

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

Piloter sa performance digitale pour optimiser sa performance marketing Quels indicateurs retenir et quelle analyse en faire pour prendre les bonnes décisions ?

Jean-Patrick MANCINI

Pourquoi suivre cette formation ?

Alors que **les parcours client sur le web se complexifient**, la multiplication des points de contact (sites web, réseaux sociaux, marketing direct, avis client, ...) **obligent les opérateurs touristiques à un pilotage précis de leur stratégie digitale et de leur plan d'actions webmarketing.**

C'est **un enjeu crucial** pour **gagner en performance** mais aussi pour mieux **rationaliser** et mieux **orienter les ressources** humaines, techniques et budgétaires engagées.

Toutefois, malgré leur importance, **les dispositifs de mesure de la performance digitale donnent rarement satisfaction car trop éloignés de la stratégie et des objectifs marketing.** La montée en compétence dans ce domaine devient donc primordiale.

Dans **une approche très opérationnelle**, cette formation apporte **toutes les clés pour mettre en place dans son organisation un dispositif de pilotage de la performance digitale dans cet écosystème complexe.**

Points forts de cette formation

- Une approche très opérationnelle étape par étape.
- Prise en compte de ce que peut apporter comme aide l'intelligence artificielle dans ce domaine
- Une formation qui s'adresse aussi bien aux profils managériaux qu'à des profils plus techniques

Objectifs de la formation

- Être en capacité d'associer les bons indicateurs de performance digitale aux divers objectifs marketing stratégiques et opérationnels et savoir les interpréter.
- Identifier les sources de données en fonction des indicateurs pertinents à observer. Choisir et piloter les différents outils d'observation et d'analyse de la performance sur les différents canaux.
- Concevoir des outils d'aide à la décision (data visualisation, tableaux de bord) pour éclairer les arbitrages stratégiques et/ou budgétaires du plan d'actions dans une logique d'amélioration continue
- Piloter l'observation de la performance digitale dans l'organisation

Public attendu : organismes institutionnels du tourisme : OT, ADT/CDT, CRT, prestataires touristiques, et entreprises privées du tourisme : Direction Générale, Direction Marketing, de la Communication des destinations : direction ou responsable web des destinations, sites ou entreprises touristiques.

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

Prérequis

- Pouvoir qualifier les fondamentaux marketing du territoire/du site/de l'entreprise (positionnement, cibles de clientèles, offres majeures, ...)
- Avoir une vision claire des objectifs de communication du territoire/du site/de l'entreprise
- Être à l'aise avec les outils informatiques, multimédia et web
- Disposer des accès à Google Analytics/Matomo/autres... et aux modules statistiques des autres canaux de communication de l'organisation

Nota bene

Cette formation ne concerne pas un outil en particulier (Google Analytics 4, Matomo, ou autre). Cette formation vise à élaborer ou refondre son dispositif de pilotage de la performance digitale en y associant outils et indicateurs en lien avec ses objectifs marketing. Elle ne consiste pas à prendre en main un outil. Toutefois, tous seront abordés et le formateur pourra répondre aux questions particulières.

Méthode et outils pédagogiques

- Support de formation au format PowerPoint, enrichi d'exemples, de nombreuses captures et illustrations, de liens vers des sites ou ressources complémentaires
- De nombreuses mises en situation sur la base des cas concrets des participants
- Nombreux échanges avec le formateur et les participants (retours d'expériences).

Moyens d'évaluation et de suivi

La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.

- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi d'un questionnaire en ligne de même que le niveau de satisfaction.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

Taux de satisfaction lors de précédentes formations



Satisfaction moyenne de 97% obtenue auprès de 18 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Taux de réussite lors de précédentes formations



Réussite moyenne de 100% obtenue auprès de 18 stagiaires lors des 12 derniers mois.

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

Moyens techniques : le participant devra disposer d'un ordinateur récent disposant d'une webcam et d'un micro – il doit pouvoir voir et être vu, entendre et prendre la parole. Il devra également disposer d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
Prévoir d'avoir accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur : Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....,

Dates : jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30, jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00, vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et jeudi 28 mars 09h00 à 12h30

Durée : 21 heures

Lieu : à distance via l'application Zoom

Evaluations de la formation

- En amont de la formation : questionnaire d'évaluation des connaissances et de recueil des besoins et des attentes,
- Pendant la formation : évaluation des connaissances via des quizz d'évaluation à chaque séquence + travaux produits par les stagiaires,
- A la fin de la formation : évaluation de l'atteinte des objectifs à chaud via un questionnaire en ligne en fin de formation + travaux produits par les stagiaires,
- Questionnaire de satisfaction en ligne

Formateur : Jean-Patrick MANCINI, consultant expert en stratégie marketing pour le tourisme, stratégie de contenu multicanal, site web, conçoit et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (OT, ADT/CDT, CRT) et privés. Il s'appuie notamment pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme.

Depuis 12 ans, il accompagne les porteurs de projets du secteur dans leur transformation digitale et plus globalement dans leur adaptation stratégique sur l'un des marchés les plus concurrentiels du e-commerce mondial.

Coût de la formation : Adhérent de Atout France : 1 220,00 € HT, soit 1 464,00 € TTC,

Non adhérent de Atout France : 1 450,00 € HT, soit 1 740,00 € TTC.

Le coût de la formation peut être pris en charge par votre OPCO (Afdas, Uniformation, Atlas, OPCO2i).

Accessibilité : en cas de mobilité réduite d'un inscrit, nécessitant une adaptation particulière de la formation, Atout France vous remercie de bien vouloir lui signaler, par mail avant jeudi 25 janvier 2024, à isabelle.chevassut@atout-france.fr ou christelle.leroy@atout-france.fr afin de lui permettre de mettre en place les dispositions nécessaires.

La formation *Mettre en place ou perfectionner son écoute client pour s'améliorer en continu*, se déroulera à distance.

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30 (3h30)

Prélude

Comportements et usages

- Les principaux comportements digitaux et les grandes tendances numériques actuelles dans le tourisme
- Le parcours client du voyageur et les objectifs marketing associés

Et chez vous, c'est comment ?

- Discussion/débat : l'organisation existante dans votre structure/établissement ? Ce qui fonctionne bien ? Les caps à franchir pour gagner en performance ?

NB : Échanges sur les questionnaires individuels d'avant formation analysés par le formateur

Le management de la performance digitale

Au commencement : votre marketing

- L'importance d'inscrire le monitoring de la performance digitale dans un cadre marketing clair associé à des objectifs stratégiques et leur déclinaison en objectifs opérationnels

Atelier : Définir les objectifs marketing qui détermineront l'architecture du dispositif de pilotage de la performance digitale.

Atelier : Mise en perspective avec les écosystèmes digitaux actuels des participants

Intégrer le management de la performance digitale dans l'organisation

- Le pilotage par action / projet : mesurer, analyser, optimiser, recommencer
- Les ressources nécessaires et leur pilotage
- La culture de l'évaluation et le management de la performance
- La formalisation de l'organisation

Organiser et décrire ses indicateurs de performance

- Objectifs stratégiques, objectifs opérationnels : on met tout à plat pour construire l'architecture du dispositif de pilotage
- La table des indicateurs et la cartographie des indicateurs

Atelier : Établir votre table des indicateurs au regard de vos objectifs et écosystème digital actuel

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

**Jours 2 et 3 : jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
et vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00
(14 heures)**

Le site web : le pilier de votre stratégie digitale

Préambule

- Piloter ses sources de données : présentation et usage de Google Tag Manager
- Ce qu'on peut faire et ne pas faire : focus RGPD et autres réglementations

Popularité, notoriété, autorité, visibilité : de quoi parle-t-on exactement ?

Les principaux indicateurs de performance de votre site web et leur interprétation par rapport aux objectifs visés :

- Les outils de collecte et de mesure : Google Analytics, Matomo, autres...
- La mesure de votre audience : Qui visite votre site web ?
- La mesure de l'acquisition : D'où provient votre audience ?
- L'observation comportementale de votre site web : Que font vos visiteurs ?
- L'analyse des conversions : Vos objectifs sont-ils atteints ?

Méthodes d'analyse qualitative et d'optimisation de votre site web

- Les études de tendances
- Déployer une enquête utilisateur
- Mettre en place des tests utilisateurs

L'aide que peut apporter l'intelligence artificielle

Atelier : Mise en relation avec l'architecture stratégique et enrichissement du dispositif de pilotage pour le site web

Les réseaux sociaux : la caisse de résonance de votre communication

Comprendre la particularité des algorithmes des réseaux sociaux

- Les principes de base
- Les particularités des grandes plateformes

Les principaux indicateurs de performance de votre présence réseaux sociaux et leur interprétation par rapport aux objectifs visés :

- Focus sur les principales plateformes
 - La mesure et l'analyse de vos communautés
 - La mesure et l'analyse de votre audience
 - La mesure et l'analyse des interactions
 - La mesure et l'analyse des conversions

L'aide que peut apporter l'intelligence artificielle

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Jeudi 14 mars, 09h00 à 12h30,
Jeudi 21 mars, de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,
Vendredi 22 mars 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et
Jeudi 28 mars 09h00 à 12h30 soit 21 heures de formation

Atelier : mise en relation avec l'architecture stratégique et enrichissement du dispositif de pilotage pour les réseaux sociaux

Le marketing direct (e-mail/sms ...) : votre communication relationnelle et personnalisée

Les indicateurs d'analyse de votre fichier clients/contacts

Les principaux indicateurs de performance de votre marketing direct et leur interprétation par rapport aux objectifs visés :

- Quels outils et quels usages ?
- La délivrabilité : votre message est-il bien arrivé ?
- Le taux d'ouverture : votre message est-il bien délivré ?
- Le taux de clic : votre message fait-il réagir ?
- Le taux de réactivité : votre message est-il de qualité ?
- Le tracking : qu'ont-ils fait après avoir cliqué ?

L'aide que peut apporter l'intelligence Artificielle

Atelier : mise en relation avec l'architecture stratégique et enrichissement du dispositif de pilotage pour votre marketing direct

La E-réputation : votre réputation vous précède, en tout cas elle influence

Qui peut influencer votre E-réputation et comment l'observer ?

- Influenceurs, ambassadeurs, journalistes, leaders d'opinion... Clients !

Focus avis client, les principaux indicateurs de performance et leur interprétation par rapport aux objectifs visés

- Le nombre d'avis client et leur répartition sur les différents supports
- La part d'avis positifs, négatifs et neutres
- L'analyse qualitative des avis clients : traitement et analyse sémantique

Atelier : mise en relation avec l'architecture stratégique et enrichissement du dispositif de pilotage pour votre E-réputation

Jour 4 : vendredi 28 mars de 9h00 à 12h30 (3h30)

Organiser, visualiser et collaborer pour pouvoir mieux décider

Tableaux de bord et data visualisation

- Des tableaux de bords pour travailler, décider, communiquer
- Visualiser toutes vos données en mode collaboratif : Google Looker Studio (ex Google Data Studio)

Atelier : prise en main de Google Looker Studio et construction de tableaux de bord

Bilan de la formation et échanges

* Atout France, en fonction de la situation sanitaire et des recommandations gouvernementales, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 21/11/23