

Développer sa communication digitale

Objectifs

- Analyser la présence digitale actuelle de leur établissement et identifier les leviers d'amélioration.
- Définir des cibles, des messages et des objectifs de communication cohérents et mesurables.
- Choisir les canaux de communication adaptés à leurs ressources et à leurs objectifs.
- Concevoir un plan de communication digital à 3 mois incluant calendrier, outils et contenus.
- Créer des publications engageantes et adaptées à chaque canal
- Mesurer la performance de leurs actions digitales et ajuster leur stratégie en conséquence.
- Formaliser un plan d'action personnel pour la mise en œuvre post-formation.

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

Connaissance basique de l'usage des réseaux sociaux et d'Internet (aucune maîtrise technique approfondie requise)

Public concerné :

Responsables communication, dirigeants d'hôtels et restaurants, chargés de développement ou de marketing souhaitant renforcer leur visibilité digitale.

Modalités d'évaluations :

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : Évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Comprendre les leviers de notoriété et d'engagement.
Identifier les tendances et comportements clients online.
Connaître les principaux canaux de communication HCR (site, réseaux sociaux, Google, avis clients).

DIAGNOSTIQUER SA VISIBILITÉ DIGITALE

Réaliser un état des lieux de sa présence en ligne et identifier ses leviers d'amélioration.
Identifier les forces, faiblesses et opportunités de sa communication digitale.

IDENTIFIER SES CIBLES, MESSAGES ET OBJECTIFS

Définir ses cibles prioritaires et leurs attentes.
Adapter ses messages selon les segments (loisirs, affaires, locaux, groupes...).
Formuler des objectifs SMART mesurables.

CONSTRUIRE SON PLAN DE COMMUNICATION DIGITALE

Sélectionner les canaux adaptés à ses objectifs.
Structurer un plan de communication cohérent et réaliste.
Définir un calendrier éditorial sur 3 mois.

CRÉER DES CONTENUS ATTRACTIFS ET COHÉRENTS

Identifier les formats performants (photo, vidéo, carrousel, story).
Maîtriser les bases du storytelling visuel et rédactionnel.
Utiliser Canva et Meta Business Suite pour concevoir ses publications.

PILOTER & MESURER SA PERFORMANCE DIGITALE

Lire et interpréter les indicateurs clés (engagement, portée, clics, conversions).
Identifier les leviers d'amélioration.
Utiliser des outils simples de suivi et reporting.

CONCLUSION : PLAN D' ACTION PERSONNEL ET ENGAGEMENT COLLECTIF

Formaliser un plan d'action post-formation.
Identifier 3 actions prioritaires à mettre en œuvre dans le mois.
S'engager collectivement sur la montée en compétence digitale.

Méthodologie

Inductive : partir des pratiques existantes pour construire les savoirs.

Active : ateliers collaboratifs, cas réels, mini-jeux, création sur outils numériques.

Expositif : apports structurés et visuels pour soutenir la compréhension.

Coopérative : échanges et co-développement entre pairs.

Réflexive : auto-évaluation initiale et plan d'action final.