

DEVELOPPER SA COMMUNICATION DIGITALE POUR ATTIRER PLUS DE CLIENTS

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3200 €HT /groupe
Public visé	Toute personne amenée à promouvoir un établissement HCR sur le web et notamment les réseaux sociaux	Pré-requis	Maîtrise de la langue française Maîtrise des usages courants du numérique (navigateur, messagerie, réseaux sociaux)
Lieu Modalité	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	Dates	Voir catalogue

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à comprendre les enjeux et les leviers de la communication digitale dans le secteur HCR et élaborer une stratégie de visibilité et de fidélisation cohérente avec l'identité de votre établissement.

Vous serez capable de construire une présence en ligne efficace et cohérente sur les canaux pertinents, créer et planifier des contenus attractifs adaptés à votre clientèle, gérer votre e-réputation et répondre aux avis clients avec professionnalisme, et mesurer la performance de votre communication et ajuster votre stratégie dans le temps.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Poser les bases d'une stratégie digitale cohérente (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les enjeux et spécificités de la communication digitale dans le secteur HCR
- Déterminer les attentes des clients et leurs usages numériques
- Évaluer la présence en ligne actuelle de son établissement
- Définir les fondations d'une stratégie : identité, ton, valeurs et cibles

2- Construire et valoriser son identité numérique (3h30 – 2 séquences)

- Créer ou renforcer la présence digitale de l'établissement sur les bons canaux
- Développer la cohérence visuelle et éditoriale de ses supports
- Optimiser le référencement local pour accroître la visibilité
- Professionnaliser son profil et ses supports numériques

3- Créer des contenus attractifs et engageants (3h30 – 2 séquences)

- Élaborer une ligne éditoriale claire et cohérente
- Concevoir des publications adaptées à son public et à sa saisonnalité
- Utiliser des outils simples pour créer des visuels et vidéos percutants
- Planifier ses publications et maintenir une présence régulière

4- Gérer sa e-réputation et mesurer sa performance (3h30 – 2 séquences)

- Maîtriser les bonnes pratiques de gestion des avis et commentaires
- Prévenir les crises et valoriser les retours clients
- Suivre les indicateurs clés de performance digitale
- Ajuster et pérenniser sa stratégie dans le temps

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Comprendre les enjeux et diagnostiquer sa visibilité digitale** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le monde du digital HCR, avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux d'une stratégie de communication en ligne spécifique au secteur de l'hôtellerie restauration. Les participants partagent et identifient leurs pratiques actuelles et leurs freins à la communication en ligne. À travers des exemples concrets (restaurants, hôtels, cafés), le formateur expose les nouvelles attentes des clients : réactivité, authenticité, transparence. Les participants réalisent un autodiagnostic de visibilité (Google, plateformes HCR, réseaux). Le formateur évalue l'acquisition des connaissances par un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Élaborer les fondations de sa stratégie digitale** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'appuie sur des études de cas d'établissements HCR. Les participants, individuellement ou en sous-groupes, travaillent sur la construction d'une identité numérique : valeurs, ton, cibles, messages clés. Le formateur présente les principes de cohérence éditoriale et visuelle, puis guide la rédaction d'un « positionnement digital » synthétique. Des outils pratiques (grille d'analyse, plan de présence, fiche outils) sont remis pour favoriser la transposition sur le lieu de travail. Une restitution collective et un questionnaire interactif permettent d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 3 (1h30) Identifier les bons canaux et structurer sa présence en ligne** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur présente les principaux leviers de visibilité : site web, Google Business Profile, plateformes de réservation, réseaux sociaux. Les participants réalisent une cartographie de leur présence digitale et identifient les manques ou doublons. L'accent est mis sur la cohérence entre message, image et public cible et le formateur illustre avec des bonnes pratiques. Il évalue l'acquisition des compétences à travers la présentation d'un plan de présence en ligne.
- **Séquence 4 (2h) Optimiser sa visibilité grâce au référencement local** [présentiel ou distanciel] : À partir de démonstrations et cas concrets, le formateur présente les règles du référencement local : mots-clés, cohérence des informations, gestion des avis, géolocalisation. Les participants mettent à jour ou créent leur fiche Google Business Profile, puis rédigent une description optimisée. Des modèles et guides pratiques sont remis pour transposer immédiatement les acquis. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 5 (1h30) Concevoir des contenus engageants et cohérents** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur présente les fondamentaux du storytelling visuel et textuel : authenticité, émotion, régularité. Les participants conçoivent leurs propres publications à partir de cas concrets (nouvelle carte, offre saisonnière, événement). L'accent est mis sur la cohérence entre texte, image et promesse client. Des exemples inspirants issus du secteur HCR sont analysés. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 6 (2h) Structurer, planifier et animer sa communication** [présentiel ou distanciel] : Les participants construisent un calendrier éditorial à partir des contenus produits. Le formateur présente les outils de planification et d'analyse (Meta Business Suite, Canva, Hootsuite). Des modèles de tableaux mensuels sont proposés. Les participants simulent la programmation de publications et échangent sur des bonnes pratiques de gestion du temps et de cohérence éditoriale. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 7 (1h30) Maîtriser la e-réputation et gérer les avis clients** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur aborde les enjeux de la réputation numérique et de la relation client en ligne. Les participants analysent des exemples d'avis clients réels en lien avec leur activité et élaborent des réponses adaptées selon le ton, la situation et la gravité du message. L'accent est mis sur la posture professionnelle, la réactivité et la valorisation de l'image de l'établissement. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 8 (2h) Évaluer la performance et pérenniser sa stratégie digitale** [présentiel ou distanciel] : Le formateur présente les indicateurs de suivi essentiels : engagement, taux de clics, portée, visibilité, trafic web. Les participants apprennent à analyser leurs résultats et à ajuster leur stratégie. La séquence se conclut par un plan d'action individuel de transposition des acquis au poste de travail pour maintenir la performance dans le temps. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.



En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES MOBILISES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives.
En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers. L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail asforest@asforest.com. En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
 - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique d'accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
 - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Evaluations pédagogiques : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.