

# #CM ON THE #BEACH



L'évènement Content Marketing & numérique dédié au tourisme

10 & 11 mai 2023

CENTRE EXPO CONGRÈS - MANDELIEU-LA NAPOULE



## Programme Complet





## PROGRAMME

Ateliers pour les **Destinations** : numérotation commençant par **D**

Ateliers pour les **Entreprises** : numérotation commençant par **E**

Ateliers **mixtes** pour les **entreprises et les destinations** : numérotation commençant par **M**

## MERCREDI 10 MAI 2023

9h30h – 10h30 – [Atelier By Région Sud - Directeur et Manager marketing et communication – Tous niveaux]

### Salle Coq Trotteur - D1 – Stratégie DMO #1 – Commercialisation des activités : les destinations plus fortes que les OTA ?

Les activités de loisirs sont très convoitées sur le champ de la distribution et restent la dernière filière du tourisme à se digitaliser au niveau des ventes. Avec des pratiques d'achat massivement « hors ligne » et « en séjour », celle-ci est moins soumise au dictat du web et ne se laisse pas dompter facilement.

- Quelle place pour les DMO sur la distribution des activités face aux OTA ?
- Quels modèles de commercialisation mettre en place au regard des problématiques de cette filière ?
- Quels sont les facteurs clés de réussite (techno, RH, content marketing, professionnalisation ...)?

9h30h – 10h30 – [Atelier Destination APIDAE – Tous niveaux]

### Salle Région Sud - D2 – APIDAE #1 – Nouveaux services, plan de route 2023 et dernières APInews, au service de votre stratégie digitale !

Au cœur de l'organisation de 50% des institutionnels français du tourisme, APIDAE est plus que jamais le moteur de la stratégie numérique de + 600 Destinations et Territoires... De la Data "brute" stockée dans la plateforme à l'infinité d'usages, de recettes et de collaborations à imaginer au sein de l'écosystème : Mettez des abeilles dans votre moteur et roulez où vous voulez aller ! Nouveaux services #QuickTrad, #Consent, Nouveau tableau de bord et nouvelles fonctionnalités... Une heure pour faire un tour de l'actualité de la Plateforme et du Réseau, découvrir ou redécouvrir les fonctionnalités récemment écloses, et celles à venir...

- Comment traduire mes données APIDAE en masse, en 9 langues, en automatique et en instantané ?
- Quel plan de vol pour les Abeilles en 2023 ? APIDAE dévoile sa Roadmap 2023
- Et si vous preniez la main pour le pilotage de la diffusion de vos données ? APIDAE Consent ou le pouvoir de dire Oui !
- What's up, Doc ? Nouveau tableau de bord, dernières évolutions... Toute sur l'actu de la Plateforme !
- Comment performer, gagner du temps et être accompagné dans mes usages ? La gamme des services à la carte APIDAE

9h30h – 10h30 – [Atelier Community Manager – Confirmé]

### Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M3 – Expert CM #1 – Allo! Quoi de neuf dans le social média ?

L'univers des médias sociaux est en perpétuel mouvement. L'innovation y est permanente pour répondre à une concurrence acharnée entre plateformes. Les fonctionnalités se copient, se démultiplient pour capter votre attention malgré des usages générationnels très contrastés et des process publicitaires incontournables.

- Quelles sont les dernières tendances dans le Community Management ?
- Comment s'y adapter selon ses objectifs et ses moyens ?
- Comment travailler nos contenus pour générer une véritable influence ?



# MERCREDI 10 MAI 2023

9h30h – 10h30 – [Atelier Webmaster, Rédacteur web, ... – Confirmé]

## Salle idrezo – M4 – Expert SEO #1 – Dernières tendances : comment gagner encore du trafic ?

Votre visibilité est un enjeu majeur pour votre stratégie touristique. Google est toujours maître du jeu et fait évoluer constamment son algorithme. IA, recherche vocale, SERP, qualité et quantité de contenu, parcours et expérience client, référencement local, la liste est longue et loin d'être exhaustive...

- Quelles sont les dernières tendances SEO ?
- Comment agir en conséquence ?
- Où fixer ses priorités ?

9h30h – 10h30 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – E5 – Optimiser sa « Fiche Google Établissement ».

Elle est incontournable surtout pour les résultats locaux. La fiche d'établissement de Google offre de nombreuses opportunités pour les entreprises du tourisme. On vous dit tout sur son algorithme, les dernières évolutions et les fonctionnalités.

- Comment fonctionne l'algorithme qui gère la visibilité des fiches « établissement » ?
- Quelles sont les évolutions intéressantes pour promouvoir votre établissement ?
- Comment optimiser le contenu de sa fiche ?

# MERCREDI 10 MAI 2023

11h15 – 12h15 [Atelier Directeur et Manager marketing et communication – Tous niveaux]

## Salle Coq-Trotteur – D6 – Stratégie DMO #2 – Mutualisation des plateformes web et gestion des marques de territoire.

La loi NOTRe a redessiné le périmètre de nombreux territoires intercommunaux en intégrant l'autonomie des stations classées. La mutualisation des moyens et le traitement des marques infra territoriales sont devenus des enjeux de pilotage et d'optimisation budgétaire pour les destinations. Les opportunités sont multiples, souvent gagnantes, mais généralement complexes. On fait le point...

- Quelles sont les différentes opportunités de mutualisation de son site web ?
- Peut-on mutualiser, optimiser son budget et rester autonome dans le pilotage de son site ?
- Quelles sont les contraintes et comment valoriser plusieurs marques « infra » dans un seul site web ?
- Quels sont les meilleurs exemples illustrés ?

11h15 – 12h15 [Atelier destination APIDAE By Région Sud– Tous niveaux]

## Salle Région Sud – D7 – APIDAE #2 – Stop à la neutralité du SIT ou comment segmenter des listes de recommandations ?

La neutralité des OGD dans la communication de leurs données touristiques limite la recommandation experte attendue par les internautes. La création de contenus marketés, centrés client, valorisant les meilleurs atouts ou une caractéristique de la destination apporte une valeur ajoutée réelle, accrocheuse et optimisée pour le SEO (visibilité).

- Pourquoi stopper votre neutralité dans l'affichage de vos données SIT ?
- Comment exploiter son SIT avec des listes marketées qui captent l'attention des visiteurs ?
- Comment les mettre en scène sur son site web, ses newsletters, ses réseaux sociaux... ?
- Comment en tirer parti en termes de visibilité ?

11h15 – 12h15 – [Atelier Community Manager – Confirmé]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M8 – Expert CM #2 – La suite.

Contenu détaillé à venir

11h15 – 12h15 – [Atelier Webmaster, Rédacteur web, ... – Confirmé]

## Salle idrezo – M9 – Expert SEO #2 – La suite.

Contenu détaillé à venir

11h15 – 12h15 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – E10 – Avis client : renverser en votre faveur un avis négatif !

Les avis client sont toujours des leviers importants de la transformation commerciale. S'ils témoignent de la qualité de l'expérience vécue, certains peuvent aussi vous noyer dans les bas-fonds de l'insatisfaction client.

- Peut-on renverser la situation en notre faveur à la suite d'un avis négatif ?
- Comment s'y prendre avec méthode pour affiner votre technique de réponse ?
- Quels sont les meilleurs exemples inspirants ?



# MERCREDI 10 MAI 2023

14h – 15h30 – [Atelier Destination By Région Sud – Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – D11 – Les injonctions paradoxales de la promotion touristique face au dérèglement climatique.

Le dérèglement climatique bouscule notre vision du tourisme et ses usages de consommation. L'urgence d'agir de manière responsable s'impose auprès de la population et des managers de destination malgré de multiples contradictions. Il faut pourtant engager notre filière dans une transition vertueuse en préservant notre planète et nos prestataires.

- Quelles sont ces injonctions paradoxales dans le tourisme ?
- Peut-on générer sans danger du contenu éco-responsable pour promouvoir une politique touristique considérée irresponsable par certains ?
- Quelles postures adopter dans sa promotion touristique à l'heure de l'urgence climatique ?
- Comment combiner avec crédibilité des objectifs de développement et d'attractivité avec la protection des ressources ?

14h – 15h – [Atelier Destination – Tous niveaux]

## Salle idrezo – D12 – Quelle est la valeur ajoutée du Social Média dans le tourisme aujourd'hui ?

Depuis 20 ans les médias sociaux impactent notre relation aux autres, au monde et influencent notre consommation. Ils sont devenus incontournables dans le tourisme avec des usages en constante évolution : faut-il encore miser sur eux et si oui, comment ?

- Quel est l'impact sociétal des médias sociaux dans sa dimension touristique ?
- Quelle valeur ajoutée apportent-ils dans la sphère business ?
- Quelles sont leurs véritables utilités dans le parcours client ?
- Peut-on remettre en cause leurs usages dans le marketing touristique ?

14h – 15h – [Atelier Mixte – Débutants]

## Salle Région Sud – M13 – Développer son référencement naturel : on reprend tout dans l'ordre !

Positionner ses pages et son site web dans les premiers résultats de Google demande méthode et respect de certaines règles liées aux algorithmes de Google. Remettons dans l'ordre les éléments clés pour développer sa visibilité étape par étape.

- Par quoi faut-il commencer et quels éléments font la différence ?
- Comment choisir ses combats en SEO ?
- Comment choisir ses mots-clés ?
- Comment optimiser les contenus de ses pages web ?

14h – 15h – [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – M14 – Nouvelles applications du RGPD pour une révolution digitale !

La collecte de données personnelles, bloquée par la suppression des cookies tiers dans Chrome en 2023 et par le RGPD, va impacter les stratégies de marketing digital. Les opportunités de suivre les performances de vos actions numériques vont se réduire et certaines pratiques publicitaires comme le retargeting seront à la peine.

- Comment l'application du RGPD modifie-t-elle la collecte des données personnelles ?
- Quel est l'impact sur vos pratiques du marketing digital ?
- Quelles sont les solutions alternatives envisagées ?

14h – 15h – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Coq-Trotteur – E15 – Comment communiquer sur ses pratiques écoresponsables et sa politique RSE ?

Vous êtes engagé dans une démarche RSE, une pratique du tourisme durable et vous souhaitez le valoriser dans votre communication comme un atout commercial. Panorama des bonnes pratiques...

- Comment valoriser ses pratiques responsables pour générer une image positive en restant honnête et sincère ?
- Sur quels types de contenu miser et sur quels supports ?
- Quels sont les meilleurs exemples inspirants ?



# MERCREDI 10 MAI 2023

16h – 16h45 – [Atelier Destination By Région Sud – Tous niveaux]

## Salle Région Sud – D16 – Pourquoi les conseillers en séjour sont incontournables sur le web ?

Le « quoi faire sur place » est une préoccupation majeure du voyageur en séjour. Les conseillers s'en chargent à l'accueil physique, mais de nombreux outils et ressources numériques sont à leur disposition pour accompagner le client grâce à une recommandation « experte » sur le web.

- Pourquoi valoriser le « quoi faire sur place » dans l'éditorialisation de ses contenus ?
- Comment s'y prendre et avec quels outils ?
- Quels bénéfices en termes de visibilité et d'attractivité pour l'OT et les hébergeurs ?
- Pourquoi cela concerne principalement les conseillers en séjour ?

16h – 16h45 – [Atelier Destination – Tous niveaux]

## Salle idrezo – D17 – Hérault tourisme : site web & stratégie de contenu.

RETOUR D'EXPÉRIENCE : En 2021, Hérault Tourisme lançait son nouveau site web centré sur la recommandation client et la valorisation expérientielle. Il en profite pour réviser sa stratégie de contenu en impliquant une grande partie de son équipe dans une organisation éditoriale partagée valorisant l'expertise métier : témoignages et échanges...

- Quels étaient le contexte et la stratégie initiale pour cette refonte de site web ?
- Comment le projet a-t-il été piloté ?
- Quels sont les facteurs clés de succès identifiés par l'ADT ?
- Quels sont les résultats aujourd'hui et quelles recommandations peut-on en déduire ?

16h – 16h45 – [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M18 – Le top des vidéos touristiques.

La vidéo touristique est un contenu incontournable pour promouvoir une destination ou un établissement. Immersion, séduction et storytelling sont les ingrédients de base qui se déclinent dans l'émotion, le décalé, l'humour et bien d'autres styles... Décryptage des meilleurs exemples 2022 / 2023.

- Quelles sont les dernières tendances de la vidéo touristique ?
- Quelles sont les clés d'une bonne vidéo de promotion ?
- Comment se démarquer dans cette période de mutation ?

16h – 16h45 – [Atelier By Linkeus Mixte – Confirmé]

## Salle Linkeus – M19 – ADS LinkedIn : les formats d'annonce qui cartonnent en BtoB.

Oui, LinkedIn est le réseau social professionnel indiscutable. La plateforme offre de nombreuses solutions publicitaires pour affiner son marketing BtoB, une opportunité pour le MICE.

- Quelles sont les opportunités commerciales BtoB offertes par LinkedIn ?
- Sont-elles pertinentes et performantes pour un usage dans le tourisme ?
- Quels sont les formats efficaces pour le MICE ou pour d'autres activités touristiques ?

16h – 16h45 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Coq-Trotteur – E20 – Yelloh! Village : retour d'expérience sur une stratégie de contenu multicanal qui performe.

Yelloh! Village, est sans doute l'un des chaînes de camping les plus connues. Cette franchise qui œuvre pour près d'une 100 aine de campings en France et en Europe affiche des performances remarquables avec une distribution 100 % maîtrisée, sans intermédiaire. Que ce soit en conquête comme en fidélisation, le contenu est au centre du marketing chez Yelloh! : Décryptage et retours d'expériences !

- Quels sont les contours de la stratégie de contenu de Yelloh! Village et comment est-elle mise en œuvre dans l'organisation ?
- Quels sont les principaux leviers de performances en marketing digital pour Yelloh! ?
- Quels sont les facteurs clés de succès identifiés par l'équipe marketing de Yelloh! ?

# MERCREDI 10 MAI 2023

17h30 – 18h00 [Plénière]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M21 – Les Trophée de l'e-réputation.

Pour récompenser les professionnels les plus vertueux en termes d'e-réputation.

Intervention de François de Canson, Vice-Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur - Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur - Président d'ADN Tourisme et de Christian Mourisard - Président de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud

18h00 – 19h00 [Plénière]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M22 – Les Interviews – Vérité de #CMonTheBeach

3 personnalités charismatiques passées au crible de l'interview-vérité... décalée !



# JEUDI 11 MAI 2023

9h – 10h [Plénière]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M23 – Speech On The Beach.

Carte blanche à 2 speakers expert.e.s et charismatiques pour 15 minutes décoiffantes.

10h15 – 10h45 – [Atelier Destination By Région Sud– Tous niveaux]

## Salle Région Sud – D24 – Influencer l'éco-responsabilité du voyageur en séjour.

Déclencher le comportement écoresponsable de vos clients est un objectif important pour une destination. Une démarche pédagogique et argumentée est nécessaire pour générer une expérience touristique de qualité, mais responsable.

- Quelles données mettre en avant pour inciter à une consommation responsable ?
- Comment la mettre en scène pour accrocher l'attention du consommateur ?
- Quels supports privilégier ?
- Peut-on mesurer la pertinence et la performance de sa communication ?

10h15 – 10h45 – [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M25 – Le Top des meilleures publications Social Média dans le tourisme.

Publier sur les réseaux sociaux demande du talent pour capter l'attention de sa cible tout en atteignant son objectif marketing. Panorama et décryptage des meilleures publications repérées dans le Community Management des destinations et des entreprises.

- Quelles sont les meilleures publications touristiques sur les médias sociaux ?
- Pourquoi génèrent-elles du buzz dans la communauté et au-delà ?
- Comment s'en inspirer sans copier ?

10h15 – 10h45 – [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle idrezo – M26 – Le Top des sites web qui mettent en scène l'expérience touristique.

L'expérience touristique doit savoir se mettre en scène pour permettre aux prospects de se projeter dans un établissement ou une destination. C'est le moyen le plus efficace pour le transformer en client !

- Quels sont les meilleurs sites web dans la mise en scène de l'expérience ?
- Comment mettre en avant l'humain, les émotions et stimuler les sens ?
- Quelles sont les différentes manières de raconter une histoire accrocheuse ?

10h15 – 10h45 – [Atelier Mixte – Confirmé]

## Salle Coq-Trotteur – M27 – Les Ads en re-marketing, c'est fini ?

Qu'il était bon de capter vos visiteurs pour les relancer, les stimuler et donner une suite à leur visite sur votre site web... Mais avec 70% de refus sur l'usage des cookies depuis la mise en place du RGPD et la suppression des cookies tiers par Google, il faut revoir ses audiences, créer ses propres données pour développer de nouveaux process publicitaires.

- Pourquoi la fin des Cookies modifie-t-elle le remarketing ?
- Quelles sont les pistes envisageables pour construire des audiences pertinentes ?
- Sur quelles solutions de diffusion doit-on miser à présent pour sa publicité ?

10h15 – 10h45 – [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – E28 – Yield Management : Comment communiquer sur ses prix ?

En période de crise et d'inflation, la communication sur ses prix et/ou ses conditions devient fondamentale. C'est un argument de vente qui se gère sur un temps court, mais qui doit accrocher fortement vos prospects.

- Comment communiquer sur ses tarifs et sa politique de prix ?
- Comment capter l'attention sans tomber dans le racolage ?
- Sur quels supports déployer cette communication ?
- Quelles sont les bonnes pratiques et les pièges à éviter ?





# JEUDI 11 MAI 2023

11h15 – 12h15 [Atelier Destination By Région Sud– Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – D29 – Quel marketing pour désaisonnaliser le tourisme : l'exemple de Nice Côte d'Azur.

Quelle destination ne rêve-t-elle pas de réguler les flux touristiques sur les 4 saisons ? Un vœu récurrent qui demande une approche marketing fine centrée sur les atouts du territoire et une connaissance approfondie des clientèles potentielles : focus sur l'exemple de Nice Côte d'Azur en hiver.

- Désaisonnaliser le tourisme sur un territoire, est-ce une utopie ?
- Quels écueils faut-il surmonter ? Ouverture des prestataires ? Programmation événementielle ? ...
- Quelles stratégies, tactiques et méthodes mettre en place pour quels résultats ?

11h15 – 12h15 [Atelier Destination – Confirmé]

## Salle idrezo – D30 – TikTok pour les destinations : stratégies et bonnes pratiques.

TikTok poursuit sa croissance et propose encore plus de fonctionnalités et d'opportunités publicitaires. Le réseau est incontournable et impose ses codes auprès d'un public de plus en plus large.

- Pourquoi et comment s'investir dans l'animation de son compte TikTok ?
- Quelles sont les bonnes pratiques à adopter ?
- Quels sont les cas pratiques inspirants pour votre marketing territorial ?

11h15 – 12h15 [Atelier Mixte – Confirmé]

## Salle Région Sud – M31 – SEO : produire du contenu en première page de Google.

Écrire le bon contenu ou optimiser celui en place pour accéder aux premières positions sur les moteurs de recherche est une quête absolue pour un marketeur. De l'usage des bons mots-clés au rubriquage pertinent centré sur le lecteur, les savoirs-faire et les astuces sont toujours les bienvenus...

- Comment écrire un contenu approprié pour les algorithmes de Google ?
- Sur quels outils s'appuyer pour gagner du temps et de la pertinence ?
- Quelles sont les meilleures astuces pour grignoter les premières places ?

11h15 – 12h15 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – M32 – Communiquer pour recruter à l'ère de la grande démission.

À l'heure de la « grande démission », la difficulté pour recruter contraint à mettre en place de vraies stratégies d'attractivité dans les établissements publics et privés. L'argumentaire et l'image déployée doivent convaincre vos futurs et jeunes collaborateurs d'une expérience positive à vivre dans vos structures...

- Comment travailler sa "marque employeur" pour attirer les talents ?
- Quelles innovations pour capter les jeunes générations ?
- Pourquoi et comment communiquer finement sur le sens, les valeurs et le bien-être au travail ?
- Comment veiller et préserver son image d'employeur au top ?

11h15 – 12h15 [Atelier Entreprise – Débutant]

## Salle Coq-Trotteur – E33 – Faut-il investir tous les réseaux sociaux pour promouvoir son business ?

Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, LinkedIn, YouTube ... : la liste des médias sociaux est longue, attirante, mais est-ce jouable et raisonnable de tous les investir pour son business sans se disperser ?

- Comment faire ses choix de présence ?
- Quels objectifs se fixer en fonction de ses moyens ?
- Quels types de contenus produire et publier ?
- Comment agir selon sa taille et ses moyens ?

# JEUDI 11 MAI 2023

14h00 – 15h30 [Destination By Région Sud – Tous niveaux]

## Salle idrezo – D34 – Comment traiter la mobilité et l'itinérance sur son site web ?

Randos, road-trips thématiques, grands itinéraires, widgets, Maas, les mobilités et l'itinérance sont des préoccupations majeures pour les OGD. Le touriste reste en quête de suggestions pour vivre une expérience de visite singulière et les OGD doivent en garantir la qualité tout en gérant l'impact carbone.

- Quels sont les différents types d'itinéraires à valoriser ?
- Comment les mettre en scène sur le web ?
- Quelles solutions technologiques pour conseiller le voyageur sur l'accès au territoire ?
- Comment inciter l'usage d'un transport bas carbone ?

14h00 – 15h00 [Destination – Confirmé]

## Salle Coq-Trotteur – D35 – Le monitoring digital de sa destination.

Une stratégie digitale se pilote à partir de données fiables et multiples qu'il s'agira d'interpréter avec clairvoyance et expertise pour évaluer l'atteinte des objectifs posés et corriger les actions mises en place.

- Peut-on encore poser une stratégie digitale sans l'évaluer dans sa mise en œuvre et sur les résultats ?
- Comment structurer un monitoring digital en lien avec son plan marketing ?
- Quels sont les outils disponibles pour construire son monitoring ?
- Comment aborder l'évolution du RGPD pour s'assurer des données fiables ?

14h00 – 15h00 [Mixte – Confirmé]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M36 – SOS : Comment répondre à l'exigence de la création massive de contenu ?

L'évolution du tourisme exige de toucher ses clients et ses prospects dans un marketing de plus en plus ciblé et multicanal. Une contrainte croissante en terme d'animation de ses supports digitaux qui nécessite une production de contenu soutenue et qualitative pour performer.

- Comment s'organiser pour répondre à cette exigence de plus en plus prégnante ?
- Comment prioriser ses objectifs, ses contenus et ses supports ?
- Comment mobiliser plus de ressources internes et externes ?
- Sur quels outils s'appuyer ?

14h00 – 15h00 [Mixte – Tous niveaux]

## Salle Région Sud – M37 – Communication de crise : Quelle méthodologie et comment s'adapter ?

La communication des destinations fait face à un environnement de plus en plus sujet aux crises. Des situations souvent prévisibles, mais complexes à gérer pour les Community Managers qui doivent prendre la parole pour diffuser les bons messages.

- Quelle méthode mettre en place face aux crises potentielles ?
- Faut-il réagir, ou pas, en situation tendue ?
- Quels sont les scénarios envisageables selon le contexte ?

14h00 – 15h00 [Atelier By Linkeus – Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – E38 – L'influence au service de la communication MICE.

Le marketing d'influence a de multiples vertus reconnues. Sont-elles applicables au MICE et son business BtoB ? Retour d'expérience de LINKEUS sur un projet piloté avec Atout France.

- Les influenceurs peuvent-ils vraiment influencer une clientèle BtoB ?
- Quels sont les profils des influenceurs « MICE » ?
- Comment les aborder, les sélectionner et travailler avec eux ?
- Quels types de contenus génèrent-ils et sur quels supports ?
- Quels résultats en attendre ? Comment les évaluer ?



# JEUDI 11 MAI 2023

16h – 16h30 [Atelier Destination By Région Sud– Tous niveaux]

## Salle idrezo – D39 – Communiquer sur l'empreinte carbone, un enjeu clé pour demain.

Notre empreinte carbone est devenue la référence de notre comportement responsable. Un critère qui influence de plus en plus la consommation touristique et qui valorise parfois une politique territoriale vertueuse. Un moyen aussi d'inviter nos clients à adopter une bonne conduite environnementale.

- Comment et pourquoi valoriser l'empreinte carbone de sa destination ?
- Sur quelles activités communiquer ? Mobilité, hébergements, loisirs ?
- Comment mettre en scène les résultats sans faire de greenwashing ?
- Comment inciter le client à consommer de façon responsable avec des offres suggérées ?

16h – 16h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle Coq-Trotteur – M40 – Content Manager : un métier d'avenir !

Face aux exigences éditoriales de la communication multicanal, la coordination, la production et la diffusion des contenus promotionnels d'une destination ou d'une entreprise en lien avec son cadre marketing deviennent une mission essentielle. Le content manager en a la charge : focus sur ce métier intégré dans le nouveau référentiel du Chargé de Projet E-Tourisme d'ADN Tourisme

- Pourquoi le content manager devient un métier incontournable dès aujourd'hui ?
- Quelles sont les principales missions d'un manager de contenu ?
- Quelles sont les compétences attendues ?

16h – 16h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M41 – Top 10 des petits outils du web qui envoient du lourd !

Ils facilitent votre agilité numérique au quotidien pour produire vos contenus. Image, vidéo, texte ... Le web offre de nombreux outils qui vous font gagner du temps et de l'efficacité : le Top 10 !

- Quels sont les outils incontournables du web pour la production de contenu ?
- Comment gagner du temps avec ?
- Sont-ils gratuits, payants et faciles à utiliser ?

16h – 16h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle Région Sud – M42 – L'écoconception de site web.

Les sites web génèrent eux aussi un bilan carbone impactant pour la planète. L'approche technique du site, les contenus diffusés peuvent s'optimiser pour vous rendre plus vertueux. Mais où peut-on, où doit-on placer le curseur sans dégrader vos objectifs marketing ? Et à quoi sert un site éco conçu si vous faites une promotion qui ne l'est pas...

- L'écoconception de son site web est-elle une priorité ?
- Jusqu'où faut-il pousser une conception écoresponsable ?
- Comment arbitrer entre les différents leviers de l'éco responsabilité digitale ?
- Comment travailler le sujet avec les agences web ?

16h – 16h30 [Atelier Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus –E43 – Quelle réalité derrière l'étiquette "éco-responsable" des OTA ?

Les pratiques « durables » d'un établissement deviennent des critères décisifs dans le processus d'achat des voyageurs. Si Booking semble actuellement la seule OTA référente à identifier l'offre « éco-responsable », les plateformes spécialisées Greengo, Vaolo ou WeGoGreenR veulent s'imposer sur le marché.

- Quelles OTA présentent une offre « éco-responsable » dans leur listing ?
- Sur quels critères et méthodes de vérification se basent-elles pour qualifier cette offre « éco-responsable » ?
- Quel avenir pour la distribution d'une offre touristique « éco-responsable » ?



# JEUDI 11 MAI 2023

16h45 – 17h30 [Atelier Destination By Région Sud– Tous niveaux]

## Salle idrezo – D44 – Comment communiquer positivement sur des contraintes imposées ?

Pour gérer le surtourisme, la préservation de la biodiversité, les risques climatiques (incendie, inondation, pénurie d'eau...), les destinations et les sites touristiques imposent parfois des contraintes (restriction d'ouverture, réservation, quota ...).

- Comment communiquer sur ces dispositifs en préservant l'attractivité touristique et le bien-être des habitants ?
- Sur quels leviers appuyer pour générer l'acceptabilité de ces contraintes ? Pédagogie, valeur, humour... ?
- Quels sont les comportements et les pièges à éviter ?
- Quels sont les exemples inspirants ?

16h45 – 17h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Amphi Provence-Alpes-Côte d'Azur – M45 – Comment utiliser l'Intelligence Artificielle pour générer son contenu ?

L'arrivée récente de Chat GPT avec sa capacité d'écrire comme un humain est une révolution qui va bouleverser le métier de la rédaction web et par conséquent du SEO. Si la fiabilité de l'information fait encore défaut, un bon usage de l'outil peut vous aider au quotidien dans vos missions de marketeur, rédacteur, Community Manager... Mais attention d'en faire bon usage !

- Quels sont les champs d'application de l'intelligence artificielle dans le marketing digital ?
- Que valent ces contenus, sur le fond, sur la forme ?
- Comment les utiliser avec efficacité dans sa propre production de contenu ?
- Pourquoi faut-il rester vigilant et comment ?

16h45 – 17h30 [Atelier Mixte – Tous niveaux]

## Salle Région Sud – M46 – Métavers et Tourisme... le Yin ou le Yang ?

Le métavers, espace de réalité virtuelle en 3D, est annoncé par certains comme la prochaine révolution du web. Explorons ensemble la création de valeur qu'il peut apporter dans les métiers du tourisme : 5 arguments pour son utilité, 5 pour son inutilité.

- Le métavers est-il vraiment la révolution annoncée et attendue ?
- Est-il juste l'arnaque du siècle pour engranger les dollars ?
- Quels sont les champs d'application où il apporte(ra) de la valeur ?

16h45 – 17h30 [Atelier Mixte – Confirmé]

## Salle Coq-Trotteur –M47 – ADS : Le contenu au service de la vente, le social selling ?

La publicité associée aux médias sociaux s'impose dans la stratégie digitale de votre Community Management. Vendre via son intermédiaire est une opportunité pour transformer vos ventes.

- Quels sont les formats social ADS qui transforment le mieux ?
- Comment les utiliser sur quelles plateformes ?
- Quel budget miser pour quel retour attendu ?

16h45 – 17h30 [Atelier by Linkeus Entreprise – Tous niveaux]

## Salle Linkeus – E48 – Présenter sa structure ou un service en vidéo ne s'improvise pas !

Communiquer par la vidéo devient incontournable, mais exige un véritable savoir-faire avec un minimum d'outils. Mise en scène, cadrage, scénario... Focus sur les bonnes pratiques inhérentes au format vidéo.

- La vidéo de promotion : comment en faire un atout ?
- Pourquoi choisir le format vidéo ? Qu'est-ce qui mérite d'être présenté par vidéo ?
- Quels sont les principes de base à respecter dans la mise en scène et la captation ?
- Quels formats pour quelle diffusion ? Quel budget ? Quel matériel ?
- Quels sont les 10 pièges à éviter ?



CM ON THE  
BEACH

C'est possible grâce à eux !

