



AMELIORER LA VISIBILITE ET LES PERFORMANCES DE SON SITE INTERNET

Mieux vendre via le site Internet de l'hôtel

Public visé

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

Objectifs

Augmenter la visibilité du site internet de son hôtel pour générer du trafic, augmenter les performances de son site pour convertir ce trafic en clients. Transformer son site en véritable point de vente complémentaire de la réception

Évaluer, choisir et comprendre les prestataires et intervenants du secteur

Gagner en autonomie pour investir "juste" et "utile"

Méthodologie pédagogique

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

Présentation par vidéo projection.

Déroulement du stage

Apports théoriques et méthodologiques

Ateliers pratiques (sur les cas des participants)

Supports visuels

Supports pédagogiques

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, <http://goo.gl/n2yRC>)



Parcours pédagogique

Introduction :

- ⤴ l'indépendance et la maîtrise commerciale
- ⤴ les habitudes et comportements d'achats de produits touristiques et hôteliers des internautes
- ⤴ vocabulaire pratique

Le moteur de recherche : Google

Comment ça marche ?

- ⤴ L'indexation des pages, les algorithmes
- ⤴ Les classements : pertinence, popularité, audience
- ⤴ Les recommandations et pénalités Google
- ⤴ Les commandes Google

Augmenter les conversions

Transformer un visiteur en acheteur

- ⤴ Les éléments clefs du site internet de l'hôtel : quelles pages, le nom de domaine, l'email, l'hébergement, le système de gestion de contenu, la structure, les FAQ, cartographie, etc.
- ⤴ Le moteur de réservation : importance, enjeux, offre
- ⤴ Les photographies, la vidéo
- ⤴ Les bienfaits d'un blog sur le site de l'hôtel
- ⤴ La version mobile (smartphone) du site
- ⤴ Améliorer la perception : augmenter les conversions : notions de confiance, avantages, garanties, engagements, rassurer.

Améliorer le référencement naturel de son site

Les incontournables

- ⤴ Les mots-clés : comment les choisir, concept de Longue Traîne
- ⤴ L'optimisation *onsite* : URL, images, titres, mise en forme, les microformats, les liens internes, le temps de chargement
- ⤴ L'optimisation *offsite* : les liens, la fiche Google Adresse, Google Webmaster Tools, annuaires, prescripteurs, communiqué de presse
- ⤴ Les freins au référencement

Bilan, synthèse

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 que d'un rétroprojecteur et un paperboard (optionnels pour les formations individuelles).