
Programme de Formation

Repenser sa stratégie de communication selon l'approche client

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Chargés de communication.



Objectifs pédagogiques

- Savoir segmenter ses différents types de clientèles et identifier leurs comportements
- Connaître les différents canaux de communication utilisés par le client, avant, pendant et après son séjour
- Savoir définir sa stratégie éditoriale pour capter ses différentes clientèles
- Être capable de construire et piloter son plan de communication



Description

- Les 18 leviers d'acquisition d'une destination touristique
- Comprendre le vrai cycle du client : avant, pendant, après
- Qu'est-ce qu'une bonne stratégie de contenus ?
- Les 10 tendances de contenus
- Comment anticiper la potentiel d'un contenu ?
- La réalisation d'un planning éditorial



Prérequis

Connaissance des axes stratégiques de l'organisme, de ses objectifs de communication et de son positionnement.



Modalités pédagogiques

Apports théoriques et exercices.



Moyens et supports pédagogiques

Support de cours remis aux participants.



Modalités d'évaluation et de suivi

Quiz.

