



RESEAUX SOCIAUX ET 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 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

Thomas Yung est un ancien propriétaire-gérant d'un hôtel 2 étoiles. Il intervient sur des missions de conseil et de formation aux enjeux de la distribution et d'e-réputation dans l'hôtellerie. Il est collaborateur au journal de l'Hôtellerie-Restaurant, il y a publié de nombreux articles ainsi que le sujet interactif. Il intervient aussi auprès des Masters en Tourisme de l'Université d'Angers. Ses dernières interventions publiques étaient à Nice pour le Master Class TripAdvisor, pour diverses CCI, Tourisme Numérique à Deauville, Voyage en Multimédia à Saint-Raphaël et Equip'Hotel à Paris.

Modalités

Durée du stage : 2 jours (2 x 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. Introduction: qu'est-ce qu'un réseau social ?
 - Cartographie, chiffres, définitions
 - Fonctionnement d'un réseau social
 - Mutation du marché et des comportements d'achats

2. Les valeurs ajoutées de la présence d'un hôtel sur les réseaux sociaux
 - Influences sur les ventes, sur la visibilité, sur la perception
 - Influences sur le service, la qualité

3. 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

4. Facebook
 - Atelier pratique**
 - 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

5. Twitter
 - Atelier Pratique**
 - Créer et paramétrer un compte sur Twitter
 - Administrer et utiliser Twitter
 - Générer des réservations
 - Mettre Twitter au service de votre hôtel
 - Les outils de création, d'administration

6. Foursquare ou Yelp
 - Atelier Pratique**
 - Créer un compte sur Foursquare ou Yelp
 - Paramétrer les informations générales de son compte
 - Comment générer des ventes, les différents types d'offres

7. Conclusion et Bilan

L'objectif est que le stagiaire reparte non seulement avec des connaissances, mais aussi avec des comptes ouverts au nom de son hôtel. Pensez à venir avec vos codes d'accès, un accès à vos emails et des photos pour pouvoir paramétrer et optimiser ces comptes