



# RESEAUX SOCIAUX ET E-REPUTATION DANS L'HOTELLERIE

## Utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de commercialisation

---

### **Public visé**

Chefs d'entreprises, exploitants, directeurs d'hôtels, responsables, commerciaux

### **Objectifs**

Appréhender, comprendre et utiliser les réseaux sociaux et la e-réputation dans la stratégie de visibilité et commerciale de l'hôtel.

### **Méthodologie pédagogique**

Une pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets, mise en situation et exercices pratiques

### **Déroulement du stage**

Apports théoriques et méthodologiques

Ateliers pratiques (sur les cas des participants)

Supports visuels, supports pédagogiques pour chaque participant

Liste de site utiles (annuaires, outils, etc...)

### **Formateur : Thomas Yung**

- ⤴ École hôtelière, maîtrise gestion hôtelière, Ba(Hons) Tourism
- ⤴ Consultant formateur Topsy Informatique (logiciel hôtelier)
- ⤴ Propriétaire – gérant Hôtel 2 étoiles, 25 chambres
- ⤴ Formateur Consultant WebMarketing hôtelier, référenceur
- ⤴ Collaborateur du journal l'Hôtellerie-Restauration pour les questions de WebMarketing hôtelier (rédaction d'articles, animation du blog des experts, auteur d'un Sujet Interactif)

### **Modalités**

Nombre de participants : 10 Maxi.

Durée du stage : 1 jour (7 heures)

Il est préférable que les stagiaires soient équipés d'un ordinateur portable  
La salle doit posséder une connexion à internet wifi pour le formateur et les stagiaires, ainsi qu'un rétroprojecteur.



## Parcours pédagogique

### 1. Réseaux sociaux ?

Définitions et mutation du marché

Les valeurs ajoutées de la présence d'un hôtel sur ces réseaux

Mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux pour un hôtel

Quels objectifs et utilisations en faire

Quels réseaux choisir, quel contenu diffuser

Planifier, encadrer, structurer, le rôle du Community Manager

### 2. Facebook

Comment créer une page fan sur Facebook, atelier création

Comprendre le mécanisme de Facebook : profil, newsfeed, onglets

Populariser sa page, la faire vivre, l'animer

Générer des réservations, installer un moteur de réservation

Mettre Facebook au service de votre hôtel

Les outils de création, d'administration

### 4. Twitter, Foursquare et Yelp

Exemples d'utilisations pour un hôtel

### 4. Gérer sa e-réputation

Quelle stratégie ?

L'importance des avis de consommateurs

Répondre à un avis négatif, à un avis positif

Que faire des avis négatifs ?

Les avis: une opportunité marketing

Le cas TripAdvisor

Optimisez la fiche de votre hôtel, augmenter le nombre d'avis

Les outils de gestion de la e-réputation

### 5. Conclusion et Bilan

L'objectif est de sensibiliser les stagiaires à la nécessité de gérer ces nouveaux canaux de communication. Ils repartiront avec une bonne connaissance de ces nouveaux environnements, des "plans d'actions" et des trucs et astuces. A l'issue de cette formation, les avis négatifs ne feront plus peur aux hôteliers !