



Centre de
compétence
forem.
tourisme

Formations travailleurs

Année 2024

Activités du Centre de compétence Forem Tourisme
destinées aux travailleurs des secteurs touristiques



Modalités de participation

Inscription, frais, intervention des fonds de formation



Formations par thématique

Offre globale autour de 5 thématiques



Calendrier

Janvier à décembre 2024



Formations catalogue

25 formations au programme



Formations à la demande

Notre réponse à vos besoins spécifiques



Modalités de participation

Vous êtes intéressé.e par une ou plusieurs de nos activités ?
Comment y participer ?

Inscription :

- ✓ Cliquez sur le lien <https://forms.gle/UXXU9LDNiHFzS9D67>

Attention, le nombre de places disponibles est limité !

Frais de participation :

98€ TTC / personne / jour.

Certaines formations sont cependant financées par les **fonds de formation de vos commissions paritaires** :





Vous relevez de la sous-commission paritaire 329.02 ou 329.03 (asbl) :



Le Fonds 4S, vous octroie, selon la taille de votre asbl, un BMA (Budget Maximum Autorisé) dont le plafond est fixé pour trois ans (informations détaillées sur www.fonds-4s.org). Vous pouvez utiliser ce budget pour participer à toutes nos formations, y compris les [formations à la demande](#). Vous vous inscrivez directement auprès de nous et nous contactons le fonds afin de connaître votre "crédit" disponible.

Vous relevez de la commission paritaire 333 :



Le fonds pour la formation professionnelle des travailleurs de la commission paritaire des attractions touristiques a décidé d'octroyer par équivalent temps plein de chaque entreprise du secteur un financement disponible pour toutes les formations de ce catalogue. Vous vous inscrivez directement auprès de nous et nous contactons le fonds afin de connaître votre "crédit" disponible.

Vous relevez de la commission paritaire 200 :



Le Cefora, notre partenaire, vous permet de bénéficier gratuitement d'une sélection de formations de ce catalogue.

Pour en savoir plus sur les formations prises en charge, n'hésitez pas à nous contacter !



Formations par thématique

Voici l'ensemble des formations disponibles en 2024, classées autour des 5 thématiques suivantes : Langues, Accueil, Communication, Conception de produits et Management.

Pour chaque formation, nous vous indiquons la date à laquelle elle est déjà planifiée, ou si elle est disponible à la demande.

Toutes les formations planifiées sont aussi disponibles à la demande, contactez-nous !

LANGUES		
Fiche	Formation	Planning
1	<u>Le néerlandais touristique sans complexe</u>	Session 1 : 22, 23, 24, 29/01, 1/02 Autres sessions à fixer
2	<u>L'anglais touristique sans complexe</u>	Dates à fixer



ACCUEIL		
Fiche	Formation	Planning
23	<u>Gérer les conflits dans un contexte d'accueil touristique</u>	26/11
26	<u>Accueillir des visiteurs présentant des besoins spécifiques</u>	A la demande
27	<u>Accueillir efficacement la clientèle touristique</u>	A la demande
28	<u>Concevoir et aménager un espace d'accueil et de vente</u>	A la demande
35	<u>Intégrer les habitants dans sa stratégie d'accueil</u>	A la demande
37	<u>Le jeu, de l'accueil à la visite, une plus-value pour votre territoire touristique</u>	A la demande
41	<u>Se former à l'audiodescription</u>	A la demande



COMMUNICATION		
Fiche	Formation	Planning
7	Tik Tok, un nouvel outil de promotion touristique	11/03
11	Et si on arrêta Facebook ?	15/04
16	Gérer les relations avec la presse et les influenceurs en 2024 : même combat ?	Session 1 : 18/06 Session 2 : 27/08
18	Optimiser les performances de son site web avec Google Analytics	18 et 25/09
19	Instagram, pilier de la promotion touristique ?	8/10
20	Comment faire pour communiquer de manière responsable ?	11/10
22	Twitch et le streaming en ligne, un intérêt pour les secteurs touristiques et culturels ?	21/11
24	Répondre aux avis en ligne et gérer son e-réputation touristique	3/12 am et 10/12 am
30	Créer des photos et vidéos professionnelles avec son smartphone	A la demande
31	Créer des podcasts touristiques	A la demande
32	Créer gratuitement ses visuels de communications sur l'outil en ligne Canva	A la demande
33	Démarrer sur LinkedIn en tant qu'entreprise touristique	A la demande
36	La technique du nudge. Et si vous influenciez les comportements vertueux de vos visiteurs ?	A la demande
43	Rédiger des contenus attractifs pour le web et les réseaux sociaux	A la demande
44	Usage professionnel de Google Business Profile	A la demande



45	<u>Utiliser l'e-mailing pour promouvoir sa destination touristique et fidéliser les visiteurs</u>	A la demande
-----------	---	--------------

CONCEPTION DE PRODUITS

Fiche	Formation	Planning
3	<u>Le Street Art</u>	26/01 am et 2/02 am
5	<u>L'essor du secteur de l'Outdoor, en Wallonie aussi ?</u>	15/02
10	<u>Créer une micro-aventure sur votre territoire touristique</u>	10, 11 et 12/04
12	<u>Comment adapter sa stratégie marketing à la génération Z ?</u>	23/04
21	<u>Design d'expérience touristique</u>	15 et 16/10
29	<u>Concevoir et organiser une balade à caractère culturel ou touristique</u>	A la demande
34	<u>Guider des groupes de visiteurs</u>	A la demande
39	<u>Le petit patrimoine</u>	A la demande
40	<u>L'art du conte dans la visite guidée</u>	A la demande



MANAGEMENT		
Fiche	Formation	Planning
4	<u>Boîte à outils du tourisme durable</u>	9/02 am et 16/02 am
6	<u>Créer votre business plan</u>	27/02 et 29/02
8	<u>Le WEB 3.0, de nouvelles perspectives pour le tourisme de demain</u>	20/03
9	<u>Approche des tiers-lieux: le b.a.ba pour les pro du tourisme</u>	9/04 et 23/04
13	<u>S'initier à la gestion de projet</u>	Session 1 : 14, 15, et 21/05 Session 2 : 1, 3 et 4/10
14	<u>Intégrer l'Intelligence Artificielle dans sa stratégie digitale</u>	Session 1 : 22/05 Session 2 : 2/12
15	<u>Mettre en œuvre une politique de GRC (Gestion de la Relation Client)</u>	Session 1 : 6/06 Session 2 : 10/09
17	<u>Airtable : une plateforme gratuite pour remplacer Excel et Google Forms, en mieux !</u>	Session 1 : 2/07 Session 2 : 24/09
25	<u>MOODLE – Organisation du tourisme</u>	Offre permanente
38	<u>Organiser la vente de produits touristiques en ligne</u>	A la demande
42	<u>Recruter efficacement dans le secteur touristique</u>	A la demande



Calendrier 2024

Voici l'ensemble des formations planifiées en 2024.

JANVIER				
1	2	3	4	5
8	9	10	11	12
15	16	17	18	19
22	23	24	25	26
29	30	31		

22 + 23 + 24 + 29/01 + 1/02 : Le néerlandais touristique sans complexe

26/01 am + 2/02 am: Le Street Art

30/01 : RWET – Rencontres Wallonnes du E-Tourisme

FEVRIER				
			1	2
5	6	7	8	9
12	13	14	15	16
19	20	21	22	23
26	27	28	29	

9/02 am + 16/02 am : Boîte à outils du tourisme durable

15/02 : L'essor du secteur de l'Outdoor, en Wallonie aussi ?

27/02 + 29/02 : Créer votre business plan



MARS				
				1
4	5	6	7	8
11	12	13	14	15
18	19	20	21	22
25	26	27	28	29

11/03 : Tik Tok, un nouvel outil de promotion touristique

20/03 : Le WEB 3.0, de nouvelles perspectives pour le tourisme de demain

AVRIL				
1	2	3	4	5
8	9	10	11	12
15	16	17	18	19
22	23	24	25	26
29	30			

9/04 + 23/04 : Approche des tiers-lieux: le b.a.ba pour les pro du tourisme

10 + 11 + 12/04 : Créer une micro-aventure sur votre territoire touristique

15/04 : Et si on arrêtaït Facebook ?

23/04 : Comment adapter sa stratégie marketing à la génération Z ?



MAI				
		1	2	3
6	7	8	9	10
13	14	15	16	17
20	21	22	23	24
27	28	29	30	31

14/05 + 15/05 + 21/05 : S'initier à la gestion de projet

22/05 : Intégrer l'Intelligence Artificielle dans sa stratégie digitale

JUIN				
3	4	5	6	7
10	11	12	13	14
17	18	19	20	21
24	25	26	27	28

6/06 : Mettre en œuvre une politique de GRC (Gestion de la Relation Client)

18/06 : Gérer les relations avec la presse et les influenceurs en 2024 : même combat ?



JUILLET				
1	2	3	4	5
8	9	10	11	12
15	16	17	18	19
22	23	24	25	26
29	30	31		

2/07 : [Airtable : une plateforme gratuite pour remplacer Excel et Google Forms, en mieux !](#)

AOUT				
			1	2
5	6	7	8	9
12	13	14	15	16
19	20	21	22	23
26	27	28	29	30

27/08 : [Gérer les relations avec la presse et les influenceurs en 2024 : même combat ?](#)



SEPTEMBRE				
2	3	4	5	6
9	10	11	12	13
16	17	18	19	20
23	24	25	26	27
30				

10/09 : Mettre en œuvre une politique de GRC (Gestion de la Relation Client)

18 + 25/09 : Optimiser les performances de son site web avec Google Analytics

24/09 : Airtable : une plateforme gratuite pour remplacer Excel et Google Forms, en mieux !

OCTOBRE				
	1	2	3	4
7	8	9	10	11
14	15	16	17	18
21	22	23	24	25
28	29	30	31	

1/10 + 3/10 + 4/10 : S'initier à la gestion de projet

8/10 : Instagram, pilier de la promotion touristique ?

11/10 : Comment faire pour communiquer de manière responsable ?

15/10 + 16/10 : Design d'expérience touristique



NOVEMBRE				
				1
4	5	6	7	8
11	12	13	14	15
18	19	20	21	22
25	26	27	28	29

21/11 : Twitch et le streaming en ligne, un intérêt pour les secteurs touristiques et culturels ?

26/11 : Gérer les conflits dans un contexte d'accueil touristique

DECEMBRE				
2	3	4	5	6
9	10	11	12	13
16	17	18	19	20
23	24	25	26	27
30	31			

2/12 : Intégrer l'Intelligence Artificielle dans sa stratégie digitale

3/12 am + 10/12 am : Répondre aux avis en ligne et gérer son e-réputation touristique



1 – Le néerlandais touristique sans complexe



Toute personne amenée à accueillir des visiteurs néerlandophones dans sa structure touristique.



5 sessions :

- 22, 23, 24, 29/01, 1/02 (Namur)
- 4 autres sessions à fixer

5 jours de 9h à 17h



- FormaNam Namur
- Lieux à préciser pour les sessions suivantes

Descriptif :

C'est incontestable, la clientèle néerlandophone représente une part importante des visiteurs en Wallonie. Les accueillir dans leur langue constitue un vrai plus en termes de satisfaction et de fidélisation !

Objectifs :

Développez votre vocabulaire spécifique tourisme et surtout franchissez un pas qui vous permettra de mieux dialoguer avec les touristes néerlandophones en face à face ou par téléphone.

Programme :

- Une formation intensive de 5 jours centrée sur l'oralité et la pratique
- Focus sur le vocabulaire spécifique à l'accueil de la clientèle touristique
- Exercices pratiques, dialogues et échanges.

Pré-requis : minimum niveau A1/A2 (capacité à formuler des phrases simples).

Afin de composer le groupe, nous vous demanderons de nous fournir au préalable (ou de passer) un test de niveau récent.



2 – L'anglais touristique sans complexe



Toute personne amenée à accueillir des visiteurs parlant anglais dans sa structure touristique.



3 sessions, dates à fixer
5 jours de 9h à 17h



Marche-en-Famenne
Ou autres lieux à préciser
pour les différentes
sessions.

Descriptif :

Les visiteurs anglophones sont bien présents en Wallonie et parlent généralement peu français. Il est donc important de pouvoir les accueillir dans leur langue, de même que d'autres visiteurs étrangers qui vont eux aussi utiliser l'anglais pour communiquer.

Objectifs :

Venez booster ou rafraîchir votre anglais touristique et vous pourrez afficher un bel 'English spoken' sur votre bureau !

Programme :

- Une formation intensive de 5 jours centrée sur l'oralité et la pratique
- Focus sur le vocabulaire spécifique à l'accueil de la clientèle touristique
- Exercices pratiques, dialogues et échanges.

Pré-requis : minimum niveau A1/A2 (capacité à formuler des phrases simples).

Afin de composer le groupe, nous vous demanderons de nous fournir au préalable (ou de passer) un test de niveau récent.

3 – Le Street Art



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



26/01 et 2/02
2 X ½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Descriptif :

L'art urbain ou *Street Art* est particulièrement promu pour positionner les destinations touristiques. Au-delà du quartier périphérique qu'il permet de découvrir ou du cœur historique qu'il réinterroge, comment aborder et présenter aux visiteurs ces ressources artistiques variées et multiples ?

Objectifs :

Comprendre le contexte du développement du *Street Art*, pointer les principaux jalons de la discipline et identifier les artistes qui ont contribué à son émergence sont les thèmes qui seront abordés. L'analyse d'une œuvre de *Street Art* pour le visiteur fera l'objet d'une attention particulière.

Programme :

- Introduction : origine du *Street Art* et repères : de l'art public au *Street Art*
- Analyser et interpréter une œuvre de *Street Art* (contextes, *street artists* et leur fonctionnement, thématiques, techniques, trois axes de la communication) en vue d'une visite guidée et/ou activité de médiation, d'une promotion
- Mises en valeur touristiques du *Street Art* en Wallonie et ailleurs
- Acteurs impliqués
- Vocabulaire spécifique
- Bibliographie
- Ressources en ligne.



4 – Boîte à outils du tourisme durable



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



9/02 et 16/02
2 X ½ jour
de 9h à 12h30



Formation en ligne

Descriptif :

Cette formation contribue à un tourisme au bénéfice de tous. Investir une telle démarche nous invite à nous remettre en question. Des touristes sensibilisés participent également à cette transition. Cette formation vous fournira les clés pour accompagner votre projet de tourisme responsable.

Objectifs :

- Comprendre la logique de développement durable et de transition vers un tourisme plus durable
- Opérationnaliser les thématiques du tourisme durable
- Construire une politique RSE au sein de son organisation à l'aide d'outils
- Mesurer les enjeux d'une communication responsable.

Programme :

- Trois piliers du développement durable déclinés pour le tourisme : repères et enjeux
- Des bonnes intentions aux actes : comment rendre concrètes vos actions en faveur d'un tourisme responsable, éthique, environnemental et inclusif
- Communiquer de manière responsable (avant/pendant), positionnement marketing fort
- Ecolabels, labels spécifiques, principe de l'économie circulaire,...
- Une clientèle de proximité à ne pas oublier : les habitants
- Conseils techniques et stratégiques dispensés par les acteurs publics
- Exemples inspirants
- Ressources en ligne.



5 – L’essor du secteur de l’Outdoor, en Wallonie aussi ?



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



15/02
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

L’Outdoor est le secteur qui connaît le plus grand essor depuis 10 ans. Mais qu’est-ce que l’Outdoor ? En quoi le trail running, la randonnée, le bivouac et le packraft sont aujourd’hui des leviers touristiques importants ? Comment peuvent-ils être des ingrédients à la création de produits touristiques innovants et originaux ?

Objectifs :

- Avoir un aperçu global du secteur ainsi que de ses évolutions
- Appréhender les réalités d’un secteur en pleine expansion
- Connaître les pistes permettant le développement d’une offre touristique outdoor.

Programme :

- Aperçu du secteur de l’Outdoor : son histoire, ses acteurs, son essor et l’impact qu’a pu avoir le Covid
- Présentation du secteur en Belgique : les activités reconnues, le cadre législatif, la visibilité de l’outdoor dans le secteur touristique
- Définition des concepts connexes liés à la nature : microaventure, staycation, van life, slow tourisme...
- Aperçu du « terrain de jeu » du secteur de l’Outdoor : les richesses naturelles, environnementales et patrimoniales de Wallonie rentrant dans la composition de produits touristiques « outdoor ».



6 – Créer votre business plan



Managers, gestionnaires, entrepreneurs, propriétaires d'hébergements touristiques, toute personne désireuse de mieux gérer son entreprise.



27/02 et 29/02
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Vous souhaitez définir la stratégie de votre structure ou modifier les activités d'une entreprise ? Le *business plan* structure de façon simple et efficace les projections. Il définit les objectifs à atteindre, les actions à mener, ainsi que les méthodes et les délais nécessaires pour y parvenir.

Objectifs :

- Déterminer les éléments clés et définir les étapes de votre business plan
- Rédiger votre *business plan* (autrement appelé plan d'affaire)

Programme :

- Introduction : un processus de création
- De l'idée au projet : les incontournables
- Préalables au business plan : étude de marché, business model, choix de la forme juridique, stratégie commerciale et opérationnelle
- La collecte d'informations et les données chiffrées
- La structure des produits et des charges
- Hauteur et rentabilité des investissements
- L'étude de marché
- L'estimation des fonds propres et des besoins supplémentaires
- La réforme du code des sociétés et des associations
- Intervenants et acteurs
- Organisation administrative et comptable
- Clés du succès et écueils à éviter.



7 – Tik Tok, un nouvel outil de promotion touristique



Toute personne en charge de créer et gérer un compte Instagram dans une structure touristique ou culturelle.



11/03
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Malgré une volonté de l'occulter du paysage digital, Tik Tok est désormais incontournable. Il est bien loin le temps du réseau social limité au « lip sync ». Aujourd'hui, les marques et entreprises ont bien compris l'intérêt que pouvait représenter Tik Tok pour toucher les adolescents et les jeunes adultes. Force est de constater que de plus en plus de destinations touristiques tentent une percée. Et si Tik Tok était le nouveau réseau social incontournable du tourisme de demain ?

Objectifs :

Au cours de cette formation, nous vous proposons de le décortiquer et de vous offrir les clés pour démarrer un compte professionnel du bon pied.

Programme :

- Présentation de Tik Tok (chiffres clés, public cible, particularités,...)
- Des exemples de campagnes Tik Tok réussies dans le tourisme
- Création d'un compte professionnel et son paramétrage
- Fonctionnalités et création de contenus
- Création d'une campagne publicitaire avec TikTok Ads
- Développer son audience, bonnes pratiques.



8 – Le WEB 3.0, de nouvelles perspectives pour le tourisme de demain



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



20/03
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Web 3.0, Métavers, Cryptomonnaie, tous ces termes sont souvent mélangés, mal compris. Peu aujourd'hui y voient un intérêt concret dans le secteur touristique. Pourtant, en décortiquant la philosophie derrière la technologie, de nombreuses applications peuvent déjà être envisagées pour le tourisme.

Objectifs :

- Comprendre les réalités actuelles du Web 3.0
- Esquisser ensemble les perspectives concrètes d'application dans le secteur du tourisme.

Programme :

- Définir les termes : blockchain, métavers, web 3.0, cryptomonnaie, ...
- Avoir un aperçu des outils disponibles Web 3.0 : stockage de données décentralisé, (re)Appropriation de la data touristique, aperçu des RS présents dans le Web 3.0 (mirroring), OTA's décentralisés (Bitbook, Travel-Prime.io),...
- Avoir un aperçu d'une gestion touristique participative et directe, gouvernance,... (DAO) + D-Ter
- Reconnaître certaines utilités du Web 3.0 pour la promotion et l'organisation touristique :
 - Monnaie locale programmable : cashless, définition d'application (utility token)...
 - Fidélisation : affiliation vers NFT ou token... Ex : Campagne de Dunkerke
- Créer une DAO (organisation autonome décentralisée) afin de déterminer une gouvernance partagée et une stratégie de promotion partagée.



9 – Approche des tiers-lieux : le b.a.ba pour les pro du tourisme



Toute personne en charge d'un projet de création d'un tiers-lieu.



9/04 et 23/04
2 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif : Lieux d'accueil et d'animation, espaces de coworking, comptoirs des loisirs... et bien souvent tout ça à la fois ! La création de tiers-lieux s'articule autour des besoins des populations locales, mais aussi des visiteurs : participer à des ateliers, prendre part à des laboratoires d'innovation sociale, assister à des spectacles, à des expositions, faire ses emplettes à des marchés de terroir, etc.

Objectifs : Qu'est-ce qu'un tiers-lieu ? Quelles sont les variables et les invariants du modèle ? Quelles questions se poser pour le lancement d'une telle dynamique ? A l'issue de la formation, vous aurez une vision complète de ce qu'est un tiers-lieu, les valeurs et principes qui président son fonctionnement ainsi que les jalons et points d'attention du parcours de conception d'un tel projet.

Programme :

- Introduction : Naissance et racines des tiers-lieux
- Origines, définitions, typologies, cas concrets
- Enjeux sociétaux des espaces hybrides, éthiques et positionnement (valeurs, vision, mission)
- Notions d'écosystème (habitants, partenaires, communauté, visiteurs)
- Positionnement et stratégie
- Portage, gouvernance et équipe
- Design de projet
- Design d'espaces et de moments
- Gestion, animation et médiation
- Communication et marketing
- Modèle économique
- Conclusion.

Vous aurez par ailleurs l'occasion d'expérimenter quelques techniques et outils d'intelligence collective.

10 – Créer une micro-aventure sur votre territoire touristique



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



10, 11 et 12/04
3 jours
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Sortez vos touristes du cadre, la micro-aventure est l'activité santé et défis du moment. Comment la concevoir et la réussir ? Comment en faire un moment unique et convivial en toute sécurité ? Cette formation vous permet de poser les bases, d'imaginer votre micro-aventure en tenant compte des éléments naturels et marketing. Soyez curieux !

Objectifs :

Avoir un aperçu du secteur "Outdoor" en Wallonie
Gérer la lecture de carte et la création d'itinéraire
Appréhender l'aspect durable des micro-aventures
Percevoir la micro-aventure comme levier d'attractivité d'un territoire.

Programme :

- Etat des lieux du secteur Outdoor + Création de randonnées & aspects durables
 - Théorie + patrimoine bâti & naturel + cartographie, applis gps
- Approche marketing d'une micro-aventure
 - Storytelling & communication, contes & légendes, tendances et inspirations
- Journée de terrain
 - Matin : cartographie + applications
 - Après-midi : photo & vidéo.



11 – Et si on arrêtait Facebook ?



Toute personne en charge de la stratégie et/ou de la communication digitale d'un opérateur touristique.



15/04
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Après des années à développer des stratégies sur les réseaux sociaux, les opérateurs touristiques espéraient pouvoir se satisfaire de Facebook. Pourtant, l'univers des médias sociaux s'est littéralement transformé depuis le Covid, avec un morcellement de l'utilisation des réseaux sociaux et un déclin amorcé pour le célèbre réseau social de Mark Zuckerberg.

Objectifs :

- Acquérir les éléments clés afin de structurer une stratégie social média en 2024
- Structurer une nouvelle stratégie avec les nouveaux outils digitaux
- Analyser la pertinence des réseaux sociaux afin d'optimiser sa stratégie digitale.

Programme :

- La réalité Social Media en 2024 :
 - Présentation statistique
 - Tendance social media
- Structuration d'une nouvelle stratégie digitale :
 - Définir une identité forte via une marque touristique
 - Affiner ses cibles au regard des réalités social media
 - L'impact de l'IA dans les stratégies digitales de demain
 - L'importance du site web face aux évolutions digitales
- Structuration d'une communication sur les réseaux sociaux :
 - Sur quels réseaux sociaux capitaliser en 2024
 - Structurer son contenu (planning éditorial)
 - Quels outils pour élaborer son contenu social media.

12 – Comment adapter sa stratégie marketing à la génération Z ?



Toute personne active au sein de son organisme ou entreprise touristique.



23/04
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

La génération Z est la première génération *digital native*. Cela la différencie évidemment des générations précédentes dans ses comportements, ses habitudes, sa façon de penser et de consommer. Une génération aux multiples facettes qui doit être intégrée dans une stratégie touristique spécifique.

Comment capter ces touristes et leur donner l'envie de consommer vos produits touristiques, comment les attirer sur votre territoire, dans votre structure ?

En partant de vos expériences de terrain et des stéréotypes parfois bien trempés, c'est ce que nous essayerons de comprendre et de concevoir lors de cette formation.

Objectifs :

- Comprendre les caractéristiques distinctives de la génération Z par rapport aux autres générations
- Imaginer et amorcer une stratégie de communication et des produits touristiques pour capter ces touristes.

Programme :

- Les générations et leurs spécificités
- Les pratiques touristiques et culturelles de la génération Z
- L'accueil, l'attitude, les produits et la communication à adopter pour les capter.



13 – S’initier à la gestion de projets



Toute personne en charge de la gestion d’un projet ou membre d’une équipe projet et désireuse d’améliorer son efficacité.



2 sessions :

- 14, 15, 21/05 (Marche)
- 1, 3 et 4/10 (Namur)

3 jours
de 9h à 17h



- Cdc Tourisme Marche
- FormaNam Namur

Descriptif :

Les secteurs touristique et culturel reposent sur le développement de nombreux projets qui sont pourtant parfois mal définis, mal planifiés ou mal gérés, impliquant de potentiels retards ou des échecs. Une gestion de projet efficace nécessite des compétences précises.

Objectifs :

L’objectif de cette formation est de vous permettre d’acquérir ces compétences et de mettre en place au quotidien les outils de base de la gestion de projet. A la fois théorique et pratique, assortie de nombreux exercices, la formation s’appuiera sur les particularités des secteurs touristique et culturel.

Programme :

- La définition d’un projet et ses principales caractéristiques
- Les grandes étapes du projet et les outils de gestion à utiliser
- L’identification des différents acteurs et de leurs rôles au sein du projet
- La structuration des tâches
- La planification dans le temps
- La gestion des risques et des problèmes potentiels
- Le suivi et la clôture du projet
- Les bases de la communication au sein de l’équipe projet.

14 – Intégrer l'Intelligence Artificielle dans sa stratégie digitale



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique.



2 sessions :

- 22/05 (Marche)
- 2/12 (lieu à préciser)

1 jour

de 9h à 17h



- Cdc Tourisme Marche
- Lieu à préciser

Descriptif :

Depuis quelques temps, l'Intelligence Artificielle est sur toutes les lèvres. Mais quelle réalité se cache derrière ChatGPT, Dall-E, Midjourney, Bard ... ? Pourquoi tant d'applications intègrent désormais l'IA dans leurs services ? Et surtout quelles sont les applications concrètes que les opérateurs touristiques peuvent tirer des IA dans l'élaboration et la construction de leur stratégie digitale ?

Objectifs :

- Présenter le secteur des Intelligences artificielles
- Exposer l'intérêt de l'IA dans le développement d'une stratégie digitale touristique
- Apprendre les rudiments d'une rédaction de prompt.

Programme :

- Le secteur des Intelligences artificielles :
 - Présentation des principales IA commerciales
 - Présentation des outils dopés à l'IA
- L'intérêt de l'IA dans le développement d'une stratégie digitale :
 - Soutien à la création de contenu
 - Support à la stratégie éditoriale
- De l'art de bien écrire un « prompt » :
 - Exercice de rédaction de prompt
 - Présentation de prompts pertinents à une stratégie digitale.



15 – Mettre en œuvre une politique de GRC (Gestion de la Relation Client)



Gestionnaires et responsables marketing de structures touristiques



2 sessions :

- 6/06 (Marche)
- 10/09 (Gosselies)

1 jour
de 9h à 17h



- Cdc Tourisme – Marche
- Cdc Cepegra - Gosselies

Descriptif :

La GRC (ou CRM) n'est pas un concept récent. Cependant, de nombreuses entreprises touristiques ne l'ont toujours pas intégré dans leur stratégie. Maîtriser et optimiser les processus de vente augmente le chiffre d'affaires et contribue grandement à la satisfaction et la fidélisation des visiteurs/clients ...

Objectifs :

- Identifier et comprendre les enjeux de la GRC (Gestion de la Relation Client) dans une institution / entreprise touristique
- Maîtriser les concepts de base
- Mettre en place des outils pour optimiser la GRC au sein de son organisation touristique et fidéliser les visiteurs/clients.

Programme :

- Définitions et enjeux de la GRC, vision stratégique et bénéfices pour l'entreprise / l'organisation touristique
- Elaboration d'une stratégie « orientée client », analyse du parcours du client (réservation, visite)
- Conditions de réalisation : importance de la base de données, optimisation de la gestion, profilage et segmentation des clients, respect de la législation RGPD
- Tour d'horizon des solutions existantes (plateformes gratuites et payantes).

16 – Gérer les relations avec la presse et les influenceurs en 2024 : même combat ?



Responsables en charge de la communication / Relations presse / marketing.



2 sessions :

- 18/06 (Gosselies)
- 27/08 (Marche)

1 jour

de 9h à 17h



- Cdc Cepegra - Gosselies
- Cdc Tourisme – Marche

Descriptif :

Avec l'arrivée des influenceurs et la digitalisation des médias, ces dix dernières années ont connu de véritables bouleversements dans le milieu des « RP » ... Comment trouver et convaincre des journalistes, blogueurs et influenceurs en 2024 ? Quelle stratégie adopter ? Quels outils déployer ?

Objectifs :

- Connaître le paysage médiatique, l'univers des influenceurs et comprendre le marketing de contenu
- Distinguer les différentes manières de travailler et l'utilisation des outils (communiqués ...)
- Définir une stratégie RP incluant les médias classiques, les blogueurs et les influenceurs.

Programme :

- Matinée : les médias classiques
 - Analyse du paysage médiatique en 2024
 - Trouver des journalistes
 - Convaincre des journalistes : la bonne recette
 - Rédiger un communiqué de presse : les bonnes pratiques
 - Créer un dossier de presse et une médiathèque
 - Gérer une interview
- Après-midi : les blogueurs et influenceurs
 - Identifier les bons blogueurs / influenceurs
 - Négocier et contractualiser des accords
 - Organiser des blogtrips.



17 – Airtable : une plateforme gratuite pour remplacer Excel et Google Forms, en mieux !



Gestionnaires, responsables commerciaux / marketing / communication et chefs de projets de petites structures touristiques et culturelles (asbl, TPE/PME)



2 sessions :

- 2/07 (Marche)
- 24/09 (Gosselies)

1 jour
de 9h à 17h



- Cdc Tourisme – Marche
- Cdc Cepegra - Gosselies

Descriptif :

Vous utilisez Excel pour vos bases de données, vos plannings, la gestion de votre organisation touristique au quotidien ? Oubliez ce tableur et adoptez une plateforme « no code » facile à utiliser, gratuite et très puissante, qui vous permettra aussi gérer des formulaires et générer automatiquement des pdf.

Objectifs :

- Maîtriser les principales fonctionnalités de la plateforme Airtable en version gratuite
- Intégrer l'utilisation de cette plateforme dans la gestion quotidienne de son organisation touristique, sans devoir investir dans un CRM ou un ERP.

Programme :

- Analyse des besoins de son organisation touristique (attraction, musée, office de tourisme ...)
- Ouverture d'un compte et approche des différentes fonctionnalités
- Gestion des tableaux de données
- Gestion des formulaires
- Gestion des catalogues en ligne
- Synchronisations et liens entre bases de données
- Formules
- Génération automatique de documents pdf.



18 – Optimiser les performances de son site web avec Google Analytics



Chargé.e de communication, Community Manager, Webmaster, Responsable marketing, ou toute personne en charge du suivi des performances du site web de sa structure touristique.



18/09 et 25/09
2 jours
de 9h à 17h



FormaNam Namur

Descriptif :

Gratuite et efficace, Google Analytics 4 est LA solution d'analyse d'audience de sites web la plus utilisée au monde. Cet outil permet d'obtenir des données essentielles pour comprendre le comportement de vos internautes et donc optimiser la performance de votre site web touristique.

Objectifs :

- Maîtriser les bases de l'outil Google Analytics 4
- Optimiser la gestion de votre site web et l'analyse de votre fréquentation
- Améliorer la performance de vos campagnes publicitaires en ligne.

Programme :

- Configuration du votre compte
 - Fonctionnalités
 - Navigation dans l'interface GA4
 - Création des tableaux de bord
 - Interprétation des statistiques, y compris avec une perspective d'Intelligence Artificielle.
- La formation inclut également une initiation à Google Tag Manager et Google Looker, pour une maîtrise complète de l'analyse web.

Matériel :

Vous pouvez soit apporter votre PC portable soit utiliser un des PC mis à disposition par le Centre de compétence Tourisme (à préciser au moment de l'inscription).



19 – Instagram, pilier de la promotion touristique ?



Toute personne en charge de créer et gérer un compte Instagram dans une structure touristique ou culturelle.



8/10
1 jour
de 9h à 17h



Formation en ligne

Descriptif :

Instagram est devenu au niveau mondial le réseau préféré des utilisateurs devant Facebook et Tik Tok. Aujourd'hui, face à la polarisation des utilisateurs sur les différents réseaux sociaux et la chute de popularité de Facebook, comment appréhender ce réseau social ? Serait-il devenu au fil des ans le pilier de la promotion touristique ?

Objectifs :

- Mise en perspective et présentation complète du réseau social
- Définition de son utilité dans une stratégie de promotion touristique.

Programme :

- Comprendre la réalité Social Media en 2024 :
 - Présentation statistique
 - Tendances social media
- Appréhender Instagram en 2024 :
 - Présentation des fonctionnalités principales
 - Focus sur les nouveautés de ces derniers mois
 - Présentation des canaux d'Instagram (Grille, Stories, Reels,...)
 - Focus sur les comptes pro et créateur
- Structurer sa communication sur Instagram :
 - Stratégie de contenu
 - Comment réaliser facilement des photos pros et des Reels
 - Comment gagner en visibilité.

20 – Comment faire pour communiquer de manière responsable ?



Manager, responsable de communication, chargé.e de communication, personnel en charge de la stratégie et de l'opérationnalisation de la communication au sein d'une structure touristique.



11/10
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Environnement
Mons

Descriptif :

Développer un tourisme plus responsable demande une stratégie opportune et une gestion raisonnée de la communication ; nous parlons aujourd'hui d'une démarche « NR » pour « Numérique Responsable » qui concerne les entreprises désireuses de s'y engager.

Objectifs :

Cette formation vous permettra d'identifier l'impact de la communication numérique de votre structure et d'établir une feuille de route adaptée et réaliste vous permettant de mettre en œuvre vos actions. Votre stratégie intégrera votre politique d'achat, vos usages et vos publications engagées.

Programme :

- Comprendre les enjeux globaux
- Définir un Business Model soutenable
- Préparer le déploiement de la démarche NR
- Favoriser le changement
- Acheter responsable
- Favoriser des usages responsables
- Gérer l'infrastructure
- Concevoir responsable
- Déployer un marketing digital responsable
- Etendre sa démarche NR.



21 – Design d'expérience touristique



Entreprises privées et institutionnelles du tourisme. Directeur, responsable marketing et développement, chargé de projet, responsable de l'accueil ou toute personne chargée de développer des produits ou des expériences touristiques.



15 et 16/10
2 jours
de 9h à 17h



Gembloux

Descriptif :

Dans un contexte très concurrentiel, proposer une expérience inoubliable aux visiteurs est devenu un incontournable. Mais comment s'y prendre pour développer de nouveaux produits et enchanter ce touriste si courtisé ? La méthode du Design Thinking peut vous y aider !

Objectifs :

- Lancer une dynamique de développement ou d'innovation touristique à l'aide du Design Thinking
- Créer un parcours-client et une expérience positive pour les utilisateurs
- Mettre sur pied une démarche d'évaluation et de feed-back auprès du public
- Le cas échéant, élaborer ou revoir votre dispositif d'accueil/de promotion en fonction de l'expérience client, notamment dans sa dimension émotionnelle.

Programme :

- L'origine et les particularités de la méthode du Design Thinking
- Les grandes étapes du Design Thinking. Mise en pratique grâce à un exemple test et à une expérimentation concrète de création d'une nouvelle expérience touristique
- Les différents outils complémentaires utilisés en Design Thinking (Persona, Carte d'expérience, Carte d'empathie, Parcours utilisateur, Questionnaire Problème et Solution, Processus d'itération en fonction de l'évolution du projet ...)
- Les principales étapes du processus d'innovation.

La formation comprendra quelques aspects théoriques mais reposera largement sur des mises en situation. De nombreux exercices ludiques sont au programme visant à favoriser la créativité et la collaboration.



22 – Twitch et le streaming en ligne, un intérêt pour les secteurs touristiques et culturels ?



Toute personne en charge de la stratégie et/ou de la communication digitale d'un opérateur touristique.



21/11
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

Twitch, plateforme de streaming en direct, a vu son contenu se diversifier notamment d'un point de vue touristique et culturel. Le streaming revêt un intérêt pour nourrir votre stratégie de communication en créant des contenus multicanaux au départ d'un seul et même élément : le stream en direct.

Objectifs :

- Montrer l'intérêt du stream en direct
- Acquérir les compétences de base à sa mise en œuvre
- Appréhender la multitude de contenus sous-jacents que l'on peut créer après le direct.

Programme :

- Présentation du streaming et des plateformes comme Twitch
- Intérêt et perspectives du streaming pour le secteur culturel et touristique
- Quelques applications de streams pertinents pour les secteurs touristiques et culturels
- Explication et mise en œuvre d'un stream
- Utilisation du contenu créé après le stream (re-montage YouTube, extrait pour Tik Tok).

23 – Gérer les conflits dans un contexte d'accueil touristique



Toute personne en contact avec la clientèle touristique.



26/11
1 jour
de 9h à 17h



Cdc Tourisme
Marche

Descriptif :

La communication entre les chargés d'accueil dans le secteur du tourisme et la clientèle est parfois compliquée et des conflits peuvent apparaître, particulièrement dans un contexte d'exigence accrue en termes de qualité de l'offre et du service.

Objectifs :

Cette formation d'un jour, théorique mais surtout pratique, vous permettra de faire le point sur votre capacité à gérer les conflits. Elle vous permettra également d'appliquer les notions indispensables pour désamorcer et limiter le conflit, maintenir le dialogue et éviter la montée en tension.

Programme :

- Les grands principes de base de la communication verbale et non verbale
- Les différentes phases/étapes de progression des situations conflictuelles
- Les styles de résolution de conflits (modèle de Thomas Killman)
- Les 5 étapes clés de la résolution de conflits en situation d'accueil
- Exercices pratiques.



24 – Répondre aux avis en ligne et gérer son e-réputation touristique



Toute personne en charge de la communication digitale d'un opérateur touristique, OU amenée à répondre à des avis ou commentaires sur le web et sur les réseaux sociaux.



3/12 et 10/12
2 X ½ jour
de 9h à 12h



Formation en ligne

Descriptif :

Dans un contexte où la qualité de la relation avec la clientèle est devenue un enjeu majeur pour les opérateurs du secteur du tourisme, les avis et commentaires en ligne peuvent avoir des conséquences immédiates sur le comportement d'achat. Il est donc crucial de gérer de façon professionnelle cet aspect de sa présence en ligne.

Objectifs :

- Prendre en main de façon active sa réputation touristique sur le web
- Savoir répondre de façon professionnelle et constructive aux avis ou commentaires en ligne
- Faire des avis en ligne un levier important pour fidéliser ou conquérir une nouvelle clientèle touristique.

Programme :

- Définition de l'e-réputation dans le secteur du tourisme
- Enjeux et impacts de l'e-réputation et identification des opportunités
- Diagnostic de sa réputation en ligne avec un focus sur les plateformes et sites web incontournables pour le secteur touristique
- Mise en place d'outils de veille active sur le web et les réseaux sociaux
- Compréhension des insatisfactions et des avis négatifs en ligne
- Stratégies de réponses et techniques rédactionnelles efficaces
- Trucs et astuces, bonnes pratiques
- Exercices pratiques.



25 – MOODLE – "Organisation du tourisme" pour s'initier au secteur du tourisme



Toute personne intégrant le
secteur du tourisme



Accessible en permanence
Environ 4 heures (modules
à choisir librement)



Formation en ligne

Descriptif :

Un nouveau Mooc en ligne est disponible pour les travailleurs, demandeurs d'emploi et étudiants, afin de présenter le secteur du tourisme, son poids économique au niveau mondial, mais également en Wallonie, la présentation des différentes institutions officielles et associations professionnelles, ainsi qu'un portrait des différents secteurs et sous-secteurs : offices de tourisme, hébergement, attractions touristiques et musées, voyagistes ...

Ce Mooc est accessible en permanence et peut être consulté de manière modulable. De nombreux petits quizz permettent également de tester ses connaissances. C'est l'outil idéal pour vous initier à l'univers professionnel du tourisme !

Objectifs :

- S'initier au secteur du tourisme
- Connaître les institutions touristiques
- Connaître les différents secteurs du tourisme et leurs spécificités.



Formations à la demande

Vous souhaitez une formation spécifique pour votre entreprise, dans vos locaux, sur votre site ?

Nos activités de formation peuvent être organisées spécifiquement pour vous (groupes de minimum 6 personnes, qui peuvent être de plusieurs structures). Ceci concerne :

- **toutes les formations que nous organisons cette année**
- **toute thématique que vous souhaiteriez proposer**
- **toutes les thématiques détaillées ci-après.**

Ces formations, organisées pour votre structure, peuvent par ailleurs être entièrement prises en charge par le Fonds 4S (pour les entreprises de la **CP 329**), ainsi que par le Fonds de formation de la Commission paritaire **333**.

Intéressé.e ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous !



tourisme.info@forem.be

084 24 09 01



26 – Accueillir des visiteurs présentant des besoins spécifiques

2 jours

L'accueil des touristes est une affaire de professionnels. Offrir un accueil unique et prendre en compte des besoins spécifiques des personnes handicapées est incontournable. Si vous êtes désireux de parfaire vos compétences en matière d'accueil, cette formation vous aidera à mieux accueillir vos visiteurs.

27 – Accueillir efficacement la clientèle touristique

1 à 2 jours

Mettez en exergue les points positifs et les points d'attention liés à l'accueil du visiteur dans votre structure afin de les renforcer et de les adapter. Cette formation vous donnera les techniques pour faire de l'accueil du visiteur un moment unique, authentique et chaleureux.

28 – Concevoir et aménager un espace d'accueil et de vente

1 jour

La formation sera participative et pratique. Après un temps consacré à des exemples inspirants et aux notions fondamentales d'aménagement d'espace, vous serez invité.e à prototyper votre espace d'accueil et de vente afin d'établir un 1er cahier des charges de vos besoins et des potentielles actions à mener.



29 – Concevoir et organiser une balade à caractère culturel ou touristique

2 jours

Culturelle, patrimoniale, touristique ou simplement (a)typique : et si vous conceviez une nouvelle offre de balades pour que le touriste découvre toutes les facettes de votre territoire ? Venez chercher tous les trucs et astuces et décrocher les clefs pour la conception et l'organisation d'une balade/ randonnée réussie et sécurisée !

30 – Créer des photos et vidéos professionnelles avec son smartphone

1 à 2 jours

Vidéos : Aujourd'hui, il suffit de sortir son smartphone pour faire une vidéo. Même si cette affirmation est correcte, il convient de monter en puissance afin de fournir des vidéos les plus qualitatives possibles.

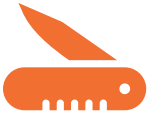
Photos : Proposer de belles images en ligne de sa destination ou de ses produits touristiques est rapidement devenu primordial en communication digitale, en particulier avec l'essor des réseaux sociaux.

Comment faire pour composer une photo de qualité ? Quelles sont les règles de base à connaître, mais aussi les astuces pour créer un univers cohérent et séduisant pour le touriste ?

31 – Créer des podcasts touristiques

2 ou 4 jours

Les podcasts, contenus audios diffusés en ligne, sont devenus un atout de la communication et du marketing d'entreprise. Nomades, ils peuvent être écoutés partout et proposent des contenus originaux et immersifs. Un atout pour votre storytelling touristique !



32 – Créer gratuitement ses visuels de communications sur l'outil en ligne Canva

1 jour

Saviez-vous que vous pouviez faire des économies en créant vous-mêmes certains de vos supports de communication ? Quelques idées, un peu de créativité, quelques clics et le tour est joué. Venez faire le plein d'information sur Canva, cet outil pratique et intuitif de design graphique en ligne gratuit.

33 – Démarrer sur LinkedIn en tant qu'entreprise touristique

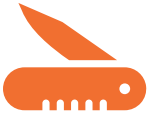
1 jour

Bien plus qu'une simple plateforme de recrutement, LinkedIn est devenu un outil de promotion et de réseautage BtoB puissant et une véritable vitrine pour les entreprises touristiques. En tant qu'entreprise, comment paramétrer une page attrayante ? Quelles publications poster et quand ? Cette formation vous permettra de démarrer efficacement une communication sur ce réseau social professionnel et vous éclairera sur la stratégie de contenu à adopter pour atteindre vos objectifs.

34 – Guider des groupes de visiteurs

2 jours

Activité de médiation coutumière, la visite guidée est une opportunité de créer le lien avec vos visiteurs et ainsi favoriser leur retour. Véritable vitrine de votre professionnalisme et des ressources locales présentées à des touristes exigeants, développez vos compétences en techniques de guidage.



35 – Intégrer les habitants dans sa stratégie d'accueil

1 jour

Cette formation vous permettra de favoriser la participation des habitants dans les projets touristiques, et d'engager une démarche de transition du tourisme en réduisant les impacts négatifs d'un tourisme qui ne tiendrait pas compte des habitants.

36 – La technique du nudge. Et si vous influenciez les comportements vertueux de vos visiteurs ?

1 jour

Le nudge ou "coup de pouce" est un incitant, un outil efficace et peu onéreux pour adapter le comportement et améliorer le bien-être des visiteurs lors de leur expérience touristique.

Créer des nudges pour vos visiteurs, c'est les faire passer de l'intention à l'action. Et si c'était éthique, ludique et... lucratif ?

37 – Le jeu, de l'accueil à la visite, une plus-value pour votre territoire touristique

1 jour

Comment faire jouer les touristes ? Comment les faire patienter dans le bureau d'accueil ?

Comment leur faire découvrir votre région, votre terroir, votre patrimoine « autrement » ?

Comment faire pour qu'ils deviennent acteurs de leur visite ?

Cette formation tentera de vous replonger en enfance, de vous remémorer des émotions liées à ces pratiques et d'essayer de les transposer à votre destination dans le but d'attirer les visiteurs.



38 – Organiser la vente de produits touristiques en ligne

2 jours

Durant cette formation, vous aborderez les notions de stratégie et d'opérationnalisation dans l'e-commerce, vous découvrirez le concept d'OTA et les solutions de e-ticketing, de merchandising, afin d'optimiser votre présence sur le web et générer de la conversion, au bénéfice de votre chiffre d'affaires. Deux journées remplies de conseils pratiques pour franchir le pas !

39 – Le petit patrimoine

2 jours

Cette formation vous permettra d'identifier les éléments du petit patrimoine (thèmes et objets récurrents en Wallonie) et d'élargir vos repères culturels, mais aussi de dégager les informations importantes pour une mise en valeur touristique.

40 – L'art du conte dans la visite guidée

2 jours

Vous modifiez régulièrement les thématiques de vos visites guidées et animations et vous souhaitez développer vos compétences artistiques pour diversifier vos offres à l'intention des familles ? Venez vous initier à l'interprétation de contes en déambulation et apportez un complément à votre activité de guidage ou de médiation.



41 – Se former à l’audiodescription

2 jours

Vous êtes désireux d’accompagner ou de communiquer avec des personnes aveugles ou malvoyantes dans leurs découvertes de vos thématiques ? L’audiodescription est un ensemble de techniques qui permettent de rendre des films, des spectacles ou des expositions, accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes grâce à un texte en voix off qui décrit les éléments visuels de l’œuvre.

42 – Recruter efficacement dans le secteur touristique

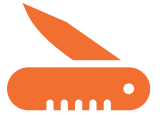
2 jours

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, recruter la bonne personne au bon endroit et au bon moment est devenu un défi important pour beaucoup d’opérateurs touristiques. Cette formation, assortie de nombreux exemples et cas pratiques, vous donnera les clés pour mettre en place un recrutement professionnel, en s’appuyant sur les particularités du secteur touristique.

43 – Rédiger des contenus attractifs pour le web et les réseaux sociaux

½ jour

Il n’y a pas que les visuels sur les réseaux sociaux ! Même si ceux-ci sont devenus primordiaux, l’écriture web adaptée aux différents médias reste un indispensable. Cette formation courte vous permettra de maîtriser les clés de la rédaction web pour une gestion optimale de vos réseaux sociaux.



44 – Usage professionnel de Google Business Profile

1 jour

Découvrez la fiche Google Business Profile et améliorez votre visibilité locale sur le web.

Au programme de cette formation : gestion, optimisation, et animation de votre fiche pour une stratégie de référencement efficace.

45 – Utiliser l'e-mailing pour promouvoir sa destination touristique et fidéliser les visiteurs

1 jour + tutoriels à suivre avant le début de la formation

Cette formation (niveau débutant) vous permettra d'élaborer une stratégie de marketing direct, de gérer des bases de données en respectant la législation RGPD et de concevoir un e-mailing et assurer le routage via une plateforme dédiée.



CONTACT

Centre de
compétence
forem | **tourisme**

Parc d'activités du Wex
Rue de la Plaine, 1
6900 Marche-en-Famenne

Tél: 084 24 09 01

Mail: tourisme.info@forem.be

Site web : www.formation-tourisme.be

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :

