

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Lundi 4 et mardi 5 décembre,
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Travailler avec les nano-influenceurs et les ambassadeurs de marque, pour parler de façon différente à votre audience, l'amplifier et la renouveler

L'avènement de la communication digitale poussée par les smartphones et les réseaux sociaux ont rendu les espaces d'expression et de communication complètement saturés. La communication publicitaire traditionnelle a de plus en plus de mal à toucher ses cibles dans le tourisme et marque le pas devant des modes de communication beaucoup plus centrés sur le client, ses habitudes de consultation et de consommation.

Les influenceurs et les ambassadeurs représentent une opportunité intéressante pour renouveler ses formats de communication et s'adresser de façon différente à ses cibles. Ils viendront enrichir la force de votre contenu et pourront en amplifier l'audience. Il ne faut toutefois pas se tromper sur ce que l'on peut en attendre et préparer en amont ce type de communication.

Objectifs

- Comprendre le marketing d'influence et la place qu'il occupe dans une stratégie de contenu multicanal,
- Comprendre les rapprochements et les différences avec la communication ambassadeur et comment faire cohabiter les deux,
- Identifier les nano-influenceurs et/ou les ambassadeurs pertinents au regard des objectifs de communication,
- Savoir travailler avec les nano-influenceurs, préparer les partenariats, élaborer les campagnes.

Public attendu : structures institutionnelles (OT, CDT/ADT, CRT) et entreprises privées : opérateurs, sites et équipements touristiques : salariés en charge de la promotion et/ou des partenariats

Pré requis

- Avoir défini les fondamentaux marketing du territoire/de l'entreprise (positionnement, cibles de clientèles, offres majeures, ...)
- Avoir une vision claire des objectifs de communication du territoire/de l'entreprise
- Atout France s'engage à s'assurer que les inscrits répondent aux pré-requis

Matériel pour participer à la formation

- Disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort. Le participant doit pouvoir voir et être vu, entendre et pouvoir prendre la parole.
- Important : prévoir des accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 13/10/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Lundi 4 et mardi 5 décembre,
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Méthodes et moyens pédagogiques

- Support : le formateur utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation,
- Outils : le formateur utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible,
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur,
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer,

Modalités 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 de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

Durée : 14h00

Dates : lundi 4 et mardi 5 décembre 2023, de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

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 pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme.

Auparavant Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud, il a développé pour eux l'un des plans de transformation digitale parmi les plus ambitieux. Depuis 11 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 : 995,00 € HT, soit 1 194,00 € TTC,

Non adhérent de Atout France : 1 243,00 € HT, soit 1 491,60 € TTC.

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

* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 13/10/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Lundi 4 et mardi 5 décembre,
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

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 **lundi 27 novembre 2023**, 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 *Travailler avec les nano-influenceurs et les ambassadeurs de marque, pour parler de façon différente à votre audience, l'amplifier et la renouveler*, se déroulera à distance.

Programme détaillé la formation

Partie 1 : Influenceurs, ambassadeurs, de quoi parle-t-on ?

Introduction

- Le marketing d'influence, c'est quoi et ça sert à quoi ?
- Que peut-on en attendre dans son marketing touristique ?
- Comment s'insère-t-il dans ma stratégie de contenu multicanal ?

C'est qui un influenceur ? Et c'est quoi un *nano* ?

- Les différents types d'influenceur, leurs caractéristiques et ce qui distingue le *nano*
- Les différents types de nano-influenceurs et leurs audiences
- Que pouvez-vous en attendre dans votre stratégie de contenu multicanal ?

C'est qui un ambassadeur ? Et quelle différence avec l'influenceur ?

- La communication ambassadeur, avant tout une histoire de lien
- Quelles différences avec les influenceurs ? Quelle est leur audience ?
- Nano-influenceurs et/ou communication ambassadeur ?
- Que pouvez-vous en attendre dans votre stratégie de contenu multicanal ?

Partie 2 : Communiquer avec des nano-influenceurs et des ambassadeurs, ça ne s'improvise pas

Repérer et évaluer le potentiel d'un influenceur en fonction de vos objectifs de communication

- Identifier les nano-influenceurs par la veille
- Évaluer leur potentiel d'influence avec une analyse pertinente
- Une chose à ne surtout pas négliger, la qualité de la production de contenu
- Faire son choix en cohérence avec son projet
- Travail en mini groupes sur des cas pratiques de repérage et d'analyse de nano-influenceurs

Repérer et évaluer les ambassadeurs d'un territoire/entreprise touristique et en faire émerger de nouveaux

- Vos salariés/agents sont vos premiers ambassadeurs
- Les différents types d'ambassadeurs

* Atout France, en fonction de la situation et des recommandations sanitaires, se réserve le droit de modifier le format (présentiel ou à distance) de ses formations ainsi que leur date.
Document établi le 13/10/23

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE*

Lundi 4 et mardi 5 décembre,
de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

- Identifier les ambassadeurs par la veille
- Faire son choix en cohérence avec son projet
- Faire rayonner sa marque et animer son territoire/ses clients pour en faire des ambassadeurs
- Travail en mini groupes sur des cas pratiques

Partie 3 : Travailler avec des nano-influenceurs et des ambassadeurs

Préparer ses campagnes influenceurs

- Définir ses objectifs de communication et les éléments déterminants de la campagne
- Prendre contact avec les nano-influenceurs repérés
- Valider ensemble les éléments déterminants de la campagne et formaliser l'accord
- Évaluer ses campagnes influenceurs pour s'améliorer sans cesse

Faire communiquer vos ambassadeurs

- Se mettre en accord sur ce que vous attendez de vos ambassadeurs
- Le rôle et missions d'un ambassadeur
- La reconnaissance et valorisation de l'ambassadeur
- Les stimulateurs qui sont à l'origine de la mise en place d'un tourisme de recommandation et participatif sur son territoire ou par un réseau
- Animer ses ambassadeurs dans le temps