



Webmarketing hôtelier

<p><b>Objectifs</b> : Acquérir les bases du webmarketing hôtelier.</p>	<p><u>Personnes concernées</u> :</p>
<p align="center"><b>PROGRAMME</b></p>	
<p><b>Mieux vendre sur le site internet de l'hôtel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter la visibilité du site internet de son établissement pour générer du trafic</li> <li>Augmenter les performances de son site pour convertir ce trafic en clients</li> <li>Transformer son site en véritable point de vente complémentaire de la réception</li> <li>Évaluer, choisir et comprendre les prestataires et intervenants du secteur</li> <li>Gagner en autonomie pour investir « juste » et « utile »</li> </ul> <p><b>Réseaux sociaux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Quels sont les principaux réseaux sociaux ?</li> <li>Quelles spécificités pour chacun ?</li> <li>Quelle est la réflexion à adopter avant de s'engager ?</li> <li>Que faire sur les réseaux sociaux ? Vers quel segment clientèle ? Quels messages ?</li> <li>Utiliser les réseaux avant-vente, pendant et après le séjour du client</li> <li>Personnaliser et optimiser la fiche de son établissement</li> </ul> <p><b>e-réputation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les bonnes pratiques pour augmenter ses ventes et sa communication avec les avis de ses clients</li> <li>Appréhender, comprendre et utiliser les réseaux sociaux et la e-réputation dans la stratégie de visibilité et la stratégie commerciale de l'hôtel</li> <li>Analyser un avis</li> <li>Faire une réponse qui retourne la situation en la faveur de l'établissement</li> <li>Utiliser les avis pour améliorer son produit ou son service</li> <li>Les outils disponibles</li> </ul> <p><b>Distributeurs en ligne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Appréhender, comprendre et utiliser les distributeurs (On-line Travel Agencies et Internet Distribution Systems) dans sa stratégie de commercialisation</li> </ul> <p><b>Indépendance commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les principaux éléments de votre site internet, sa visibilité et les trucs et astuces pour « récupérer » un client ayant réservé par une OTAs, principalement en l'éduquant, à la réservation, en direct</li> </ul> <p><b>Les clientèles spécifiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les clientèles B to B : la méthodologie pour prospecter et fidéliser</li> <li>Les clientèles de proximité à haut potentiel et souvent négligées</li> <li>Autres clientèles : cyclotourisme, randonneurs, ...</li> </ul> <p><b>e-mailing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La conception du mailing, la rédaction du mailing</li> <li>La présentation du mailing</li> <li>Les conditions d'efficacité d'un mailing</li> </ul>	<p>Direction générale Directeurs commerciaux, marketing et communication</p> <p><b>Pré requis</b> : Aucun</p>
	<p align="center"><b>PEDAGOGIE</b></p>
	<p><b>Le Formateur</b></p> <p>Professionnel de l'Hôtellerie/Restauration utilisant les dernières techniques pédagogiques</p> <p><b>Moyens et pédagogie</b></p> <p>Présentation des concepts par le formateur-consultant</p> <p>Echanges sur les éléments amenés – Citations d'exemples</p> <p>Mises en application</p> <p>Confrontation avec la réalité de l'entreprise et l'expérience du participant</p> <p>Il sera demandé au participant de réfléchir, en amont, et d'essayer d'apporter des éléments de réponses aux problématiques proposées</p>
	<p><u><b>Intra entreprise France entière et International.</b></u></p>
	<p><b>Tarif inter par personne</b></p>
	<p align="center"><b>3 jours</b></p>
	<p align="center"><b>1 550 €</b></p>
	<p align="center">Réf : HR181</p>

**Organisme de formation PROFORMALYS – Formation Hôtellerie - Restauration**