

Spécial Professionnels du tourisme

Développer son activité en s'appuyant sur les réseaux sociaux

Programme

2 jours et 1/2

▼ Objectifs

- Savoir choisir les bons réseaux sociaux en fonction des cibles visées par ma structure,
- Prendre la main sur mes différents réseaux, créer son compte si inexistant.
- Faire un audit de ses pratiques sur les réseaux sociaux.
- Connaître les bonnes pratiques d'utilisation pour chaque réseau

▼ Public : salarié

Personne chargée de l'animation des réseaux sociaux pour son établissement touristique

▼ Méthodes pédagogiques

- 1 ordinateur par personne, avec connexion à Internet
- Exercices progressifs
- Support de cours en fin de formation

▼ Durée et calendrier

2 jours (14 heures) + ½ journée en intra (3h30).

12 et 13 novembre 2018

▼ Coût

650 € net de taxes pour 2 jours en inter-entreprises et ½ journée dans l'entreprise.

▼ Contact

Service Formation
Professionnelle Continue
Sandrine SEGADÉ
Tel : 04 68 56 84 21
Fax : 04 68 56 23 06
s.segade@sudformation.cci.fr

Sud Formation CCI Perpignan
Avenue Paul PASCOT
BP 90443
66004 PERPIGNAN Cedex
www.pyrenees-orientales.cci.fr

Tour de table des participants et des outils déjà utilisés (fréquence / en interne ou externe...)

- Vocabulaire basique (buzz, post, like etc...)
- Présentation des différents réseaux sociaux les plus utilisés par l'HPA
 - Facebook (différence entre Page Fans et profil perso)
 - Instagram
 - YouTube
 - Google
- Pour chaque réseau seront présentés :
 - Les cibles (âge moyen, type de contenu recherché ...)
 - Création de contenu (exercices depuis vos propres comptes Facebook et autres comptes, connaître les différents contenus possibles selon les réseaux utilisés)
 - La création d'une ligne éditoriale (ton, fréquence de publication optimale...)
 - Interagir sur les réseaux sociaux (poster, modérer, interagir, animer fréquence).
 - Focus sur les jeux concours / sondages / boutons
 - Les publicités si existantes (exercice sur les comptes sans validation sauf s'ils ont une maîtrise du paiement)
 - Les indicateurs de performance
- Présentation des réseaux sociaux « professionnels » utiles pour le recrutement ou la clientèle affaires par exemple :
 - LinkedIn
 - Twitter
- Focus sur les messageries instantanées pour communiquer entre les équipes ou avec ses clients :
 - Messenger
 - WhatsApp
- Présentation succincte :
 - Snapchat
 - Pinterest

Durant les 2 jours de formation, les stagiaires seront amenés à pratiquer sur leurs comptes pour poster, suivre leurs statistiques, apprendre à faire de la veille etc...

Lors de la ½ journée en entreprise, le stagiaire pourra aborder des questions plus personnalisées en fonction de sa cible clientèle, des réseaux qu'il l'utilise ou qu'il souhaite utiliser.

Nous vous donnerons des conseils et outils ciblés en fonction de la stratégie de l'établissement pour animer la communauté et optimiser l'image du camping sur les réseaux sociaux (la ligne éditoriale, les photos...).