

Promouvoir sa destination ou son établissement touristique en travaillant avec les nano influenceurs et les ambassadeurs

1 jours 7,00 heures

Programme de formation

Mise à jour : 07/02/2022

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- 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 le partenariats, élaborer

PROGRAMME DE 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 ?
- Comment s'insère-t-il dans ma stratégie de contenu multicanal

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

- Les différents type d'influenceur, leurs caractéristiques et ce qui distingue le "nano"

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

- La communication ambassadeur, avant tout une histoire de lien
- Quelle différence avec les influenceurs et que peut-on en attendre ?
- Comment s'insère-t-il dans ma stratégie de contenu multicanal ?

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

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

- Identifier les nano-influenceurs par la veille
- Evaluer leur potentiel d'influence avec une analyse pertinente
- 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

- Identifier les ambassadeurs par la veille
- Evaluer leur potentiel d'influence avec une analyse pertinente
- 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 : Influenceurs, ambassadeurs, de quoi parle-t-on ?

PUBLIC VISÉ

Au sein d'un Organisme Local de Tourisme, Association ou Entreprise Touristique

- Direction Générale
- Direction/Responsable Marketing
- Direction/Responsable Commerciale
- Direction/Responsable Promotion / Communication
- Conseiller en séjour
- Animateur de réseaux professionnels
- Responsable de filière
- Agent de développement touristique

PRÉREQUIS

Pas de prérequis technique pour cette formation

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

MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS

Modalités d'organisation :

Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 12 maximum

- En présentiel : dans nos locaux (646 rue Marius Petipa 34080 Montpellier) ou dans toute autre salle mise à disposition pour le donneur d'ordre et qui réponde aux exigences de bon déroulement de la formation
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

Accès à la formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 12 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heures avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads...),*

Accueil des personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer [ICI](#) ou contactez notre référent handicap.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation
- Outils : le formateur/la formatrice 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/la formatrice
- 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.

VOTRE FORMATRICE OU VOTRE FORMATEUR

Jean-Patrick MANCINI

Consultant indépendant

Moyenne satisfaction formation sur les 18 derniers mois > 99%

Consultant-Formateur Tourisme et Etourisme, Jean-Patrick Mancini conçoit, développe et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (Offices de Tourisme, Comités départementaux et régionaux de Tourisme) 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/formations parmi les plus ambitieux. Il est également créateur depuis 2017 d'une agence événementielle sports et loisirs «

Marseille Provence Expériences » et enseignant universitaire depuis 2015, responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme à l'Institut du Tourisme de la Côte d'Azur.

C'est ainsi que 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.

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :



Satisfaction moyenne de % obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

NB : Si ce dernier chapitre ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.