

Module 1

Mise à niveau pour les nouvelles structures intéressées par la démarche « mettre en place au sein de sa structure des éco gestes »

Description	<p>=> Pourquoi s'engager dans une démarche de développement durable ? Quels intérêts de s'y investir ? Quels enjeux ? Quelles conséquences ? Quelles retombées ?</p> <p>=> Comment s'engager dans ce type de démarche ? Comment intégrer dans son quotidien en tant qu'acteur professionnel du tourisme cette dimension ? Quelle démarche ? Quels outils ? Quelles pratiques ? Quels comportements à adopter... ? La Charte développement durable</p> <p>=> Comment valoriser cette démarche ?</p> <p>=> Comment intégrer cette démarche dans une dynamique de territoire ?</p>
Thèmes abordés	<p><u>Journée 1</u> : Développement Durable, Tourisme et Territoire</p> <p>Le développement durable, du global à l'échelle locale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi est-il incontournable ? Notions clefs, les différents signaux d'alarme, la notion d'empreinte écologique, c'est quoi ?... - S'engager dans une démarche environnementale, pourquoi agir maintenant ? <p>La démarche « Tourisme durable » sur le territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Tourisme Durable ? Définition, enjeux, apports... - Comment démarrer, mettre en œuvre et pérenniser ? Quelle est la dynamique « Tourisme Durable » sur le territoire ? Quels principes ? Quels acteurs ? Quels outils mettre en œuvre ?... - Quelle démarche environnementale adopter ? L'étape indispensable : Dresser un état des lieux / réaliser son diagnostic... Identifier son niveau de « bonnes pratiques » et se fixer des objectifs à atteindre... Quelles améliorations ? Quelles actions privilégier ?... <p><u>Journée 2</u> : La démarche environnementale : Comment démarrer, mettre en œuvre et pérenniser</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelle démarche environnementale à l'échelle des structures touristiques ? La consommation durable (achats, déchets...)? La gestion durable de nos ressources (eau, énergie...)? Quels gestes mettre en place ? - Quelle démarche collective adopter ? La Charte développement durable ? Quels principes ? Quels engagements ? Quels objectifs ? Quel fonctionnement ?... - Comment valoriser et communiquer sur cette démarche « Tourisme durable » ? Quels outils ? Quelles actions ?... <p>Bilan de la formation</p>
Méthode	<p>=> Formation-Action : 2 journées alternant théorie, échanges, mise en pratique...</p> <p>=> 1 groupe de 15 à 20 personnes maximum sur 2 jours</p>
Intervenants	<p>CPIE Seignanx et Adour : Bénédicte Bard</p>
Dates !!! Changement	<p>ANNULE les Mardi 14 et Vendredi 24 Février REPORTE au Mardi 28 Février et Mardi 6 Mars de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30</p>
Lieu	<p>Mardi 28 Février : à St Vincent de Tyrosse, dans les locaux du Pays Adour Landes Océanes, Espace Grand Tourren, Allée des Magnolias, Mardi 6 Mars : lieu à définir</p>
Coût	<p>30€ par participant pour le Module 1 (sur la base de 15€ par journée de formation et par personne au lieu de 150€ à 235€)</p>

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION (cf. Document joint).

Module 2

Inscrire les éco gestes et éco comportements dans son quotidien et sa pratique professionnelle en tant qu'acteur du tourisme selon 3 corps de métiers :

- **Métier lié à l'Entretien Espaces verts,**
- **Métier de la Propreté,**
- **Métier lié à l'Accueil et information des clientèles**

Description	<p>=> Pourquoi s'engager dans une démarche de développement durable ?</p> <p>=> Selon son métier, son activité, sa pratique professionnelle, comment s'engager? Comment intégrer dans son quotidien et dans sa pratique cette dimension ? Quelle démarche ? Quels outils ? Quels comportements, quels éco gestes adopter ? ...</p> <p>=> La Charte développement durable ? Comment l'appliquer au sein de sa structure et la décliner selon son corps de métier ?</p>
<p>Thèmes abordés</p> <p>Espaces Verts</p>	<p>Groupe : Métiers et activités liés à l'entretien extérieur des Espaces verts</p> <p>Contenu de la journée : La Gestion Ecologique des espaces verts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement durable ? Quels enjeux ? - Quels impacts de mon activité sur l'environnement ? <ul style="list-style-type: none"> - La gestion traditionnelle des espaces verts et ses impacts sur l'environnement (entretien intensif, désherbage chimique, espèces indésirables...); - Les produits dangereux : stockage, manipulation, élimination, réglementation, impacts (phytosanitaires, engrais) - Quelle démarche adopter? La gestion écologique des espaces verts ? <ul style="list-style-type: none"> - Les principes de la gestion écologique des espaces : Gestion de l'eau, des Déchets, les traitements « verts » et alternatifs ; les labels - La gestion différenciée des espaces : Comment favoriser la biodiversité au sein des espaces ? Comment aménager un jardin au naturel ? Accueillir la faune ? Les espèces indésirables ? - La charte environnementale ? Quels engagements spécifiques aux espaces verts ? Comment l'appliquer ? <p>Synthèse : échanges et évaluation de la formation</p>
<p>Thèmes abordés</p> <p>Propreté</p>	<p>Groupe : Métiers et activités liés à l'entretien intérieur des structures, à la propreté, au ménage, à l'hygiène</p> <p>Contenu de la journée : L'Entretien Ecologique des structures touristiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement durable ? Quels enjeux ? - Quels impacts de mon activité sur l'environnement ? Le nettoyage des locaux et ses impacts sur l'environnement : utilisation et manipulation de produits dangereux (javel, chlore, désinfectant), étiquetage des produits, élimination des produits et emballages...et leurs impacts sur l'environnement (pollution de l'eau, bioaccumulation...) - Quelle démarche adopter? L'entretien écologique ? <ul style="list-style-type: none"> - Le choix des produits : Composition des produits d'entretien, lecture des étiquettes et pictogrammes, labels écologiques - Les composants naturels à valoriser : vinaigre blanc, huiles essentielles... - La fabrication des produits naturels : nettoyants pour sols, désinfectant, désodorisant, produit WC... - La charte environnementale ? Quels engagements en lien avec l'entretien des locaux (achats, eau) ? Comment l'appliquer ? <p>Synthèse : échanges et évaluation de la formation</p>

Thèmes abordés Accueil Information	Groupe : Métiers et activités liés à l'Accueil et l'Information des clientèles Contenu de la journée : Information et Communication environnementale <ul style="list-style-type: none"> - Développement durable ? Quels enjeux ? - Quels sont les impacts du « Tourisme » sur notre environnement ? Impacts physiques (pression, pollution, biodiversité,...) ? Comportements irrespectueux (déchets et temps de dégradation, piétinement, ramassage de plantes...) - Quelle démarche adopter ? Nos atouts environnementaux ? Comment les valoriser ? Comment communiquer ? <ul style="list-style-type: none"> - Sur quels atouts environnementaux communiquer ? les différents milieux naturels, leurs spécificités, les enjeux liés à la biodiversité, les offres touristiques, les produits « nature »... - Une information utile et pratique à communiquer sur la protection des espaces naturels : réglementation des différentes protections, sites natura 2000... - Quels éco gestes et éco comportements ? Les messages à faire passer auprès des clientèles au sein des structures touristiques et sur les espaces naturels. - La charte environnementale ? Quels principes et engagements ? Comment communiquer autour de cette charte ? Synthèse : échanges et évaluation de la formation	
Méthode	=> Formation-Action : 1 journée alternant théorie, échanges, mise en pratique, applications concrètes... => 2 groupes par corps de métiers de 15 à 20 personnes maximum, soit 6 groupes	
Intervenants	CPIE Seignanx et Adour : Bénédicte Bard	
Dates et Groupes à choisir	Activité « Espace vert » Groupe 1 : Jeudi 4 Mai	Activité « Espace vert » Groupe 2 : Mardi 25 Septembre
	Activité « Propreté, Ménage, Hygiène, entretien intérieur » Groupe 1 : Jeudi 10 mai	Activité « Propreté, Ménage, Hygiène, entretien intérieur » Groupe 2: Vendredi 5 Octobre
	Activité « Accueil, Information » Groupe 1: Mardi 15 Mai	Activité « Accueil, Information » Groupe 2: Mardi 2 Octobre
Lieu	Au CPIE Seignanx et Adour, Site d'Arremont, à St Martin de Seignanx	
Coût	15€ par participant pour chaque journée (au lieu de 150€ à 235€)	

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION EN FONCTION DES DATES ET DES GROUPES CHOISIS SUR CE MODULE (cf. Document joint).

Module 3

Construire l'identité « Tourisme durable » par la définition et la mise en œuvre d'un positionnement marketing partagé : Valorisation, Communication, Promotion

<p>Description</p>	<p>=> Comment valoriser la démarche « Tourisme Durable » engagée ? Sur quels éléments se fonder ? Comment ?</p> <p>=> Quelle information, quelle communication développer autour de cette démarche ? autour de la Charte développement durable ? autour de l'identité du territoire ?</p> <p>=> Quel(s) message(s) adressé(s) selon les publics visés ? Quelles actions de valorisation, de communication et de promotion développée ?</p> <p>=> Comment « mettre en scène » le territoire autour de cette démarche « Tourisme Durable » ?</p> <p>=> Quelle identité « Tourisme Durable » sur le territoire ?</p>
<p>Thèmes abordés</p>	<p><u>Journée 1 : Les bases de la stratégie marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Comment communiquer sur le territoire ? Sur quelles notions, quels éléments, quelles offres, quels outils peut-on se fonder ? Les différentes notions à connaître et maîtriser, Les enjeux du territoire en présence, L'offre touristique, - Comment communiquer autour de la dynamique « Tourisme Durable » ? La démarche environnementale au sein des structures : champs d'application, cohérence territoriale... La démarche environnementale au sein des structures touristiques : les champs d'application, la cohérence territoriale,... La stratégie marketing : de quoi parle-t-on ? La charte développement durable : son principe, les objectifs, ses engagements, les acteurs concernés Eco-responsabilité des vacanciers : sur quels comportements communiquer ? Pourquoi ? Comment ? <p><u>Journée 2 : Les outils de la démarche marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Quels sont les enjeux de la stratégie de communication ? Définition du <i>mix marketing</i> adaptée aux enjeux du tourisme durable Les « 4P » du mix (Produit / Prix / Communication/Distribution) à la notion de tourisme durable : Quels outils pratiques ? Quel positionnement ? ... Exemple, Cas pratique - Construire l'identité « Tourisme Durable » : Comment démarrer ? Définition d'un « fil rouge » et des déclinaisons possibles : slogan, logo... Construction des outils de communication (ex : guide, affiche, poster...) et définition des contenus, des messages... Définition des outils marketing : quels outils ? pour quels objectifs ? pour quels publics ?... (exemples d'outils marketing à développer : cabas, cendriers de poche, écocup...) <p><u>Journée 3 : Les actions collectives de la valorisation et de la promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelles actions de sensibilisation selon les publics ? Définition et mise en place de ces actions en fonction des publics visés (ex : animations pédagogiques, jeux, opérations spécifiques, jeux, évènements, produit touristique ...) <ul style="list-style-type: none"> - En direction du public « enfant » - En directions des vacanciers - Comment sensibiliser et communiquer vers nos différents partenaires dans une logique de cohérence territoriale ? Vers la population locale ? Les décideurs locaux ? ... Quelles actions développer ?

	<p>Synthèse : échanges et évaluation de la formation</p> <p><i>Les actions de promotion et de valorisation seront établies en concertation avec les participants. Une à deux actions seront expérimentées.</i></p> <p><i>L'objectif est de permettre à chaque participant d'être « metteur en scène » de son territoire en utilisant les outils définis collectivement.</i></p>	
Méthode	<p>=> Formation-Action : 3 journées alternant théorie, échanges, mise en pratique, cas concrets...</p> <p>=> 2 groupes de 15 à 20 personnes maximum</p>	
Intervenants	<p>CPIE Seignanx et Adour : Bénédicte Bard</p> <p>Consultant Ecolabel Européen : Benjamin Souviraa</p>	
Dates et Groupes	<p>Groupe 1</p> <p>Jeudi 15 Mars, Mardi 20 Mars Mardi 27 Mars</p>	<p>Groupe 2</p> <p>Mardi 16 Octobre, Mardi 23 Octobre, Jeudi 8 Novembre</p>
Lieu	<p>1^{ère} journée : à St Vincent de Tyrosse, dans les locaux du Pays Adour Landes Océanes, Espace Grand Tourren, Allée des Magnolias,</p> <p>2^{ème} et 3^{ème} journées : lieu à définir</p>	
Coût	<p>45€ par participant pour le Module 3</p> <p><i>(sur la base de 15€ par journée de formation et par personne au lieu de 150€ à 235€)</i></p>	

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION EN FONCTION DES DATES ET DES GROUPES CHOISIS SUR CE MODULE (cf. Document joint).

Module 4

Formation de référents locaux : techniques d'animation de la démarche éco-tourisme/tourisme durable au sein du territoire

<p>Description</p>	<p>=> Comment organiser et mettre en place une animation locale et efficace de la démarche « Tourisme Durable » sur mon territoire ? => Comment animer et dynamiser mon territoire et mes prestataires autour de cette démarche ? => Quel est mon rôle au sein de cette dynamique du territoire ? => Comment devenir prescripteur (techniques de communication et argumentaire à faire valoir) ? Quels outils ? Quelles méthodes ? => Comment mesurer et évaluer mon action ?</p>
<p>Thèmes abordés</p>	<p>Contenu des 2 journées : Introduction au développement durable... Rappel : Définition, contexte, enjeux... La Charte Développement durable : principes, engagements, acteurs concernés...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser l'offre éco-touristique d'un territoire autour de la démarche Quels prestataires ? Quelles offres ? Quelles thématiques ? Quelles offres écotouristiques ? Vers une qualification et un classement...au regard de la Charte - Animer un réseau de partenaires, de prestataires autour de la démarche Quels partenaires ? Quel secteur ?... Comment susciter leur intérêt ? Comment créer l'engagement de ces partenaires par la participation, la concertation ? Comment animer la démarche auprès de ces partenaires ? Quelle méthode ? Quelle application ? - Techniques d'animation Quelle animation ? Quelle cadre ? Quelle organisation ? Quel fonctionnement ? Quelle méthode ? Comment animer son groupe autour de cette démarche (savoir-être, savoir-faire, les situations difficiles, les arguments, savoir conclure...) ? - Travailler en réseaux à différents niveaux Quelle animation ? Quel est mon rôle ? Au sein de l'équipe? Au sein du réseau ? Comment s'inscrire efficacement dans le réseau des animateurs ? - Créer une animation autour de ce projet collectif, Le Projet, la constitution d'une équipe autour du projet, les rôles et les missions de chacun, communiquer, l'évolution - Le contenu de l'animation Les objectifs en lien avec la Charte et le plan marketing défini, le public concerné, les moyens humains, techniques et financiers, la préparation de l'animation... - Méthodologie de sensibilisation du réseau selon les acteurs concernés - La coordination d'un réseau : les besoins, les outils, les comportements - Quels argumentaires selon le type d'acteur ? Quelques arguments clés en matière de développement durable - Exemples types d'animation Développement Durable - Atelier pratique autour d'une animation liée au Tourisme Durable, par la mise en pratique de la méthodologie vue... Réflexions collectives <p>Synthèse : échanges et évaluation de la formation</p>

Module 4 (Suite) : Formation de référents locaux...	
Public Méthode	=> Offices de Tourisme, Intercommunalités, Pays => Formation-Action : 2 journées alternant théorie, échanges, mise en pratique... => 1 groupe de 15 à 20 personnes maximum
Intervenants	ISCER
Dates	Jeudi 11 Octobre et Vendredi 12 Octobre
Lieu	A définir
Coût	30€ par participant pour le Module 1 <i>(sur la base de 15€ par journée de formation et par personne au lieu de 150€ à 235€)</i>

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION (cf. Document joint).

<p>Module 5</p> <p align="center">Techniques et méthodologie pour mettre en place au sein de sa structure l'Eco Label Européen</p>	
<p>Description</p>	<p>=> L'Eco label Européen ? Objectifs ? Principes ?</p> <p>=> Comment s'engager dans cette démarche de certification ?</p> <p>Par quoi commencer ?... Le référentiel ? Quels critères ? Quelle est la situation de ma structure par rapport à ce référentiel ?</p> <p>Quelles réponses apporter ? Réponses techniques, pratiques, individuelles, collectives...</p> <p>=> Comment constituer le dossier de demande de certification ?</p>
<p>Thèmes abordés</p>	<p>Journée 1 : Connaître et maîtriser l'Eco Label Européen</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'Eco Label Européen : objectifs, principes, types d'hébergements concernés, démarches de labellisation, situation des hébergements labellisés en France, résultats attendus... - Le Référentiel : Décryptage du référentiel : Quelles sont les différents critères obligatoires et optionnels en fonction des thématiques (énergie, eau, déchets, gestion générale...) ? Comment répondre aux critères ? Mise en place d'outils opérationnels (éco gestes à développer, équipements à installer, sensibilisation de la clientèle,...) Par quoi commencer ? Quelle démarche suivre ? Depuis l'auto-diagnostic jusqu'à la mise en place progressive d'actions en fonction de chaque participant, selon les niveaux de difficultés <p>Journée 2 : Méthodologie pour une demande de certification</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retour sur l'autodiagnostic : questions, réponses, commentaires... - La Boîte à outils individuelle : les différentes pièces à fournir (justificatifs, documentations à fournir, photos,...) - La Boîte à outils collective : mise en place d'actions collectives et pratiques en réponse à certains critères afin de faciliter la démarche de labellisation - L'éco label en pratique : témoignages de structures d'hébergements éco labellisés, questions / réponses... voire visite d'une structure éco labellisée... <p>Synthèse : échanges et évaluation de la formation</p>
<p>Public Méthode</p>	<p>=> Hébergements touristiques intéressés pour s'engager dans l'Eco Label Européen</p> <p>=> Formation-Action : 2 journées alternant théorie, échanges, mise en pratique, réalisation concrète...</p> <p>=> 1 groupe de 15 à 20 personnes maximum</p>
<p>Intervenants</p>	<p>CPIE Seignanx et Adour : Bénédicte Bard Consultant Ecolabel Européen : Benjamin Souviraa</p>
<p>Dates</p>	<p>Mardi 13 Novembre et Mardi 4 Décembre</p>
<p>Lieu</p>	<p>A déterminer</p>
<p>Coût</p>	<p>30€ par participant pour le Module 5 <i>(sur la base de 15€ par journée de formation et par personne au lieu de 150€ à 235€)</i></p>

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION (cf. Document joint).

Module 6

Utiliser les ressources de Google pour optimiser la fréquentation de son site et être visible sur smartphone

<p>Description</p>	<p>=> Connaître l'outil Web et son environnement : De quoi parlons-nous ? Le jargon « Internet » ... ? Quels enjeux ?...</p> <p>=> Google ? L'incontournable aujourd'hui...L'importance de Google dans mon quotidien professionnel</p> <p>=> Pourquoi être présent sur Google ? Les enjeux ?...</p> <p>=> Quels sont les services de Google pour développer ma notoriété et mon chiffre d'affaires ?</p> <p>=> Comment être plus visible ? Comment exploiter les plateformes de contenus thématiques ? Le Référencement naturel ?</p> <p>=> Les Webservices de Google pour augmenter mon efficacité</p>
<p>Thèmes abordés :</p>	<p>Contenu des 2 journées</p> <p>« Connaître ou mettre à jour son jargon e-touristique Version 2012 Le jargon « Internet » de 2012.... Vous l'aviez vu en 2011 ?... Mais déjà des évolutions...Les tendances de fond... la relation client... Ecosystèmes, multi-plateformes, SEO..., ? La Mobilité, un axe stratégique dans l'etourisme pour les professionnels</p> <p>Le monde touristique de Google, ses services et ses objectifs Le contexte : la stratégie globale de Google Les services touristiques de Google impactant votre stratégie La Google Adress: son importance... application pratique</p> <p>Développez sa visibilité en ligne pour booster son chiffre d'affaires Site Internet ou Stratégie de Visibilité en Ligne allant à la rencontre de ses touristonautes... La mobilité touristique, une notion importante pour arriver à son objectif final... augmenter son chiffre d'affaire et/ou la fréquentation de son territoire. Quel(s) impact(s) ? Sur Google ? Et tous les outils Google.... ?</p> <p>Valoriser sa structure touristique et son environnement touristique</p> <p>Par la photo Découvrir et exploiter Flickr/ Picasa/ Panoramio Google et la photo ? Les bases de l'infographie pour le web (ex : Picnik) Intégrer un album Flickr sur mon site : Exploiter les albums et photos de mon territoire, mis en ligne par mon office de tourisme, afin de valoriser qualitativement la destination sur mon site</p> <p>Par la vidéo, produite ou sélectionnée auprès de mes partenaires touristiques Youtube, Dailymotion et Vimeo, les 3 grandes plateformes, créer sa première vidéo et commencer à être visible... Google et la vidéo ? : comment Google fait ressortir ma vidéo ? Aller au-delà... notre chaîne Youtube dans une stratégie Internet...</p> <p>La cartographie touristique, un argument de poids répondant à une attente des touristonautes Google Maps personnalisée : apporté des services à valeur ajoutée pour un internaute. Découverte immédiate... Everytrail : un site communautaire de balades, randonnées ... Découverte en directe via une tablette et un smarphone des atouts d'Everytrail pour vos touristes Google et la cartographie ?</p>

	<p>Les réseaux sociaux, pour ne pas dire Facebook... au-delà du fantasme, quelle approche engager ? Comment exploiter cet espace ? Ma page Facebook ? Pourquoi ? Quel contenu partager et comment le valoriser ? Motiver l'adhésion de mes clients à ma page Facebook ? Google et les réseaux sociaux ?</p> <p>Les avis clients, bien plus qu'un témoignage... un outil de recherche redoutable sur mobile Les avis clients, leur importance ... Démonstrations depuis une tablette et un smartphone. Google et les avis clients : focus sur Google Adresse et sa version mobile</p> <p>Et sur un smartphone, comment Google & ses amis nous trouvent ? Le mobile un enjeu majeur pour un professionnel du tourisme Les supports à disposition des mobinautes, smartphones, bornes... Les applications et sites mobiles les plus utilisés</p> <p>Le mobile, nouveau support Web prioritaire dans le Web 2.0 Depuis l'état des lieux... aux bonnes pratiques et applications majeures Vous avez un smartphone... Changer sa façon de communiquer ...</p> <p>Comment adapter mon information touristique à ces nouveaux usages L'information touristique mobile, les endroits où se placer Comment faire évoluer ma communication avec ces nouveaux outils ? Comment réserver une partie de son site Internet à l'Internet de séjour ? La disponibilité et la réservation mobile, quelles conséquences ?</p> <p>Bonnes pratiques ? Quelles adaptations ? Un site internet mobile ? Pour quel type d'info ou de service ? Définir ensemble un plan d'action mobile</p> <p>Optimiser le référencement naturel de mon site Internet Les 8 règles d'or en 2012... Démonstration et mise en application directe</p> <p>Google Webmaster Tools et Google Analytics... surtout pas réservés aux webmasters Et les nouveautés 2012 de Google...</p> <p>Et pour finir, les webservice de Google... Découverte des principaux outils utiles tous les jours : Google Alertes, Google Agenda, Google Calendar Sync , Google Chrome, Google Mail, et Google Apps »</p> <p>Bilan de la formation et mise en place d'objectifs opérationnels</p>			
Méthode Remarques pratiques	=> Formation-Action : 2 journées alternant des aspects théoriques, des exemples, des temps d'échanges, et des applications concrètes... => Formations organisées au sein de salles disposant d'ordinateurs avec une connexion Internet. => Constitution de 3 groupes d'une dizaine de personnes maximum			
Intervenants	TOURISTIC : Pierre ELOY et/ou Vanina HOLGADO			
Nb de jours	2 jours sur un Module complet			
Dates et Groupes à choisir	<table border="1" style="width:100%; text-align:center;"> <tr> <td style="width:33%;">Groupe 1 <u>COMPLET</u> Mardi 24 Avril et Mardi 29 Mai</td> <td style="width:33%;">Groupe 2 Mercredi 25 Avril et Mercredi 30 Mai</td> <td style="width:33%;">Groupe 3 Jeudi 26 Avril et Jeudi 31 Mai</td> </tr> </table>	Groupe 1 <u>COMPLET</u> Mardi 24 Avril et Mardi 29 Mai	Groupe 2 Mercredi 25 Avril et Mercredi 30 Mai	Groupe 3 Jeudi 26 Avril et Jeudi 31 Mai
Groupe 1 <u>COMPLET</u> Mardi 24 Avril et Mardi 29 Mai	Groupe 2 Mercredi 25 Avril et Mercredi 30 Mai	Groupe 3 Jeudi 26 Avril et Jeudi 31 Mai		
Horaires	En général : de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30			
Lieu (non défini à ce jour)	Selon la localisation des participants, plusieurs lieux : Salle AMI à St Vincent de Tyrosse, à Soustons, Peyrehorade, Salle informatique à Tarnos...			

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D'INSCRIPTION EN FONCTION DES DATES ET DES GROUPES CHOISIS SUR CE MODULE (cf. Document joint).

Module 7

Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffre d'affaires

<p>Description</p>	<p>=> Augmenter mon chiffre d'affaires et devenir un pro de la relation client => Connaître l'outil Web et son environnement : De quoi parlons nous ? Le jargon « Internet » en 2012 ...? Quels enjeux => Optimiser ma relation client en profitant des avis clients => Etre encore plus visible en collectant les avis clients... et en étant réactif => Surveiller sa E-Réputation : Pourquoi ? Comment ?</p>
<p>Thèmes abordés :</p>	<p>Contenu des 2 journées</p> <p>« Connaître ou mettre à jour son jargon e-touristique Version 2012 Le jargon « Internet » de 2012.... Vous l'aviez vu en 2011 ?... Mais déjà des évolutions... Les tendances de fond... la relation client... Ecosystèmes, multi-plateformes, SEO..., ? La Mobilité, un axe stratégique dans l'tourisme pour les professionnels</p> <p>Optimiser sa relation client avant, pendant et après le séjour La relation client... les bonnes pratiques à considérer pour sa stratégie web en 2012 Quel support pour échanger en « live » avec ses clients, les réseaux sociaux: Facebook, Twitter, Blog Les cycles du voyageur Comment rester en contact avec ses clients ? Une relation client qui passe avant tout par l'email</p> <p>Les avis clients, un univers subjectif mais incontournable Le Contexte : la stratégie globale de Google, quelques chiffres clés... Un avis client à toutes les étapes : avant, pendant, après le séjour... Découverte des grandes plateformes d'avis clients Solutions pour être bien positionné dans les sites d'avis L'avenir des plateformes d'avis clients... Les relations entre réseaux et plateformes d'avis</p> <p>Les avis des clients, bien plus qu'un témoignage... un outil de recherche redoutable Les avis clients, un critère dans les moteurs de recherche Le cercle vertueux des avis clients Les avis clients, leur importance dans la recherche d'une activité touristique, avant, pendant et après le séjour. Démonstration</p> <p>La Google Adresse, le catalyseur d'avis & de votre e-réputation Google et les avis clients : focus sur Google Adresse et sa version mobile La Google Adresse...son importance, les services créés à partir de ces Google Adresses, Mise en pratique</p> <p>L'application mobile Google Adresses ... L'impact des avis clients dans l'internet mobile Les avis clients, une autre dimension sur le mobile La notion d'Internet de séjour, son impact sur la collecte d'avis clients Les principales applications mobiles d'avis clients Démonstration en direct et mise en situation devant les tablettes et smartphones</p>

Thèmes abordés (suite)	<p>Motiver la récolte d’avis clients sur ses supports de communication Mise en pratique directe... Depuis son site Internet (widget) Depuis sa page Facebook Depuis son email Dans sa signature d’email (Wisestamp, bloc avis) Sur ses supports papiers (QR code, URL courte)</p> <p>Diffuser ses avis clients sur ses supports de communication Sur son site Internet : Mise en pratique Sur sa page Facebook : Prendre le réflexe de communiquer sur les bons avis...</p> <p>E-réputation et réponses aux avis clients Comment organiser au mieux la e-réputation de sa structure ou de son territoire ? Les outils d’alertes et de veille sur la réputation de ma structure : découverte et mise en pratique Revendiquer ses fiches d’entreprises pour être alertés : revendiquer sa propriété... Répondre à un avis positif, Répondre à un avis mitigé ou négatif : pièges à éviter et arguments à employer... Comment s’affichent ses réponses du propriétaire sur les plateformes ? »</p> <p>Bilan de la formation et mise en place d’objectifs opérationnels</p>		
Méthode Remarques pratiques	=> Formation-Action : 2 journées alternant des aspects théoriques, des exemples, des temps d’échanges, et des applications concrètes... => Formations organisées au sein de salles disposant d’ordinateurs avec une connexion Internet. => Constitution de 3 groupes d’une dizaine de personnes maximum		
Intervenants	TOURISTIC : Pierre ELOY et/ou Vanina HOLGADO		
Nb de jours	2 jours sur un Module complet		
Dates et Groupes à choisir	Groupe 1 Jeudi 27 et Vendredi 28 Septembre	Groupe 2 <u>COMPLET</u> Lundi 26 et Mardi 27 Novembre	Groupe 3 Lundi 10 et Mardi 11 Décembre
Horaires	En général : de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30		
Lieu (non défini à ce jour)	Selon la localisation des participants, plusieurs lieux : Salle AMI à St Vincent de Tyrosse, à Soustons, Peyrehorade, Salle informatique à Tarnos...		

PENSEZ A COMPLETER LE BULLETIN D’INSCRIPTION EN FONCTION DES DATES ET DES GROUPES CHOISIS SUR CE MODULE ET REpondre AUX QUESTIONS « Informations générales » (cf. Document joint).