

PARCOURS « HÉBERGEURS PROS » (6 JOURS NON CONSÉCUTIFS) :

Objectifs généraux du parcours :

- Être en capacité de définir ou de redéfinir sa stratégie marketing et ses choix prioritaires en termes d'actions e-marketing pour développer au mieux son activité sur le web.
- Comprendre et maîtriser les bases permettant de mettre en œuvre les leviers e-marketing les plus efficaces et pertinents pour un hôtel (les principes, les techniques/bonnes pratiques et outils).
- Augmenter son niveau de compétence en e-marketing.
- Avoir les ressources nécessaires pour approfondir les techniques et outils marketing présentés

Cibles : Responsable, directeur, personnel en charge du marketing d'un hébergement « professionnel ».

Niveau : débutant / intermédiaire et ajustement possible pour un niveau « confirmé ».

Prérequis :

- Maîtriser à minima l'outil informatique et venir avec son PC portable.
 - Avoir un site web sur lequel on a la main (CMS : Wordpress, Joomla, Drupal, Jimdo ou autres) ou sur lequel son agence peut facilement intervenir.
 - Gérer ses avis clients et sa page Google My Business.
 - S'engager à lire les ressources utiles transmises avant la formation.
-

Étapes du parcours, objectifs par session, intervenants associés et dates prévues :

Jour 1 : Définir ou redéfinir ses fondamentaux marketing : Qui suis-je, qui sont mes clients, répondre à leurs besoins/attentes ?

Objectifs Jour 1 :

- Comprendre la démarche à mettre en œuvre et les bonnes questions à se poser pour clarifier, voir définir sa stratégie marketing d'entreprise.
- Être en mesure de faire un état des lieux de son activité et de la situation de son entreprise.
- Comprendre la démarche de différenciation et de positionnement marketing.
- Être en mesure de définir son ciblage et de comprendre les implications sur son offre et dans ses actions marketing et e-marketing.

Intervenant : Véronique VIDAL (cabinet 4V – id-rezo) – voir CV et présentation en annexe.

Jour 2 et 3 : Construire sa stratégie de distribution sur internet et Intégrer une politique tarifaire dynamique dans votre stratégie commerciale globale.

Objectifs Jour 2 et 3 :

- Comprendre le marché de la distribution, ses acteurs et ses enjeux
- Intégrer sa distribution dans une stratégie globale

- Privilégier ses clients directs et les développer
- Prendre conscience de l'importance d'adopter des pratiques tarifaires adaptées aux attentes de la clientèle et aux évolutions de l'environnement internet.
- Connaître les règles de construction d'une grille de tarifs flexibles et des offres qui s'y rattachent.
- Construire des outils d'optimisation simple d'utilisation au quotidien.

Intervenant : Ingrid WILD (cabinet l'Essentiel Conseil) – voir CV et présentation en annexe.

Jour 4 : Site web et visibilité sur le web. La base pour développer ses ventes en direct.

Objectifs Jour 4 :

- Comprendre les différentes composantes d'un bon site web d'hébergement.
- Développer ses connaissances sur le fonctionnement d'un site web afin d'être en mesure de mieux comprendre son prestataire web et de mieux le piloter.
- Comprendre comment gagner en autonomie dans l'animation de son site (via notamment des outils gratuits très pratiques).
- Intégrer les principes clés de l'écriture web.
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel.
- Comprendre comment transformer son site web en véritable point de vente.

Intervenant : Mathieu VADOT (cabinet Marketing&Tourisme - id-rezo) – voir CV et présentation en annexe.

Jour 5 (en e-learning) : Appréhender, maîtriser et faire de la e-réputation un avantage

Objectifs Jour 5 :

- Avoir le contrôle de ses fiches TripAdvisor et Google My Business
- Optimiser ses fiches TripAdvisor et Google My Business
- Savoir répondre aux avis clients négatif comme positif et en faire un levier de performances.
- Affiner sa stratégie en matière de collecte d'avis client.
- Organiser et structurer la fonction e-réputation interne.

Intervenant : Thomas YUNG (MyHotelRéputation) – voir CV et présentation en annexe.

Jour 6 : Travailler sa relation client sur les réseaux sociaux.

Objectifs Jour 6 :

- Appréhender les différents médias sociaux, leurs intérêts pour un hébergeur.
- Mesurer et jauger du potentiel des médias sociaux et leurs contraintes en fonction de ses moyens et de sa stratégie marketing (positionnement notamment).
- Comprendre la démarche globale de « stratégie de contenu ».
- Appréhender les bonnes pratiques et les outils utiles à l'animation de réseaux sociaux.

Intervenant : Mathieu VADOT (cabinet Marketing&Tourisme - id-rezo)