



**ANNEXE 2**

---

**FICHE PEDAGOGIQUE 2021**

---

<b>Intitulé du module de formation :</b>	Communiquer et valoriser sa démarche de tourisme durable pour capter la clientèle sensible à ces valeurs
<b>Modalités de suivi (présentiel / à distance / mixte) :</b>	Distanciel
<b>Durée (en heure) :</b>	14h
<b>Nombre maxi d'apprenants :</b>	15
<b>Nom de l'organisme de formation :</b>	Guest & Strategy
<b>Nom/Prénom de l'intervenant :</b>	Charlotte GENET ou Amélie CHAUVIN
<b>Objectifs pédagogiques :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir communiquer sur son engagement durable</li> <li>• Définir sa stratégie de communication responsable</li> </ul>
<b>Public cible :</b>	Tout professionnel désireux de communiquer et de valoriser sa démarche de tourisme responsable pour capter la clientèle sensible à ces valeurs.
<b>Prérequis :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucun</li> </ul>

<p><b>Programme détaillé par ½ journée :</b></p>	<p><b>1<sup>ère</sup> demi-journée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Questions/réponses sur les attentes et objectifs des participants autour de cette formation</li> <li>• Ice-breaker de mise en place de la formation</li> <li>• Rappel des attentes des consommateurs</li> <li>• Les 4R du tourisme durable</li> <li>• <b>Atelier collectif : tour de table visant à présenter les bonnes pratiques en matière d’offre déployées par chacun dans son établissement (à partir d’une trame livrée par le formateur).</b></li> </ul> <p><b>2<sup>ème</sup> demi-journée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Débriefing sur les éléments de la 1<sup>ère</sup> séance : questions/réponses</li> <li>• Quiz sur l’impact environnemental du numérique</li> <li>• Les grands principes de la communication responsable</li> <li>• Les enjeux d’une communication transparente, authentique et sincère sur son niveau d’engagement</li> <li>• Exemples de bonnes pratiques visant à réduire son impact</li> <li>• Présentation de la grappe d’expérience visant à matérialiser la cohérence de l’offre vis-à-vis de sa stratégie commerciale et marketing</li> <li>• <b>Atelier individuel : auditer son offre globale (humain, produit et marketing) à partir de la grappe d’expérience puis debriefing collectif</b></li> </ul> <p><b>3<sup>ème</sup> demi-journée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quels outils pour se faire connaître auprès d’une clientèle sensible ?</li> <li>• Présentation d’un modèle de stratégie webmarketing « durable » réalisée par Guest &amp; Strategy</li> <li>• Identification des différentes plateformes permettant de valoriser et promouvoir son offre durable :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ We Go GreenR</li> <li>○ Solikend</li> <li>○ Etc.</li> </ul> </li> <li>• Focus sur les labels :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tourisme &amp; Handicap</li> <li>○ Écolabel</li> <li>○ Affichage environnement</li> <li>○ Clef Verte</li> </ul> </li> <li>• Focus sur les différents réseaux :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ATR</li> <li>○ ATES</li> <li>○ ADEME</li> <li>○ 1 % for The Planet</li> <li>○ Etc.</li> </ul> </li> <li>• <b>Atelier individuel : Identifier les plateformes durables sur lesquelles se positionner en accord avec son produit et son offre</b></li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atelier individuel : Matérialiser sa stratégie webmarketing globale grâce à la trame fournie par le formateur.</li> </ul> <p><b>4<sup>ème</sup> demi-journée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel contenu proposé sur son site internet pour :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Informer</li> <li>○ Guider</li> <li>○ Convaincre</li> <li>○ Rassurer</li> </ul> </li> <li>• Travailler son référencement naturel afin de capter une clientèle sensible en recherche d’offres durables</li> <li>• Présentation du classeur des mots-clés</li> <li>• Exemples de bonnes pratiques en termes de communication « durable » de la part de différents acteurs touristiques</li> <li>• Atelier collectif : Travail sur le classeur des mots clés visant à travailler son référencement naturel</li> <li>• Atelier individuel : Création de son retroplanning d’actions visant à améliorer sa communication pour capter la clientèle sensible aux valeurs de durabilité</li> <li>• Bilan de la formation &amp; auto-évaluation des acquis :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jeu de questions/réponses</li> <li>○ QCM d’évaluation des acquis</li> <li>○ Les points clefs à retenir et les actions à mener</li> <li>○ Tour de table à chaud</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Méthodes et supports pédagogiques :</b></p>	<p>Le formateur combinera les modes d’apprentissage de type démonstratif et pratique de façon à couvrir le plus largement possibles les principes d’acquisition des connaissances de l’adulte. Les exercices pratiques se font de manière collective, individuelle ou en sous-groupe, en fonction des thèmes abordés et du nombre de participants. Les documents présentés ainsi que les productions réalisées collectivement seront transmises aux stagiaires.</p>
<p><b>Modalité d’évaluation des acquis</b></p>	<p>Un QCM sera réalisé en fin de formation pour évaluer l’acquisition des acquis des stagiaires. La réalisation du rétro-planning par chaque stagiaire permettra également d’évaluer la capacité à mettre en pratique des acquis au sein de sa structure.</p>



## ANNEXE 2

### FICHE PEDAGOGIQUE 2021

<b>Intitulé du module de formation :</b>	<b>MOD 7 – Créer du contenu pertinent, de qualité et renouvelé pour le web (texte, photo, vidéo)</b>
<b>Modalités de suivi (présentiel / à distance / mixte) :</b>	Formation en présentiel
<b>Durée (en heure) :</b>	14 heures (2 jours)
<b>Nombre maxi d'apprenants :</b>	12
<b>Nom de l'organisme de formation :</b>	COMANAGING
<b>Nom/Prénom de l'intervenant :</b>	Dominique Dufour
<b>Objectifs pédagogiques :</b>	A l'issue de la formation, le participant sera capable de : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtriser les règles et techniques de la prise de vue photo &amp; vidéo</li> <li>2. Comprendre et maîtriser le concept de storytelling</li> <li>3. Diffuser vos images en ligne et savoir les partager</li> </ol>
<b>Public cible :</b>	Tout professionnel du tourisme désireux d'animer et de concevoir des outils multimédias pour promouvoir et assurer le développement de son activité touristique
<b>Prérequis :</b>	- Être à l'aise avec les outils bureautiques de base et l'utilisation d'Internet - Disposer d'un smartphone ainsi que d'un poste informatique avec une connexion internet suffisante
<b>Programme détaillé par ½ journée :</b>	<b>Jour 1 - Matin</b> <b>Partie N°1 : Les tendances éditoriales Web en 2022</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Du magazine au podcast, en passant par les récits expérientiels et les vidéos courtes : le panorama</li> <li>- Comment et pourquoi intégrer ces nouveaux</li> </ul>

	<p>formats au cœur de votre stratégie éditoriale ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelle organisation pour produire plus et mieux quand on a peu de temps ?</li> <li>- Les statistiques, des alliés pour identifier ses Tops et éliminer ses Flops en matière de contenus</li> </ul> <p><i>Ateliers : Etude de cas &amp; identification de bonnes pratiques / Analyse de statistiques</i></p> <p><b>Partie 2 : le storytelling pour les « Nuls »</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre l'intérêt du storytelling</li> <li>- Les recettes d'une bonne histoire</li> <li>- Comment enrichir ses contenus avec le storytelling ?</li> <li>- Construire son histoire, de l'angle aux émotions</li> <li>- Les bonnes pratiques</li> </ul> <p><i>Ateliers : A partir de contenus existants et/ou nouveau, créer différents contenus « storytellés »</i></p> <p><b>Après-midi + Jour 2 matin</b></p> <p><b>Partie n°3 : Ces contenus qui dynamisent l'expérience éditoriale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La vidéo, un format star et multiple :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Un format challengé et réinventé (Tiktok, Reels,...)</li> <li>○ Conseils pour filmer avec un smartphone</li> <li>○ Le montage vidéo</li> <li>○ Les applications gratuites de montage, sur smartphone et ordinateur</li> <li>○ L'organisation d'un tournage, de la préparation au partage</li> <li>○ Les formats interview et comment réussir son interview, de l'angle aux questions</li> <li>○ Le matériel, du micro au trépied</li> <li>○ Pas à pas, création d'un Reel avec audio, texte et transitions</li> </ul> </li> <li>• La photo             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les règles de base d'une bonne photo</li> <li>○ Les différents formats existants</li> <li>○ La photo sur smartphone, de A à Z</li> <li>○ La retouche photo simplifiée avec des applications gratuites</li> <li>○ Comment raconter une histoire en photo ?</li> <li>○ Comment développer sa créativité visuelle ?</li> </ul> </li> <li>• Le son             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'essor de l'audio</li> </ul> </li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capturer des sons et les monter avec des outils gratuits</li> <li>○ Enrichir les sons sous la forme d'un diaporama sonore</li> <li>○ Comment valoriser le format audio sur les réseaux sociaux ?</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Les stories <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pourquoi faire des stories ?</li> <li>○ Comment engager sa communauté avec les stickers ?</li> <li>○ Comment créer des stories autour des atouts de votre activité/territoire</li> <li>○ Optimiser ses story à la Une</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Ateliers : Création d'une vidéo, de photos et de stories</i></p> <p><b>Jour 2 après-midi</b></p> <p><b>Partie N°4 : Le partage de vos contenus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Du web au réseaux sociaux : l'art du recyclage de vos contenus</li> <li>● Cas pratique : Transformer 10 photos en un Reel</li> <li>● Comment inciter sa communauté à créer des contenus, du hashtag aux concours</li> </ul> <p><i>Atelier : Recycler plusieurs contenus sur différentes plates-formes</i></p> <p><i>Atelier de fin de formation : Création et présentation d'un plan d'actions à 6 mois</i></p> <p><b>Bilan de la formation &amp; évaluation des acquis</b></p>
<p><b>Méthodes et supports pédagogiques :</b></p>	<p><b>Méthodes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une pédagogie participative mêlant apports théoriques, méthodologiques &amp; ateliers pratiques / exercices.</li> <li>- 50% théorie / 50% de pratique</li> <li>- Il y aura des phases pratiques pour chaque module</li> <li>- Le stagiaire travaillera directement sur ses réseaux sociaux afin que cette formation l'aide directement dans son activité professionnelle.</li> </ul> <p><b>Supports</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un questionnaire préalable de positionnement.</li> <li>- Trames de travail en séance.</li> <li>- <b>Support de cours envoyé à l'issue de la formation au format PDF</b> avec des liens et ressources complémentaires.</li> </ul> <p><b>Suivi post-formation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réponse aux questions par mail des stagiaires portant sur des points en lien avec la formation pendant 3 mois.</li> </ul>

	<p><b>Le plus de la formation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un formateur spécialiste de la communication via les réseaux sociaux et intervenant pour des formations auprès des prestataires et des organismes de tourisme depuis 10 ans.</li> </ul> <p><b>Moyens nécessaires</b> 1 vidéoprojecteur + connexion Internet haut débit + Paper board pour le formateur (ordinateur fourni par le formateur) = multiprises</p> <p><u>Une salle de réunion suffisamment grande</u> pour permettre de travailler en petits groupes. Les tables doivent pouvoir être bougées de place.</p> <p><b>Matériel à amener par le stagiaire</b> 1 ordinateur ou tablette connecté Smartphone</p>
<p><b>Modalité d'évaluation des acquis</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique</b> rempli par le formateur en fin de sessions selon les modalités suivantes :</li> </ul> <p><u>Objectif 1</u> : Maîtriser les règles et techniques de la prise de vue photo &amp; vidéo / production d'une vidéo et de 3 à 5 photos</p> <p><u>Objectif 2</u> : Comprendre et maîtriser le concept de storytelling / création de contenus storytellés</p> <p><u>Objectif 3</u> : Diffuser vos images en ligne et savoir les partager / Création et partage de contenus depuis le web vers les réseaux sociaux</p> <p>Et complété par un tableau d'auto-évaluation rempli par le participant (avec comparaison avant – après)</p>