



Tourisme et marketing des services : piloter sa performance digitale pour optimiser sa performance marketing

PRESTATION

FRANCE

Type de rendez-vous :

Formations

Marchés d'intervention :

France

Cibles :

Professionnels français

A partir du
05 décembre 2024

FORMATION A DISTANCE, animée par Jean-Patrick MANCINI, réunissant une 10e de participants, jeudi 5 décembre de 9h00 à 12h30, jeudi 12 décembre de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00,

vendredi 13 décembre de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et lundi 16 décembre de 13h30 à 17h00 (soit 21 heures de 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 performant 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 monitoring de la performance digitale donnent rarement satisfaction. La montée en compétence dans ce domaine devient donc primordiale.

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

Les objectifs de la formation sont :

- Être en capacité d'associer les bons indicateurs de performance digitale aux divers objectifs marketing stratégiques et opérationnels de l'organisation et savoir les interpréter,
- Identifier les sources de données en fonction des KPIs pertinents à observer, choisir et piloter les différents outils d'observation et d'analyse de la performance de vos outils digitaux,
- 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.

Pourquoi participer

- Les objectifs sont précisés ci-dessus.

Points forts de la formation

- Un cas marketing fil rouge pour se projeter facilement dans sa propre organisation,
- Une approche très opérationnelle étape par étape,
- Les principaux outils adaptés aux différentes étapes et objectifs d'évaluation de la performance digitale,
- Une approche qui s'adresse aussi bien aux profils managériaux qu'à des profils plus techniques.

Description

Pas de session prévu pour le moment.

Média / support

Pré requis

- 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 et aux modules statistiques des autres canaux de communication de l'organisation.

Atout France s'engage à s'assurer que les participants répondent aux pré requis.

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,

- Nombreuses mises en situation autour d'un cas marketing fil rouge,
- Échanges avec les stagiaires sur leurs cas concrets (retours d'expériences).

Remarque : le contenu de cette formation sera très largement enrichi d'illustrations et d'exemples concrets. Il sera ajusté en fonction des organisations et des profils des stagiaires. Les échanges avec les stagiaires seront favorisés pour faciliter la mise en situation et les retours d'expériences.

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. Un questionnaire de préparation sera envoyé à chaque stagiaire avant le début de la formation. Celui-ci portera sur les outils de collecte et de pilotage marketing existants, leur connaissance et habitude d'utilisation ainsi que certains indicateurs clés de performance digitale et marketing.
- Les travaux stagiaires sont évalués en cours de formation.
- Un questionnaire de satisfaction est complété par les participants en fin de formation

Durée : 21 heures en distanciel, soit trois jours, non consécutifs

Votre 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.

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 au plus tard mardi 28 novembre 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 *Piloter sa performance digitale pour optimiser sa performance marketing. Quels indicateurs retenir et quelle analyse en faire pour prendre les bonnes décisions ?* des jeudi 5 décembre de 9h00 à 12h30, jeudi 12 décembre de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00, vendredi 13 décembre de 09h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 et lundi 16 décembre de 13h30 à 17h00, se déroulera à distance.

Conditions

Précisions tarifaires

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, Akto, Uniformation, Atlas, OPCO2i).

Cible du rendez-vous

Profil des participants ciblés

- Direction Générale et Direction Marketing/de la Communication des destinations, sites ou entreprises touristiques.
- Direction ou responsable web des destinations (Offices de Tourisme, ADT/CDT, CRT), sites ou entreprises touristiques.

Contact(s)

Isabelle CHEVASSUT - Responsable formations

- isabelle.chevassut@atout-france.fr

Christelle LE ROY - Paris - Siège social

- christelle.leroy@atout-france.fr