

Ateliers #VeM9

Programme officiel

ESTÉREL CÔTE D'AZUR PRÉSENTE LE

SALON DU
E-TOURISME
VOYAGE EN MULTIMÉDIA

#VEM9

**(14) 15-16
FEVRIER
2018**

Saint-Raphaël
Palais des congrès

salon-etourisme.com



Jeudi 15 février - Apres midi

14h – 15h

(Institutionnel/confirmé/ OT futur - data-transformation-observation)

i1 - Datamining : explorer ses données

On n'a pas de pétrole, mais des données numériques ! Celles de nos touristes, de nos internautes et bien d'autres... Une nouvelle façon de percevoir et de comprendre nos destinations. L'exploitation de ce nouveau gisement au service de la stratégie touristique est une mission incontournable dès aujourd'hui

- Quelles données collecter ?
- Où les trouver ?
- Sont-elles gratuites ou payantes ?
- Comment les interpréter intelligemment ?

(Entreprise/Confirmé/PCE-événement-séminaire-outils)

M2 - Peut-on organiser son séminaire ou son événement seul(e), derrière son ordinateur ?

Les plateformes de gestion d'événements online se développent fortement sur le web. Ces "event management softwares" sont donc des outils qui permettent aux organisateurs de concevoir et de produire séminaires et événementiels depuis leur ordinateur, tablette, voire smartphone.

- Quels sont les avantages et les inconvénients de ces solutions ?
- Quels types d'opérations sont concernés ?
- Quelles conséquences sur la chaîne de valeur et les acteurs de l'événement ?

(Entreprise/Tous niveaux/hôteliers-groupement-Edistribution)

E3 - La révolution des groupements hôteliers volontaires

Face à l'innovation apportée par les chaînes hôtelières et les distributeurs, les groupements hôteliers volontaires s'emploient quotidiennement à créer de la valeur ajoutée pour leurs adhérents. Indépendants, le défi est corsé pour trouver sa place sur un marché hyper concurrentiel.

- Hôteliers, quelle stratégie développer pour préserver votre indépendance ?
- Quel positionnement pour les groupements volontaires
- Quels services numériques et quelle E-distribution

(Mixe/Tous niveaux/vidéo-photo-autonomie-outils)

M4 - Fais-le toi-même ! Le multimédia

Geek, bidouilleur ... Le numérique offre de nombreuses possibilités d'être autonome dans la production et la diffusion de ses contenus multimédia. Filmer avec un drone, une Gopro, faire du 360°, de la réalité virtuelle, du live, des stories... hummm... J'y vais ou je n'y vais pas ? #FLTM

- Par quoi puis-je commencer ?
- Quel est l'équipement minima ?
- Peut-on faire du contenu de qualité sans talent particulier ?
- Où trouver des tutoriels performants ?

C5 - L'Art et le numérique, vecteurs d'attractivité des destinations touristiques.

La synergie entre l'art, la culture et le numérique est devenue un vrai vecteur de développement et d'attractivité des destinations. Festivals, art contemporain, itinéraires interactifs, ... sont générateurs d'expériences fortes qui impliquent de plus en plus l'habitant.

- Quelles sont les dernières tendances des destinations créatives ?
- En quoi le numérique devient un levier de développement et de promotion ?
- Comment investir sur l'expérience culturelle ?

16h – 17h

(Institutionnel/tous niveaux/ OT futur-marketing -projet-Intelligence Artificielle)

i6 - L'Intelligence artificielle j'en fait quoi ? Illustration

L'intelligence artificielle arrive à grands pas dans notre quotidien professionnel. Après les effets d'annonces, sa traduction opérationnelle commence à s'immiscer dans nos projets.

- Concrètement l'IA ça ressemble à quoi ?
- Comment l'intégrer dans ma stratégie et avec quels acteurs ?
- Dois-je subir ou anticiper ?
- Quelle création de valeur pour moi ?

(Entreprise/Confirmé/PCE-réseaux sociaux-live-audience)

M7- Résonance digitale des événements : comment et pourquoi aller chercher des audiences externes ?

Les réseaux sociaux d'une part et les solutions de diffusion live des événements d'autre part (avec Facebook Live, Periscope ou Youtube) offrent aux organisateurs l'occasion d'étendre leur audience. Autrefois seulement dédiés aux présents sur site, les événements s'ouvrent donc à des nouveaux publics installés derrière un écran.

- Cette nouvelle donne révolutionne-t-elle la manière d'organiser un événement ?
- Quels sont les bons usages des réseaux sociaux et du live streaming pour un événement ?

(Entreprise/tous niveaux/contenu-avis-multicanal-réseaux sociaux)

E8 - Les avis comme source de diffusion multicanal (épisode 2)

Les avis permettent d'identifier l'univers sémantique qui se dégage des expériences vécues dans son établissement ou sur sa destination. Ils permettent d'orienter sa stratégie de diffusion multicanal sur les réelles attentes clients.

- Comment identifier son univers sémantique par les avis ?
- Sur quelles expressions rebondir ?
- Comment s'en servir dans sa stratégie « social média »

M9 - Fais-le toi-même ! Brochure, site web, storytelling...™

Les outils numériques permettent aussi de gagner du temps et de l'argent ! De plus en plus simples et efficaces pour certains, ils permettent d'être plus réactif dans son marketing à moindre coût ? Mais attention à la qualité, au temps nécessaire, à votre talent ou celui de vos salariés !

- Quelle boîte à outil pour booster son marketing
- Quels sont les points de vigilance ?
- Je commence par quoi ?
- Mode d'emploi...

C10 - Le co-design pour rendre attractifs les lieux culturels

Les méthodes de Co-design des lieux culturels permettent de stimuler la créativité de vos équipes internes mais aussi celle de votre réseau de partenaires. C'est un levier pour booster l'attractivité des destinations touristiques en privilégiant les opportunités du numérique

- Comment et pourquoi co-designer un lieu culturel
- Comment y intégrer les technologies numériques
- Quel est l'impact sur le tourisme

Vendredi 16 février

9h – 10h

(Institutionnel/tous niveaux/ innovation-interface-outils-futur)

i11 - Chatbots et assistants : de la conversation jusqu'à l'inspiration

Dialoguer avec une machine comme avec sa belle-mère... Google, Amazone, Facebook et d'autres bouleversent notre avenir proche avec les nouveaux outils. Les chatbots et les assistants personnels du plus simple au plus intelligent risquent même de nous inspirer pour nos prochaines vacances.

- Où en sommes-nous des chatbots et des outils conversationnels ?
- Doit-on déjà s'en servir pour sa destination, et comment ?
- Combien ça coûte et quelles sont les contraintes ?

(Mixte/Confirmé/CM-Facebook-visibilité-contenu-stratégie)

M12 - Comment réagir à la baisse de visibilité des publications Facebook

L'optimisation de la portée organique devient un véritable casse-tête et promet un avenir compliqué. Facebook réfléchit à mettre à l'écart les publications de pages des fils d'actualité pour favoriser les celles des amis et de la famille.

- Que se passe-t-il du côté de Facebook ?
- Est-ce la fin de la visibilité gratuite sur Facebook ?
- Comment réagir à ces dernières évolutions ?

(Entreprise/Confirmé/hôteliers-marketing-data-IA)

E13 - L'hyperpersonnalisation du service par le numérique : l'AN 1

L'hyperpersonnalisation devient un incontournable du marketing et du service. A l'heure du mobile, du temps réel, du Big Data, de l'intelligence artificielle, vers quelles solutions se dirige-t-on dans le tourisme ?

- Comment connaître son client pour personnaliser son offre ?
- Quelles prestations de service offrir en conséquence ?
- Comment animer la relation client dans ce contexte ?
- Qu'en est-il de la réglementation et de l'éthique ?

(Mixte/Confirmé/expérience-RH-management)

E14 - Ressources humaines : manager pour optimiser l'expérience client

Quand le décor est au top, c'est la qualité de relation humaine du personnel en contact qui permet d'offrir une expérience mémorable. Au-delà du savoir et du savoir-faire, le savoir-être, la passion et le talent font la différence même sur le numérique. Managers, soyez talentueux avec vos talents...

- Pourquoi le management est-il devenu primordial dans le marketing expérientiel ?
- Quelles relations recherchent les clients ?
- Comment manager pour offrir une relation client qualitative ?
- Comment recruter le talent qu'il vous faut ?

(Institutionnel/confirmé/ marketing-marque-stratégie)

I15 - Changer sa marque : mode d'emploi numérique

Parfois subi dans les regroupements territoriaux, parfois volontaires dans les entreprises, le changement de marque impose un gros travail de marketing et de communication... Le « renaming » c'est l'obligation de reconstruire une image autour de sa nouvelle marque

- Pourquoi changer sa marque ?
- Quelles sont les différentes étapes à gérer ?
- Comment s'y prendre sur la sphère digitale ?

11h – 12h

(Institutionnel/confirmé/ projet-méthode-transformation)

I16 - La révolution du projet numérique

Dans un univers complexe, concurrentiel et mouvant, la gestion de ses projets numériques en mode classique est à la peine. Délais trop longs, expertises parcellaires, manque de réactivité, il devient pourtant fondamental de se réinventer, de piloter la performance, d'agréger l'expertise dans une logique d'agilité permanente

- Pourquoi est-il urgent de revoir la conduite de ses projets numériques ?
- Comment les piloter dans l'agilité et la performance
- Comment y arriver avec les contraintes juridiques du paysage institutionnel

(Mixte/Confirmé/community management-contenu-influenceurs)

M17 - Comment exploiter les stories...

Lancées par Snapchat les stories s'imposent aujourd'hui sur Instagram et... Facebook. Plus adaptées aux mobiles et à l'instant, ils captent le moment de vie sur le vif pour une diffusion éphémère. Le format est peu exploité et nous expose à de nombreuses contraintes... Pourtant l'histoire en vaut la chandelle !

- Les stories ça marche comment ?
- Pourquoi travailler avec ce type de publication ?
- Comment s'en servir pour son marketing ?
- C'est quoi du « take over » d'influenceurs ?

(Entreprise/Tous niveaux/hébergement-disruption-innovation-futur)

E18 - Innovation : réinventer l'hébergement

Petits établissements ou grands groupes comme accord, l'innovation tape à la porte. De l'expérience revisitée dans le parcours client à la gamme de services proposés, jusqu'à la commercialisation, les hébergeurs font leur révolution. C'est quoi le métier d'hébergeur demain... ?

- Pourquoi s'engager dans l'innovation ?
- Comment le groupe Accord se développe et innove ?
- Comment innover dans la gestion de son hébergement ?
- Sur quelles activités générer de l'innovation ?

(Mixte/Confirmé/marketing-clientèle-UX-multicanal)

E19 - Jouer gagnant une clientèle de niche sur le web

Oser s'engager sur une segmentation de clientèle hyper spécifique peut s'avérer un coup gagnant et différenciant. Centrée sur les attentes « client », l'action démarre par l'expérience offerte dans son établissement jusqu'à sa traduction multicanal sur le web qui valorisera votre philosophie, votre ambiance et vos services

- Comment se différencier sur une niche clientèle identifiée ?
- Comment les outils numériques peuvent renforcer votre stratégie de niche ?
- Comment convaincre sur le web via sa philosophie, son ambiance et ses services ?

(Institutionnel/tous niveaux/ contenu-mobile-ergonomie)

I20 - La vérité du contenu sur mobile

La navigation mobile possède ses propres caractéristiques qui impactent obligatoirement la structuration et la mise en scène du contenu. Le scroll devient incontournable, mais jusqu'à quelle longueur ? L'avènement des micros contenus pose aussi question sur la qualité de la communication et sur les objectifs à se fixer.

- Quels sont les usages et les contraintes de la navigation sur mobile ?
- Doit-on penser 100% mobile et comment travailler en Mobile First ?
- Responsive design ou Mobile First l'écart est-il si important ?
- Doit-on produire 1 ou 2 contenus ? (desktop et mobile)

14h – 15h

(Institutionnel/tous niveaux/marketing-marque-stratégie)

M21 - Airbnb Expérience : les premiers retours

Airbnb montre la voie pour vendre un territoire à travers ses expériences de la plus simple à la plus insolite. Une promesse de vivre un moment fort et authentique avec des locaux. L'expérience devient un levier de vente incontournable qui doit nous inspirer

- Les expériences AirBnB ça marche ou pas ?
- Est-ce une opportunité pour les prestataires d'activités et de loisirs, ou ne menace ?
- Comment promouvoir son offre touristique via les expériences ?

M22 - Ads Facebook et Instagram, les formats et les bonnes pratiques

Les publicités Facebook et Instagram deviennent incontournables sur les réseaux sociaux. Les opportunités sont multiples les budgets aussi ! Tour d'horizons sur les bonnes pratiques du moment

- Quels sont les formats publicitaires qui marchent sur les réseaux sociaux ?
- Quels en sont leurs rendements ?
- Peut-on encore rester uniquement sur de la portée organique ?
- Quel budget investir ?

E23 - Les mille facettes du storytelling

Et si vous racontiez des histoires pour stimuler la dimension émotionnelle de vos clients ? Une façon très efficace de les séduire autour de votre identité. Profitez de la communication multicanal pour les plonger dans une expérience mémorable et singulière autour de vos atouts.

- C'est quoi le storytelling ?
- Pourquoi et comment faire du storytelling pour vendre son établissement ?
- Comment penser storytelling au-delà du produit et du service

I24 - Quelle organisation pour optimiser sa stratégie de contenu

Devenir performant sur le pilotage de sa stratégie de contenu multicanal implique de revoir son organisation. Elle est orientée client et pilotée par un manager de contenu. Il garantit le respect de la charte éditoriale autour d'experts et d'ambassadeurs dans une logique permanente de coproduction.

- Pourquoi revoir son organisation pour optimiser sa stratégie de contenu ?
- Quels sont les nouveaux métiers et missions associés ?
- C'est quoi une charte éditoriale ?

I25 - Référencement multilingue et SEO à l'international

La visibilité de son site web à l'étranger est un enjeu majeur pour la promotion de son établissement ou de sa destination. La traduction ne suffit pas, l'expérience l'utilisateur doit être adapté au pays visé pour un résultat garanti.

- Quelles sont les contraintes d'un référencement naturel à l'international ?
- Comment optimiser l'expérience utilisateur ?
- Comment développer sa visibilité au-delà du SEO ?

(Mixte/Tous niveaux/marketing-clientèle-communication)

M26 - Jouer l'enfant dans la communication touristique

La famille est la première cible des destinations touristiques et de nombreux prestataires. L'enfant y est roi et devient la première cible à convaincre aussi bien dans l'animation sur place que dans la communication digitale : gaming, réseaux sociaux, vidéos...

- Quelle place tient l'enfant dans le choix de la destination ou de l'établissement ?
- Comment le capter et le motiver par le numérique sur place ?
- Quelles sont ses exigences numériques ?
- Comment l'impliquer sur les réseaux sociaux ? en faire un ambassadeur ?

(Mixte/Confirmé/influenceurs-consommateur-communication)

M27- Micro ou macro influenceurs et « super clients »

Non, les influenceurs ne sont pas que des blogueurs à 100 000 abonnés ! la palette est large, du micro influenceur hyperspécialisé au consommateur averti : le super client. Le community manager doit savoir travailler sa gamme d'influenceurs...

- Quels sont les différents types d'influenceurs ?
- Comment travailler avec chacun d'entre eux
- Comment capter un « super client »
- Quels influenceurs pour quels résultats ?

(Institutionnel /confirmé/ RH-transformation- changement)

I28 - Réussir sa transformation digitale ou mourir

On y est ! Des années de théories prospectives et la réalité nous rattrapent avec une concurrence exacerbée qui piétine nos missions de gestionnaire de destination. Pour lutter, il faut se transformer, casser les vieux codes et les cloisons, accompagner le changement, basculer dans la connaissance, l'agilité, le collaboratif en valorisant les talents...

- Concrètement, c'est quoi la transformation digitale
- Quels bénéfices à pousser plus loin la transformation digitale dans nos structures ?
- Quelles sont les actions prioritaires
- Les meilleurs exemples au-delà du tourisme institutionnel

(Entreprise/Confirmé/Edistribution-hébergeurs-clientèles)

E29 - Quel e-distributeur pour mon marché « corporate » ?

Les déplacements professionnels représentent une cible particulièrement enviée par les distributeurs d'hébergements. De nouveaux acteurs se positionnent, les services s'enrichissent, les contraintes augmentent... Faut-il se positionner et comment ?

- Quels sont les acteurs de la distribution corporate ?
- Quels services proposent-ils
- Comment les choisir en fonction de mon offre

E30 - Les 10 actions numériques pour booster mon business

Et si vous deviez investir dans 10 actions numériques qui devraient développer votre business... Carte blanche à nos experts pour en sélectionner 10 qui sont incontournables aujourd'hui !