appel à eux via de nombreux événements.

DATES

Le 27 mars 2018

LIEU

Pontivy

INTERVENANT

G. CASSIAU/LES CONTEURS

PUBLIC

Chargé de communication, chargé de projets E-Tourisme, salarié intervenant sur le volet digital, Community Manager

PRÉ-REQUIS

Pas de prérequis nécessaire

MÉTHODOLOGIE

Alternance d'apports théoriques, d'échanges et de travail en atelier.
Support de cours

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

A SAVOIR

Méthode interactive privilégiée