

QUALITÉ TOURISME™ : 8 EXPERTISES À MAÎTRISER POUR VOTRE COMMUNICATION

- Comment rédiger une stratégie de promotion-communication efficace ?
- Formaliser une ligne éditoriale cohérente pour tous ses supports numériques
- Quels réseaux sociaux pour quelle stratégie ?
- Comment maîtriser sa e-réputation ?
- Optimiser son site internet pour la qualité
- Une newsletter lue et partagée
- Evaluer l'efficacité de sa communication digitale
- Un intranet pour sa démarche qualité



Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?

26

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Comprendre l'intérêt de la définition d'une stratégie de promotion-communication dans sa globalité (éditions, site internet, réseaux sociaux, newsletters...)
- Présenter une méthodologie de formalisation de l'identité et de la marque de l'OT
- S'approprier les différents outils de communication prints et numériques et adapter son contenu
- Savoir mesurer l'efficacité de sa stratégie de communication

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Définir l'identité et la marque de l'office de tourisme collectivement et la valoriser
- Déterminer les outils de communication adaptés à la stratégie
- Participer à l'animation de la stratégie de communication à l'échelle de sa destination
- Évaluer ses actions de communication sur tous supports

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service promotion-communication
- Chargé(e)s de communication
- Chargé(e)s de marketing

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques en communication
- Dès inscription à la formation, prévoir un temps de co-construction sur l'identité de marque entre le jour 1 et les jours 2 et 3

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers pour des exercices pratiques et de la co-construction
- Démonstration à partir de documents ou pratiques des OT (demandés en amont)
- Cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ MODE DE RÉALISATION

En présentiel
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ DURÉE

24h30 - 3,5 jours (1,5 jours + 2 jours)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

6 à 12 participants

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Elodie Lambert

CONTENU

1 - Développer une identité de marque cohérente et attrayante

2 - Adapter ses outils de communication et son contenu

3 - Créer une dynamique de communication touristique au niveau du territoire

4 - Mesurer l'efficacité de votre stratégie de communication

Plus de détails sur simple demande

➤ TARIFS

nous
consulter

Formaliser une ligne éditoriale cohérente pour tous ses supports numériques

27

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Se rappeler des exigences Qualité Tourisme™ par rapport à la ligne éditoriale
- Comprendre l'importance de la formalisation d'une ligne éditoriale des supports numériques de l'OT
- Savoir définir des types de contenus cohérents sur tous ses supports numériques
- Savoir s'organiser pour optimiser la diffusion de contenus sur les supports

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Rédiger sa ligne éditoriale : Formaliser les objectifs, cibles et règles rédactionnelles pour chaque support numérique
- Créer des contenus adaptés à chaque support numérique
- S'organiser pour gérer la publication des contenus sur chaque support

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable du service communication)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ MODE DE RÉALISATION

En distanciel
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de promotion-communication
- Avoir suivi le module de formation " Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?" ou avoir formalisé sa stratégie de communication

➤ DURÉE

EN INTER : 3h30 + suivi en option : 3h30 à utiliser en fractionné de minimum 1h, renouvelable
EN INTRA : 7h - 1 jour (3h30 + suivi inclus de 3h30)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

4 à 8 participants

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers possibles pour des exercices pratiques
- Présentation de cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

➤ DATES

Vendredi 29 mars 2024 : 9h-12h30

CONTENU

1 - Définir les objectifs, les cibles et les règles rédactionnelles

2 - Déterminer le type de contenu par support numérique

3 - Comprendre l'utilité du calendrier éditorial global ou par support

4 - Organiser ses ressources internes et externes

5 - Analyser qualitativement l'adéquation de sa ligne éditoriale pour le public ciblé

Plus de détails sur simple demande

➤ TARIFS

INTER

150 €

INTRA

nous
consulter

Quels réseaux sociaux pour quelle stratégie ?

28

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Se rappeler des exigences Qualité Tourisme™ en matière de réseaux sociaux
- Comprendre le lien entre réseau social et stratégie de communication
- Connaître les éléments composant la stratégie "réseaux sociaux"
- Maîtriser les contenus et leur diffusion
- Savoir analyser les indicateurs des réseaux sociaux

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Définir la stratégie réseaux sociaux de l'Office de Tourisme
- Créer un calendrier éditorial mensuel
- S'organiser pour gérer de manière opérationnelle et efficace les réseaux sociaux
- Créer et publier les contenus adaptés à chaque réseau social
- Analyser quantitativement et qualitativement la présence de l'OT sur les réseaux sociaux

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable réseaux sociaux)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ MODE DE RÉALISATION

Présentiel ou distanciel
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de promotion-communication
- Avoir suivi le module de formation " Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?" ou avoir formalisé sa stratégie de communication
- Niveau : débutant

➤ DURÉE

7 h sur 1 journée en présentiel ou 2 demi-journées en distanciel + suivi en option (3h30 à utiliser en fractionné de minimum 1h, renouvelable)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

- 4 à 8 participants en distanciel
- 6 à 12 participants en présentiel

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers pour des exercices pratiques
- Etude de cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

➤ DATES

Mardis 21 et 28 mai 2024 : 9h-12h30 - EN DISTANCIEL

CONTENU

- 1 - Communiquer de manière pertinente sur les réseaux sociaux pour un OT
- 2 - Définir une stratégie, une organisation, les moyens pour gérer les réseaux sociaux
- 3 - Créer un calendrier éditorial
- 4 - Soigner sa présence sur les réseaux sociaux
- 5 - Comprendre les exigences du référentiel Qualité Tourisme™ en matière de réseaux sociaux
- 6 - Suivre et analyser ses indicateurs

Plus de détails sur simple demande

➤ TARIFS

INTER

300 €

INTRA

nous
consulter

Comment maîtriser sa e-réputation ?

29

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Se rappeler des exigences Qualité Tourisme™ en matière de e-réputation
- Connaître les sites d'avis en ligne pertinents pour un OT
- Maîtriser les 4 étapes d'une bonne gestion de sa e-réputation
- Savoir analyser ses actions en matière de e-réputation

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- S'organiser pour suivre la e-réputation de l'OT
- Répondre correctement aux avis en ligne
- Mettre en place des actions pour récolter plus d'avis
- Analyser les actions de l'OT sur la e-réputation

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ MODE DE RÉALISATION

Présentiel ou distanciel
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ DURÉE

7 h sur 1 journée en présentiel ou 2 demi-journées en distanciel
+ suivi en option (3h30 à utiliser en fractionné de minimum 1h,
renouvelable) (Inter)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS

- 4 à 8 participants en distanciel
- 4 à 12 participants en présentiel

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers possibles pour des exercices pratiques
- Cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

➤ DATES

Jeudi 19 et vendredi 20 septembre 2024 : 9h-12h30 - EN DISTANCIEL

CONTENU

1 - Suivre sa e-réputation sur les différents sites d'avis pour un OT

2 - Maîtriser sa e-réputation en 4 étapes

3 - Mettre en place les bonnes pratiques pour répondre aux avis

4 - Obtenir davantage d'avis

5 - Suivre et analyser ses actions en matière de e-réputation

Plus de détails sur simple demande

➤ TARIFS

INTER

300 €

INTRA

nous
consulter

Optimiser son site internet pour la qualité

30

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Connaître les caractéristiques de base du référencement naturel et payant (format long)
- Comprendre comment le site internet peut répondre à de nombreux critères du référentiel Qualité Tourisme™
- Identifier les points qui peuvent être formalisés via le site internet

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Optimiser son site internet pour répondre à un maximum de critères du référentiel
- Améliorer la visibilité des pages stratégiques sur les moteurs de recherche

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable du service com)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de promotion-communication
- Avoir suivi le module de formation " Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?" ou avoir formalisé sa stratégie de communication
- Avoir une bonne connaissance du site internet de son OT (grandes rubriques)
- Disposer d'un PC avec connexion internet pendant la formation
- Niveau débutant

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers possibles pour des exercices pratiques
- Cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ MODE DE RÉALISATION

Selon les besoins de l'OT, cette formation peut être proposée en **format court** : sans la partie référencement (**distanciel uniquement**)
format long : avec la partie référencement (**présentiel**)
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

8 semaines

➤ DURÉE

- 3h30 pour le format court
- 10h30 - 1,5 jours pour le format long + suivi en option (3h30 à utiliser en fractionné de minimum 1h, renouvelable)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

- 4 à 8 participants en distanciel
- 6 à 12 participants en présentiel

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

CONTENU

1 - Travailler son contenu pour répondre aux exigences Qualité Tourisme™

Format court

6 - Comprendre les mécanismes du référencement naturel

7 - Mettre en place des campagnes de référencement payant

Plus de détails sur simple demande

➤ DATES ET LIEU

Mardi 12 et mercredi 13 mars 2024

Clermont-Ferrand

Proche de la gare SNCF

Date limite d'inscriptions : 9 février 2024

➤ TARIFS

INTER

530€

format long

INTRA

nous
consulter

Une newsletter lue et partagée

31

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Comprendre l'importance de définir les objectifs et les cibles de ses newsletters
- Constituer sa base de données en fonction des objectifs et des cibles
- Savoir créer du contenu pour une newsletter lue et partagée
- Utiliser l'outil de routage Brevo (Sendinblue) (format long uniquement)
- Appréhender les données statistiques des campagnes d'envoi

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable du service com)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de promotion-communication
- Avoir suivi le module de formation " Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?" ou avoir formalisé sa stratégie de communication
- Disposer d'un PC avec connexion internet et d'une adresse mail pour créer un compte sur l'outil Brevo (Sendinblue) pour la partie pratique

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers possibles pour des exercices pratiques
- Cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Définir les objectifs et les cibles de sa/ses newsletter(s)
- D'organiser sa base de données et de lui diffuser de l'information
- Créer du contenu pour sa newsletter
- Analyser les statistiques de campagne
- Paramétrer l'outil de routage et un modèle de campagne (format long uniquement)

➤ MODE DE RÉALISATION

Selon les besoins de l'OT, cette formation peut être proposée en **format court** : sans la pratique (distanciel uniquement)
format long : avec la pratique = création d'un modèle de campagne (présentiel)
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ DURÉE

- 3h30 pour le format court (théorie uniquement)
- 7h pour le format long (théorie + pratique)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

- 4 à 8 participants en distanciel
- 6 à 12 participants en présentiel

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

CONTENU

- 1 - Définir son objectif et sa cible
- 2 - Constituer sa base de données
- 3 - Créer son calendrier éditorial pour les newsletters
- 4 - Rédiger le contenu utile pour ses abonnés
- 5 - Choisir son outil de routage
- 6 - Envoyer sa newsletter
- 7 - Comprendre ses statistiques
- 8 - Paramétrer son outil et un modèle de campagne (format long uniquement)

Plus de détails sur simple demande

➤ DATES

Mardi 5 novembre : 9h-12h30

➤ TARIFS

INTER

150 €

format court

INTRA

nous
consulter

Évaluer l'efficacité de votre communication digitale

33

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Connaître les indicateurs à suivre sur la communication en office de tourisme
- Comprendre l'importance d'évaluer ses actions de communication

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Définir les indicateurs pertinents en lien avec sa stratégie de communication
- Evaluer ses actions de communication digitale
- Rédiger un rapport d'activité du service communication

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable du service com)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ MODE DE RÉALISATION

En distanciel en inter
En présentiel en intra

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de promotion-communication
- Avoir suivi le module de formation " Comment rédiger une stratégie de communication efficace ?" ou avoir formalisé sa stratégie de communication

➤ DURÉE

EN INTER : 3h30 + suivi en option : 3h30 à utiliser en fractionné de minimum 1h, renouvelable
EN INTRA : 7h - 1 jour (3h30 + suivi inclus de 3h30)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

4 à 8 participants

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Ateliers possibles pour des exercices pratiques
- Cas pratiques
- Echanges d'expériences

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

CONTENU

1 - Comprendre l'importance des indicateurs (principe d'amélioration continue)

2 - Définir les indicateurs par support (site internet, réseaux sociaux, newsletter, e-réputation, référencement naturel et payant)

3 - Analyser les indicateurs et apporter des actions correctives

Plus de détails sur simple demande

➤ DATES

Vendredi 8 novembre 2024 : 9h-12h30

➤ TARIFS

INTER
150 €

INTRA
nous consulter

Un intranet pour votre démarche qualité ?

33

➤ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Comprendre le fonctionnement de wordpress
- Connaître les fonctionnalités de base de wordpress pour créer un mini site

➤ PUBLIC CONCERNÉ

- Responsables qualité (en binôme avec le responsable du service com)
- Directeurs d'Offices de Tourisme
- Responsables du service communication/promotion

➤ PRÉ-REQUIS

- Avoir envie de se remettre en question sur ses pratiques digitales en matière de qualité
- Avoir une réelle appétence pour l'informatique
- Créer un sous-domaine sous le format : intranet.nomdedomaine (voir avec votre hébergeur, le cas échéant) Ex : intranet.sotouristique.fr
- Disposer d'un PC avec connexion internet pendant la formation
- Avoir un accès au serveur (FTP) de ce sous-domaine

Notes : une procédure d'aide à la préparation de la formation sera envoyée à la signature de la convention de formation.

➤ MÉTHODOLOGIE

- Apport théorique sous forme de diaporama
- Mise en pratique
- Echanges d'expériences

➤ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Créer son site intranet pour la gestion de sa démarche qualité sous wordpress

➤ MODE DE RÉALISATION

Présentiel
INTER ou INTRA

➤ DÉLAIS D'ACCÈS

12 semaines

➤ DURÉE

14h - 2 jours (1,5 jours en présentiel + 3h30 de suivi en distanciel)

➤ NOMBRE DE PARTICIPANTS (Inter)

6 participants maximum

➤ FORMATRICES

- Sophie Durdilly
- Cindy Senez

➤ DATES ET LIEU

Jeudi 3 et vendredi 4 octobre 2024

Ambérieu-en-Bugey (Ain)
Proche de la gare SNCF et à 25 min de Lyon
Part-Dieu

Date limite d'inscriptions : 30 août 2024

CONTENU

1 - Comprendre les objectifs et intérêts de créer un intranet

2 - Définir le contenu à intégrer sur cet intranet

3 - Découvrir un modèle d'intranet personnalisable

4 - Se former sur les bases de wordpress

5 - Évaluer la réussite de cet outil interne

Plus de détails sur simple demande

➤ TARIFS

INTER

650€

INTRA

nous
consulter

Votre référent administratif, pédagogique et accessibilité

SOPHIE DURDILLY

Tél. : 04 20 91 00 10

Mail : sdurdilly@sotouristique.fr

www.sotouristique.fr



SO Conseils et qualité
TOURISTIQUE

25 lotissement La Fontaine
01300 Saint-Germain-Les-Paroisses

Organisme de formation enregistré sous le n°84010184101 auprès du préfet de région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

