

**PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT
DES PROFESSIONNELS DU TOURISME 2021**





UN SOUTIEN UNIQUE POUR LE TOURISME

édito

Inédite et brutale, la crise économique qui accompagne la crise sanitaire impacte profondément les entreprises du territoire, notamment celles liées à l'activité touristique.

C'est pourquoi, Auray Quiberon Terre Atlantique et l'Office de Tourisme Communautaire ont travaillé à un plan d'actions ambitieux d'une valeur de plus d'1 million d'euros pour accompagner la relance économique des entreprises touristiques de notre territoire.

Un dispositif 100% local qui vient abonder les dispositifs nationaux et régionaux existants.

Un soutien unique pour le tourisme dans le Morbihan qui a pour objectifs :

- ◆ d'accroître la visibilité du territoire et de sa destination touristique, en doublant le budget dédié à la campagne promotionnelle de la Baie de Quiberon qui cette année sera télévisuelle et digitale pour élargir le public et partir à la re-conquête des jeunes actifs et des seniors : 100 000 € en 2021
- ◆ de participer à la promotion des activités locales. L'Office de Tourisme a décidé d'offrir l'adhésion 2021 aux entreprises déjà partenaires avant la crise en 2020, afin de leur faire bénéficier gratuitement, pour la saison prochaine, de ses outils de promotion - Valorisation : 325 000 €

- ◆ d'accompagner les entreprises face aux changements et aux nécessaires adaptations à travers des temps de formations sur des thématiques qu'elles auront identifiées (la transition écologique, le webmarketing...)

- ◆ de créer une dynamique d'échanges pour travailler ensemble : À l'image du réseau des acteurs des activités nautiques, dont l'organisation et l'implication de ses membres est un succès, la Communauté de Communes et l'Office de Tourisme souhaitent reproduire cette dynamique constructive pour chaque secteur d'activité touristique.

Ce plan d'accompagnement opérationnel et concret, présenté et validé par près de 80 entreprises locales présenté lors de 4 web-séminaires dédiés aux professionnels (janvier 2021), vous est consacré et **nous vous invitons à vous inscrire nombreuses et nombreux aux actions proposées dans les pages à suivre.**

Alors que des incertitudes planent encore sur le démarrage de la saison touristique et son déroulement, plus que jamais, c'est la solidarité, le collectif et l'action groupée qui font sens pour rester visibles et agiles dans un contexte de changement accéléré.



Philippe Le Ray, Président d'Auray Quiberon Terre Atlantique



Yves Normand, Président de l'Office de Tourisme de la Baie de Quiberon et Vice-Président en charge de l'attractivité, au tourisme et à l'événementiel

PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT DES PARTENAIRES

2021

Sommaire

Découvrez les formations ainsi que les offres et les aides pour soutenir votre activité

L'OFFRE DE L'OFFICE DE TOURISME

OPTIMISEZ VOTRE VISIBILITÉ SUR LE WEB



- ◆ Mettre en place une démarche webmarketing efficace dans l'E-tourisme - **Fiche 1**
- ◆ Bénéficier d'un accompagnement personnalisé - **Fiche 2**
- ◆ Créer et gérer votre compte Google My Business - **Fiche 3**
- ◆ Analyser et utiliser les statistiques de son site Internet avec Google Analytics - **Fiche 4**
- ◆ Rédiger des contenus efficaces pour optimiser le référencement naturel sur son site - **Fiche 5**
- ◆ Définir et mettre en place une campagne avec Google Ads - **Fiche 6**

AUGMENTEZ VOTRE VISIBILITÉ VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

- ◆ Créer vos campagnes payantes sur les réseaux sociaux - **Fiche 7**
- ◆ Découvrir FB, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, YouTube - **Fiche 8**
- ◆ Bien gérer votre modération sur les réseaux sociaux - **Fiche 9**
- ◆ Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux - **Fiche 10**



AMÉLIOREZ VOTRE STRATÉGIE DE CONTENUS

- ◆ Prendre des photos qualitatives et attrayantes - **Fiche 11 / Fiche 12**
- ◆ Enrichir vos contenus avec des vidéos et photos professionnelles - **Fiche 13 - Fiche 14**

PROFITEZ D'UNE OFFRE PROMOTIONNELLE

- ◆ Réserver une campagne publicitaire sur www.baiedequiberon.bzh - **Fiche 15**

CRÉEZ DU LIEN AVEC ET ENTRE LES PARTENAIRES

- ◆ Découvrir les rendez-vous 2021 - **Fiche 16**



sommaire (suite)



L'OFFRE D'AURAY QUIBERON TERRE ATLANTIQUE

SOUTENIR LES COMMERCEs, HÔTELS ET RESTAURANTS DE PROXIMITÉ

- ◆ Aider le commerce de proximité à investir avec Le Pass Commerce Artisanat – Fiche 17
- ◆ Développer la présence en ligne avec le Pass Commerce Artisanat numérique – Fiche 18

AIDER LES STRUCTURES NAUTIQUES ET CONCHYLICOLES

- ◆ des aides à l'équipement nautique & conchylicole – Fiche 19
- ◆ des formations pour les structures conchylicoles – Fiche 20

AUTRE OFFRE

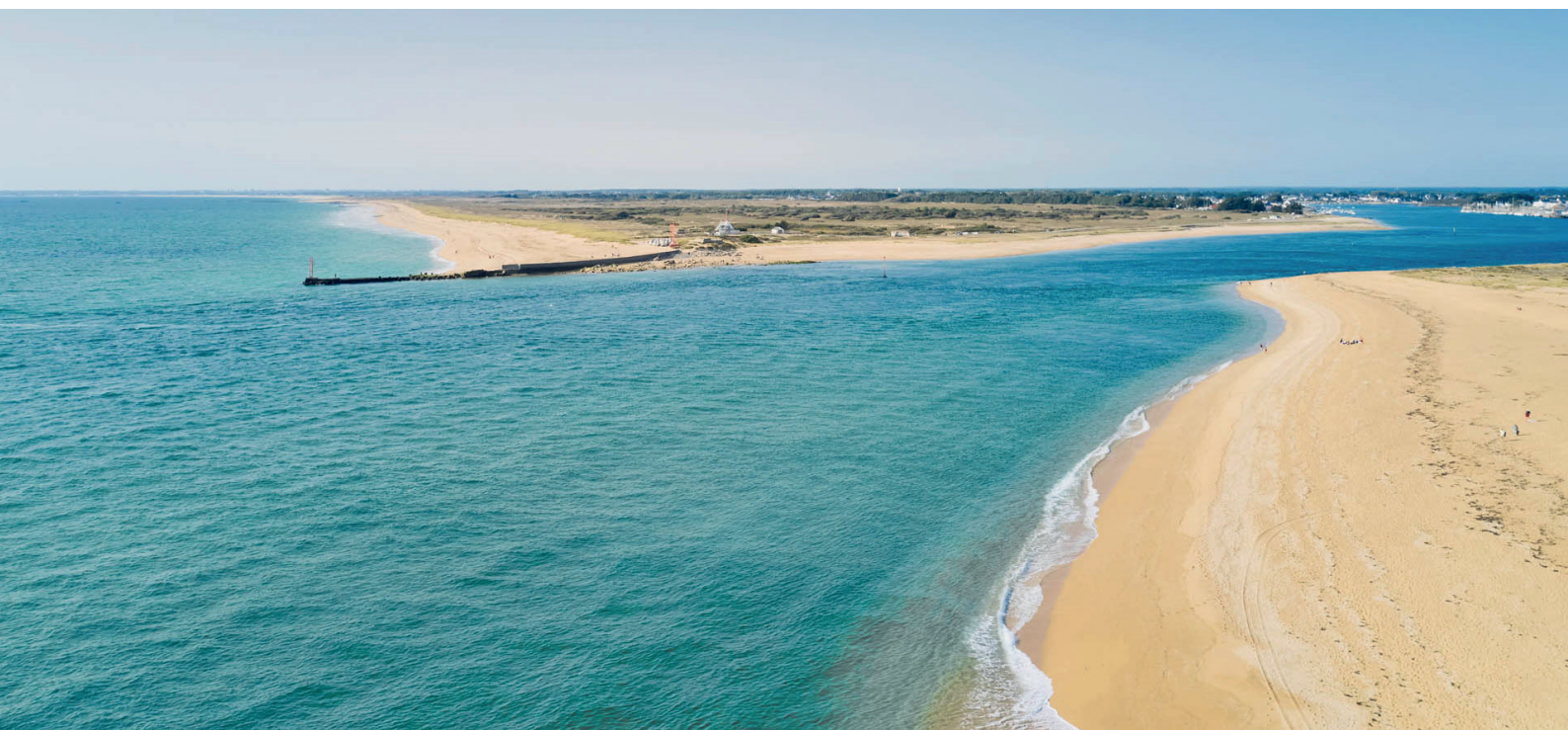
AIDE POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE VOTRE ENTREPRISE

- ◆ Le dispositif « Tremplin » et le fonds tourisme durable de la Région et de l'Adem – Fiche 21

CONTACTS UTILES – Fiche 22

L'OFFRE DE MORBIHAN TOURISME

- ◆ Bénéficier des actions de Morbihan Tourisme – Fiche 23



METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE WEBMARKETING EFFICACE

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

MEDIAVEILLE
ambition & stratégie digitale

Les objectifs de la formation

- Bien comprendre le comportement de vos clients potentiels sur le web et capter leur attention.
- Identifier ce qui peut être mis en place pour vous faire connaître, développer votre activité et fidéliser vos clients via le référencement de votre site, la communication via les réseaux sociaux, les campagnes d'e mailing ...



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître les tendances et les comportements des internautes sur un site de e-tourisme
- Maîtriser les leviers webmarketing à actionner en fonction de ses objectifs



PUBLICS PRIORITAIRES*

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS Hébergeur (hôtels, campings, résidences de vacances...) Etablissement de loisirs - Producteurs locaux et restaurateurs

* Formation ouverte aux autres partenaires si disponibilité



PRÉREQUIS

Maîtriser la navigation Internet, connaître les usages des moteurs de recherche



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert en e-tourisme salarié de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 JOUR (= 2 demi-journées) - DÉBUTANT (en distanciel)
1 JOUR (= 7 heures) - INTERMEDIAIRE (en présentiel)



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

L'e-tourisme sur Internet

- Les chiffres - Les évolutions
- Le webmarketing pour l'e-tourisme

Ergonomie

Acquisition : obtenir des prospects et clients

- Le référencement naturel SEO
- Le référencement payant SEA
- Les Social Ads
- Le remarketing
- Les meta-search
- Les annuaires comparateurs
- L'affiliation

La notoriété : se faire connaître sur Internet

- Display
- Vidéo
- Social Ads
- L'emailing de masse
- Le content marketing

Fidéliser ma clientèle

- Newsletters et Marketing Automation
- Les médias sociaux

Comment piloter son plan de communication ?

- Définir ses objectifs & ses leviers

Suivre et optimiser son plan de communication

- Mesure des performances & Web analyse

INSCRIVEZ-VOUS ICI



BÉNÉFICIER D'UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ - SEA

MEDIAVEILLE
ambition & stratégie digitale

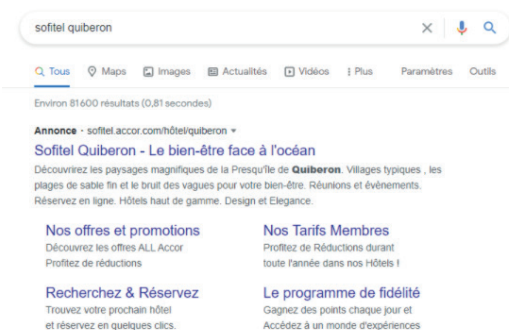
ACCOMPAGNEMENT GRATUIT

BUDGET ACHATS DE MOTS CLÉS À LA CHARGE DU PARTENAIRE

Qu'est-ce que le SEA ?

► Le SEA, également appelé référencement payant, est un acronyme pour «Search Engine Advertising» qui signifie littéralement **publicité sur les moteurs de recherche**.

Exemple sur Google



Une présence optimisée sur Google et en exploitant les extensions adaptées à votre activité.

LES AVANTAGES DE L'ACHATS DE MOTS CLÉS

- Une visibilité et des performances immédiates
- Atteindre précisément vos prospects
- Un retour sur investissement rapide
- Adapté à tout type d'entreprise

PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS Hébergeur (hôtels, campings, résidences de vacances ...) Etablissement de loisirs Producteurs locaux et restaurateurs
Jauge maximale - 30 partenaires

QUEL EST L'OBJECTIF

Médiaveille, agence spécialisée en référencement et webmarketing, vous accompagne en SEA afin de

- Générer du trafic vers vos supports web
- Développer le business issu du digital

DÉROULÉ

- Accompagnement en SEA (analyse, conseil, mise en place et suivi des campagnes) : service financé par l'Office de Tourisme mais traité avec chaque professionnel individuellement
- L'achat des campagnes publicitaires sera directement financé par chaque professionnel partenaire.
- L'agence fera une recommandation d'investissement. **Investissement minimum 300€**

DURÉE

Délai de réalisation de 3 mois par professionnel (avril à juin puis de septembre à novembre), afin de stimuler l'activité en avant et après saison.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Des rapports d'analyse de campagne vous seront transmis par l'agence.

QUEL EST L'INTÉRÊT POUR LES PROFESSIONNELS ?

- Être conseillé et accompagné gratuitement par une agence spécialisée dans le référencement web
- Bénéficier de tarifs dégressifs négociés auprès de Médiaveille si vous souhaitez poursuivre au-delà de cette opération.

INSCRIVEZ-VOUS ICI



CRÉER ET GÉRER VOTRE COMPTE GOOGLE MY BUSINESS

ACCÈS GRATUIT À L'ATELIER



Intervenante : Tracy Lavenant
Office de tourisme de la Baie de Quiberon
Durée : 1 demi-journée en présentiel
Public : Tous partenaires de l'Office



Google
My Business

- ▶ Google My Business est un outil mis en place par Google pour les organisations et entreprises.
- ▶ **Simple et gratuit**, il permet de gérer votre présence en ligne, dans la recherche Google et sur Maps.
- ▶ Google My Business est très utile pour mettre en avant votre restaurant, café, boutique, magasin ...
- ▶ Vous pouvez y définir votre localisation, des horaires d'ouverture, des avis clients...

Objectifs de l'atelier

- ▶ Savoir créer et piloter votre compte Google My Business
- ▶ Améliorer votre référencement local
- ▶ Augmenter votre visibilité et votre crédibilité
- ▶ Savoir gérer et répondre aux avis
- ▶ Augmenter la prise de contact et les réservations

Contenu de l'atelier

- ▶ Présentation de l'interface Google My Business
- ▶ Le fonctionnement de Google My Business pour une entreprise
- ▶ Créer un compte et renseigner les informations de base
- ▶ Utiliser les outils à disposition (photos, messages, offres...)
- ▶ Gérer les avis et y répondre

Exemple sur Google



INSCRIVEZ-VOUS ICI



INITIATION À GOOGLE ANALYTICS

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

Les objectifs de la formation

MEDIAVEILLE
ambitions & stratégie digitale

- Connaître et savoir analyser vos principales statistiques grâce à Google Analytics
- Mesurer votre retour sur investissement et vérifier que votre site Internet est bien visible sur le web
- Connaître votre audience et la façon dont elle interagit sur votre site. Ainsi vous saurez si votre site Internet attire du trafic, par quel moyen, si vos visiteurs sont intéressés par vos contenus, vos produits, vos services etc.



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Adopter une démarche Web Analytics pour mesurer la performance de son site
- Savoir analyser et interpréter les données de la Web Analyse



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprises situées sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Maîtriser la navigation sur internet



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert certifié Google Analytics salarié de Mediaville
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 demi-journée (en distanciel)



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Qu'est-ce que la Web Analyse ?

- Définition et intérêt, le processus de webanalyse
- Optimisations on-site versus off-site
- Les différentes solutions d'analyse
- Le fonctionnement de Google Analytics et la précision des données

Le vocabulaire

- Taux de rebond, durée de la session, taux de conversion, les différentes sources de trafic, etc.

Les indicateurs clés de la performance

- Quels sont-ils ? Comment les définir ?
- Mettre en place un tableau de bord de suivi

Création de compte et marquage

- Création de compte, de propriété, de vue
- Découverte des principaux marqueurs Google Analytics: marqueur de suivi, event, pageview, marqueur e-commerce
- Note sur les autres marqueurs

Configuration de Google Analytics

- Configuration d'un compte, d'une propriété, d'une vue
- Gestion des utilisateurs, création d'objectifs, mise en place de filtres

Prise en main de l'interface

- Introduction aux expressions régulières (ou RegEx)
- Comprendre les différents éléments de l'interface

L'analyse en temps réel

Analyser votre audience

- Origine géographique, type d'appareils...

Connaître vos sources d'acquisition de trafic

- Optimisation des différentes sources, analyse des campagnes de liens sponsorisés

Analyser le comportement de vos internautes

- Analyse des pages du site, recherche sur site, analyse des événements sur le site

Suivre les conversions sur votre site

- Statistique par objectifs, commerce électronique, entonnoirs multicanaux

Pour aller plus loin

- Rapports personnalisés, raccourcis, création d'alertes

Quizz type certification Google Analytics

INSCRIVEZ-VOUS ICI



QUELS CONTENUS POUR OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL SUR SON SITE ?

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

Les objectifs de la formation

MEDIAVEILLE
ambition & stratégie digitale

► Être bien référencé, c'est-à-dire présent en haut des pages de résultats de moteurs de recherche sur des requêtes pertinentes qui permettront à votre entreprise d'attirer plus d'internautes sur votre site.



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Savoir structurer son contenu pour répondre aux critères de Google
- Savoir rédiger efficacement pour satisfaire l'internaute
- Trouver des idées de contenus pour développer sa visibilité sur le web



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprises situées sur le territoire d'AQTA et enregistrées au RCS

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Maîtriser la navigation sur internet, pas de connaissance en langage informatique demandé



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert en référencement naturel salarié de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 demi-journée **Débutant** (en distanciel)
1 demi-journée **Intermédiaire** (en distanciel)



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Fonctionnement des moteurs de recherche

- Organisation des pages de résultat de Google
- Contenu au sein de la pyramide de référencement
- Principes de l'indexation du contenu
- Principes du positionnement dans les moteurs de recherche
- Éléments rédactionnels d'une page web / d'un site web

Spécificités du contenu web

- Principes et objectifs de la rédaction web
- Typologies de lecture sur le web
- Comportement de l'internaute sur un site

Choix des mots clés

- Pourquoi et comment identifier ses mots-clés
- Typologies des requêtes de recherche / Longue traîne
- Méthode pour établir une liste stratégique de mots clés
- Fonctionnalités Google et outils de recherche de mots clés

Critères de qualité d'un contenu

- Structure de la page
- Optimisation des « META » de vos pages
- Insérer des mots clés dans les zones stratégiques
- Maillage interne

Optimisation des médias

- Images
- Vidéos
- Fichiers non-html

Méthodes de rédactions

- QQOQCCP (5W+2H)
- Pyramide inversée

Idées de rédactions

- Contenu froid / chaud
- Création de pages monothématiques
- Foire aux questions / FAQ

INSCRIVEZ-VOUS ICI



DEFINIR ET METTRE EN PLACE UNE CAMPAGNE AVEC GOOGLE ADS

Les objectifs de la formation



ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

► Réaliser des campagnes publicitaires via un système d'annonces et afficher ces annonces dans les résultats des moteurs de recherches en fonction des mots clés avec **Google Ads**, la régie publicitaire du moteur de recherche Google



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Découvrir Google Ads avec ses réseaux et ses possibilités
- Savoir créer une campagne et la lancer



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Maîtriser la navigation Internet, connaître les usages des moteurs de recherche



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert certifié Google Ads salarié de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

2 demi-journées en distanciel – Débutant
1 jour en présentiel – Intermédiaire



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Définition des objectifs et choix du / des réseau(x)

- Quels KPI suivre pour quels types de site ?
- La place des leviers disponibles via Google Ads sur le parcours client

Qu'est-ce que le référencement payant ?

- Caractéristiques
- Les moteurs de recherche
- Focus sur Google Ads
- Lexique des indicateurs de base
- Structure du compte Google Ads
- Les stratégies d'enchères

Le réseau Search

- Caractéristiques
- Le score de qualité
- Les mots-clés : choix et bonnes pratiques
- Les annonces : caractéristiques et bonnes pratiques
- Les extensions d'annonces
- L'alternative Microsoft Advertising (Bing Ads)

Google Shopping

- Le réseau & ses caractéristiques
- Formats d'annonces
- Ciblage & bonnes pratiques
- L'alternative Microsoft Advertising (Bing Ads)

Le réseau Display

- Le réseau & ses caractéristiques
- Formats d'annonces
- Ciblage & bonnes pratiques

Youtube

- Le réseau & ses caractéristiques
- Formats d'annonces
- Ciblage & bonnes pratiques

Gmail Native Ad (GNA)

- Le réseau & ses caractéristiques
- Formats d'annonces
- Ciblage & bonnes pratiques

Les audiences

- Fonctionnement
- Remarketing
- Audience similaire
- Bases CRM

Comment est optimisée une campagne ?

- Le suivi de conversion
- Les indicateurs à surveiller
- Les moyens d'optimisations et bonnes pratiques
- Pour aller plus loin dans l'analyse et l'optimisation

Les nouveautés Google Ads

INSCRIVEZ-VOUS ICI



CRÉER SES CAMPAGNES PAYANTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

Les objectifs de la formation

MEDIAVEILLE
ambitions & stratégie digitale

► Optimiser la visibilité de vos publications sur les réseaux sociaux par des campagnes publicitaires afin d'attirer de nouveaux clients



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Bâtir une stratégie Social Ads efficace selon vos objectifs
- Créer et optimiser des campagnes payantes sur les réseaux sociaux
- Analyser et piloter ces campagnes pour développer votre business



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA
Entreprise enregistrée au RCS (- de 10 salariés)
Être actif sur les réseaux sociaux
Hébergeur (hôtels, campings, résidences de vacances...)
Etablissement de loisirs / Producteurs locaux et restaurateurs
Ne pas avoir de stratégie de référencement payant en cours



PRÉREQUIS

Maîtriser la navigation Internet, connaître les réseaux sociaux



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert en webmarketing salarié de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

2 demi-journées en distanciel - Niveau débutant
1 journée en présentiel - Niveau intermédiaire



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Panorama des réseaux sociaux

- Définitions
- Quelques chiffres
- Les réseaux sociaux au sein du parcours client

Les campagnes Facebook et Instagram

- Facebook et Instagram en quelques chiffres
- Le réseau Facebook Ads
- Emplacements
- Formats
- Différents types de campagnes pour différents objectifs
- Travailler vos audiences
- Découverte du Business Manager
- Rôles et autorisations dans le Business Manager
- Créer et structurer ses campagnes
- Bonnes pratiques, analyses et optimisations
- Campagnes spécifiques : Jeu-Concours, E-commerce, Collecte Lea

Les campagnes Twitter

- Twitter en quelques chiffres
- Différents types de campagnes pour différents objectifs
- Emplacements et formats
- Mise en place et travail des audiences
- Bonnes pratiques, analyses et optimisations
- Twitter Analytics

Les campagnes LinkedIn

- LinkedIn en quelques chiffres
- Différents types de campagnes pour différents objectifs
- Emplacements et formats
- Mise en place et travail des audiences
- Bonnes pratiques, analyses et optimisations

Les campagnes YouTube

- YouTube en quelques chiffres
- Fonctionnement des campagnes YouTube
- Différents types de campagnes vidéo Youtube
- Bonnes pratiques, analyses et optimisations

Autres types de campagnes

- Viadeo
- Snapchat
- Waze

Mettre en place une stratégie efficace

- Définir les objectifs de sa campagne
- Sélectionner le(s) support(s) et ciblage(s)
- Mettre en oeuvre vos campagnes
- Optimisations, suivi et reporting

INSCRIVEZ-VOUS ICI



DÉCOUVRIR FB, TWITTER, INSTAGRAM, PINTEREST, LINKEDIN, YOUTUBE

Les objectifs de la formation



ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

► Découvrir les réseaux sociaux qui représentent une opportunité à faible coût pour communiquer avec ses clients sur ses offres et générer du trafic. Ils permettent également de déployer sa communication digitale afin d'obtenir une notoriété plus rapide mais également de la maîtriser.



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender les principes et les usages du digital et des réseaux sociaux
- Se familiariser avec les différentes interfaces des réseaux sociaux
- Découvrir et maîtriser la publication sur les réseaux sociaux



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS.

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Être familier des réseaux sociaux, avoir un profil Facebook



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié en social media de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 JOUR = 2 demi-journées en distanciel



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Panorama des Médias Sociaux

- Appréhender les usages du digital et des médias sociaux
- Panorama des médias sociaux et principes de fonctionnement

La Fan page Facebook

- Créer une page et la paramétrer
- Maîtriser les fonctionnalités de publication
- Découvrir les interactions sociales (partages, commentaires, réactions...)
- Développer sa communauté de façon organique
- Comprendre les statistiques de page

Soit toutes les réseaux sociaux (2 jours) soit deux réseaux sociaux au choix parmi les suivants (1 jour):

Le compte Twitter

- Créer et paramétrer un compte Twitter
- Rechercher et suivre des comptes pertinents
- La publication : fonctionnalités et bonnes pratiques
- Utiliser Twitter comme outil de veille

Les réseaux sociaux d'images : Instagram et Pinterest

- Créer et paramétrer ses comptes
- Publier des visuels et des tableaux attrayants
- Découvrir les interactions
- Créer des visuels de qualité

Exploiter son compte LinkedIn

- Créer et paramétrer son profil
- Rechercher efficacement sur LinkedIn
- Créer une page entreprise et publier du contenu

La chaîne Youtube

- Créer et exploiter sa chaîne de marque

INSCRIVEZ-VOUS ICI



BIEN GÉRER LA MODÉRATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les objectifs de la formation

MEDIAVEILLE
ambition & stratégie digitale

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

► Protéger votre établissement en évitant les “bad buzz”. Mais modérer ne se résume pas à “censurer” les avis désobligeants ou mensongers ! Être réellement présent sur les réseaux sociaux, suppose aussi de répondre aux questions et aux commentaires avec réactivité... Il s'agit d'offrir une expérience client de qualité aux internautes qui interagissent avec vous.



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître les bonnes pratiques de modération
- Savoir répondre et adapter les réponses pour chaque socionaute
- Savoir engager une conversation avec les socionauts



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS.

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Utiliser fréquemment les réseaux sociaux, disposer de comptes professionnels



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert en Social Media salarié de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation
- Formation limitée à 6 personnes



DURÉE

Une demi-journée en distanciel



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Bien modérer pour mieux gérer son e-reputation

- Présentation des usages, intérêts et objectifs de la modération
- Pourquoi et comment répondre aux socionauts ?
- Les qualités d'un bon modérateur

Maîtriser les bonnes pratiques de modération

- Définir ses objectifs, le discours à adopter
- Définir des règles de modération
- Identification de questions et situations types
- Rédiger des scénarios de réponses
- Identifier les problématiques et gérer les réactions négatives
- Mise en pratique de réponses aux commentaires et avis

Créer sa charte de modération

- Déterminer les objectifs et les règles de bonne conduite
- Identifier les droits, devoirs et limites des socionauts
- Publier sa charte de modération sur les plateformes sociales

INSCRIVEZ-VOUS ICI



OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les objectifs de la formation

MEDIAVEILLE
ambition & stratégie digitale

ACCÈS GRATUIT À LA FORMATION

► Optimiser son profil et sa présence en ligne, promouvoir ses comptes de réseaux sociaux, partager un contenu qui apporte de la valeur ajoutée, établir des relations avec les influenceurs de son secteur, interagir avec ses abonnés...



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le fonctionnement d'une communauté web
- Aller plus loin dans les fonctionnalités des réseaux sociaux



PUBLICS PRIORITAIRES

Entreprise située sur le territoire d'AQTA et enregistrée au RCS.

Tous partenaires de l'office de tourisme



PRÉREQUIS

Utiliser fréquemment les réseaux sociaux, avoir un profil et une page Facebook, et un profil LinkedIn



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié en social media de Mediaveille
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

Une journée en présentiel



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation



PROGRAMME

Bien gérer sa page Facebook professionnelle

- Optimiser sa page professionnelle
- Gérer les rôles des utilisateurs
- Recruter et développer sa communauté
- Faire de la vidéo Live
- Découvrir les formats innovants de publication
- Décrypter les analyses statistiques

Utiliser Hootsuite pour gagner en efficacité

- Ajouter des réseaux sociaux et des flux
- Planifier des publications et créer des rapports

Soit toutes les réseaux sociaux (2 jours) soit deux réseaux sociaux au choix parmi les suivants (1 jour) :

Conseils pour bien tweeter et découvrir les outils sur Twitter

- Découvrir les fonctionnalités de Twitter
- Suivre et entrer en contact avec des influenceurs
- Découvrir Twitter et Tweetdeck pour établir sa veille
- Décrypter les analyses statistiques

Définir et planifier ses publications sur LinkedIn

- Optimiser son profil professionnel
- Créer une page Entreprise et intervenir sur la plateforme
- Découvrir les bonnes pratiques de publication
- Décrypter les analyses statistiques

Optimiser votre utilisation de Pinterest et Instagram

- Publier des visuels et des tableaux attrayants
- Découvrir les fonctionnalités avancées
- Découvrir les bonnes pratiques de publication
- Créer des visuels de qualité
- Créer des stories

Gérer son compte Youtube

- Découvrir les paramètres avancés de Youtube
- Découvrir les bonnes pratiques pour optimiser sa présence

INSCRIVEZ-VOUS ICI



AMÉLIOREZ VOTRE STRATÉGIE DE CONTENUS

COMMENT VALORISER SON ACTIVITÉ EN AMÉLIORANT SON OFFRE PAR L'IMAGE ?



Plus de 80% des vacanciers choisissent leur lieu de séjour/ un produit touristique en fonction de la photo d'accroche et celles de l'annonce

► Objectifs

Faire rêver, inspirer, séduire, donner envie, déclencher un séjour

Renouveler et accroître la qualité visuelle de son offre

Intégrer de l'image aérienne et de la vidéo à moindre coût

Optimiser l'utilisation de ses appareils de photographie

Bien sélectionner ses photos en se positionnant du côté visiteur

**Tarifs négociés
sur reportage photos,
vidéos, accès formation
et ateliers photos**



OFFRES FORMATION / ATELIER PHOTO

TOUTE L'ANNÉE - TOUS PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME

Photographe professionnel, **Pascal DESROCHE** est basé en Ria d'Étel depuis de nombreuses années.

Il réalise des tirages Art Déco, des portraits, reportages et propose également **des formations à la photographie**



OFFRE FORMATION PHOTOS > 1 JOURNÉE



Matin : 3h de pratique et de théorie pour se familiariser à l'apprentissage des réglages manuels de son appareil ou de son smartphone et à la composition.

Après-midi : 3h sur le traitement photo et la transmission

Tarif : 360€ TTC (groupe min. de 3 personnes)

[**INSCRIVEZ-VOUS ICI**](#)



12



ATELIER «L'IMAGE, UN ARGUMENT DE VENTE !

Parce qu'une bonne image vaut mieux que des mots, il est essentiel de valoriser visuellement son produit touristique pour le promouvoir. 80% des vacanciers choisissent leur futur hébergement en fonction des photos proposées sur le web.

Bien choisir ses images est donc un élément déterminant dans le cycle d'achat.

Pour vous accompagner dans cette démarche, nous vous proposons un atelier animé par **Patrice BAISSAC** en charge de notre photothèque.

Il vous donnera les clés pour séduire efficacement vos futurs clients.



ACCÈS GRATUIT À L'ATELIER

Intervenant : Patrice Baissac
Office de tourisme de la Baie de Quiberon
Durée : 1 demi-journée en présentiel
Public : Loueurs en location saisonnière et chambres d'hôte

[**INSCRIVEZ-VOUS ICI**](#)



OFFRE REPORTAGE PHOTO/VIDEOS

TOUTE L'ANNÉE - TOUS PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME

Vidéaste, photographe et télépilote de Drone, **Alexis MOREAU** exerce depuis de nombreuses années à Quiberon.

Son studio «Moreau production» propose la réalisation de films pour les entreprises, les particuliers, les associations... et la captation vidéo en multi-caméra de spectacle ou d'événement.



OFFRE PACK REPORTAGE PHOTO



Une demi-journée de reportage photo de l'entreprise (locaux, produits, équipe...), **nombre illimité** de photos retouchées remises, version haute résolution et version internet pour site et réseaux

Si possible : photos en drone de l'extérieur de l'entreprise, locaux, emplacement... (ex : Hôtel vue sur mer)

Pack entreprise - Tarif : 490€ TTC / Option drone : + 190€ TTC

Tarif négocié pack entreprise + option drone - Tarif : 590€ TTC

10 Photos en 360° avec montage pour une visite virtuelle - Tarif : 350€HT

OFFRE PACK VIDÉO PROMOTIONNELLE

Tournage (journée) - Tarif : 890€ TTC + prises de vue en drone (demi-journée) - Tarif : 190€ TTC

Tarif négocié tournage (journée) + option drone (demi-journée) - Tarif : 990€ TTC

Tournage (demi-journée) + vidéos Drone - Tarif 590€TTC

*Recherche et achat musique libre de droit / Film remis au format compatible pour insertion WEB
Prises de vues extérieures et intérieures - Montage: Montage - Etalonnage - Titrage - Infographie*

OFFRE PACK PHOTOS + VIDÉO - TARIF : 1490TTC



OFFRE REPORTAGE PHOTO/VIDEOS

TOUTE L'ANNÉE - TOUS PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME

Photographe, producteur vidéo spécialiste de la vidéo aérienne par Drone,
Yann LHUISSET est en activité depuis plus de 10 ans.

Installé à Erdeven, il intervient dans tous les secteurs d'activité



OFFRE PACK REPORTAGE PHOTOS



Pack de 50 photos - Tarif : 250€ Net

Pack de 25 photos - Tarif : 150€ Net

Possibilité de faire des photos à 360 degrés.

OFFRE PACK REPORTAGE VIDÉO PROMOTIONNELLE

Réalisation d'une vidéo d'une minute et d'une de 25s

Tournage 4h le matin (drone, stabilisateur etc)

Montage de la vidéo l'après-midi, remise de la vidéo au client le jour même.

Tarif : 500€ TTC



INSCRIVEZ-VOUS ICI



UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE
SUR WWW.BAIEDEQUIBERON.BZH

> AUJOURD'HUI
Marée haute dans : 03:57:50

16°C

Baie de Quiberon

FR 0

Menu

Quiberon Auray Erdeven La Trinité-sur-Mer Carnac Locmariaquer Plouharnel Etel Sainte-Anne d'Auray Houat et Hoëdic Belz Saint-Pierre Quiberon

Baie de Quiberon

Je cherche un hébergement, une expérience...

Bonjour, n'hésitez pas à nous contacter en cas de question.

© A. Lamoureux

BESTAGNE



BOOSTER SA VISIBILITÉ
sur www.baiedequiberon.bzh



Fréquentation du site en 2020
760 000 visites
542 000 visiteurs
2 297 000 pages vues

Objectifs

- Accroître la visibilité de votre offre **du 15 mars au 14 juillet**
- Augmenter les contacts et la prise d'informations
- Augmenter les intentions de séjour ou réservations

5 encarts disponibles / mois / page

Sur quelles pages ?

- Page d'accueil
- Page intérieure
- Page webcam



-80%
de remise sur
les bannières web de
mars à juillet 2021

OFFRE ÉPUISÉE

CRITÈRES D'ACCÈS PRIORITAIRE*

Partenaires de l'hébergement marchand, du loisir, de la restauration & production locale

5 Hébergements/mois/page

5 Loisirs/mois/page

5 Restaurants & Producteurs locaux/mois/page

*Sous réserve d'acceptation par le comité de sélection

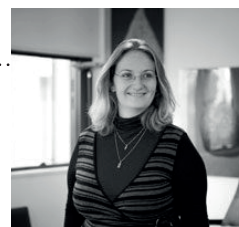
PRENEZ DATE POUR LES RENDEZ-VOUS 2021 !

La mise en relation des acteurs est un élément humain moteur pour favoriser la mise en réseau, la recommandation et la prescription entre professionnels à l'échelle du territoire.

Plusieurs rendez-vous sont programmés en fin d'année afin de favoriser et multiplier les échanges entre et avec les professionnels du territoire.

RÉUNIONS THÉMATIQUES

Ces réunions seront animées cet automne par Jessica Viscart, directrice adjointe Observatoire et Développement du CRT Bretagne



- ◆ Qui sont nos clientèles ? Les jeunes (moins de 25 ans) et le tourisme
- ◆ Qui sont les résidents secondaires ? Profils, attentes, besoins (Enquête CRT 2020)

RÉUNIONS BILAN DE SAISON

Mardi 19 octobre (matin et après-midi)
Jeudi 21 octobre (matin et après-midi)



PETITS-DÉJEUNERS PROS

Jeudi 2 décembre
Vendredi 3 décembre
Jeudi 9 décembre
Vendredi 10 décembre



LE PASS COMMERCE ARTISANAT

OBJECTIF : SOUTENIR LES COMMERCEs, HÔTELS ET RESTAURANTS DE PROXIMITÉ

OPÉRATIONS ÉLIGIBLES : Création, reprise, modernisation ou extension d'activité.

- ◆ Toute entreprise commerciale indépendante ou toute entreprise artisanale indépendante du territoire d'AQTA, inscrite au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers
 - ▶ de 7 salariés CDI ETP max (hors Gérant/Président)
 - ▶ dont le CA inférieur à 1 Million d'euros HT
 - ▶ située dans la zone géographique éligible (centre bourg)
- ◆ jusqu'à 7500€ de subvention directe pour un investissement minimum de 6000€ ; aides de 30% des dépenses éligibles

**jusqu'à 7 500€
de subvention
directe**

DES EXEMPLES CONCRETS D'INVESTISSEMENTS



- ▶ Travaux immobiliers (dont ceux liés à l'accessibilité)
 - ▶ Travaux de mises aux normes d'hygiène, aux normes électriques, ...
- Certains équipements : chambres froides, vitrines réfrigérées...
- ▶ Les équipements matériels de production, les matériels de manutention (manitou, transpalette)
 - ▶ Les investissements d'embellissements (étagères, enseignes...) et d'attractivité
 - ▶ Les investissements immatériels liés à la réalisation d'une prestation de conseil :
en matière d'accessibilité, sur la stratégie commerciale, en lien avec le numérique, ou prestation liée à la création de sites internet ou visant à améliorer la visibilité sur le web (e-boutique, visites virtuelles...).
 - ▶ les équipements matériels en lien avec la prestation de conseil stratégie commerciale (CRM, gestion relation client, ...) ou prestation numérique (logiciel de caisse ...)



Contact : Marie BOUTRON marie.boutron@auray-quiberon.fr

LE PASS COMMERCE ARTISANAT NUMÉRIQUE

OBJECTIF : REFONTE OU CRÉATION DE SITE WEB, OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES DE PROXIMITÉ

◆ Toute entreprise commerciale indépendante ou toute entreprise artisanale indépendante du territoire d'AQTA, inscrite au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers

- ▶ de 7 salariés CDI ETP max (hors Gérant/Président)
- ▶ dont le CA inférieur à 1 Million d'euros HT
- ▶ située dans la zone géographique éligible (centre bourg)

◆ Un dispositif de crise dédié à **la digitalisation et numérisation des artisans, des commerçants, des hôtels et restaurants** ouverts jusqu'au 30 juin 2021, permettant :

- ▶ Un accompagnement de projets d'un montant supérieur à 2 000 €
- ▶ D'apporter un soutien global de 50 %, co-financé à part égale entre les deux collectivités (Région/communauté de communes).

Le niveau de subvention proposé aux entreprises commerciales et artisanales est limité à 50 % des investissements subventionnables plafonnés à 15 000 € HT, soit une aide maximale de 7 500 €, financée à parité par la Région Bretagne et l'EPCI, dans la limite de l'enveloppe budgétaire disponible.

**jusqu'à 7 500€
de subvention
directe**

DES EXEMPLES CONCRETS D'INVESTISSEMENTS

- ▶ La création ou la refonte de site web permettant de développer la vente en ligne
- ▶ L'acquisition de logiciels permettant d'améliorer la gestion de la relation client ;
- ▶ L'équipement en logiciels de gestion de l'entreprise ;
- ▶ L'équipement en logiciels « métiers » spécifiques à l'activité de l'entreprise ;
- ▶ L'équipement en outils favorisant le travail collaboratif en présentiel ou à distance (ex : visio-conférence, « cloud », ...) ;
- ▶ L'équipement en matériel numérique ou connecté (ex : caisse, machine de production, appareil robotisé...)



AIDE À L'EQUIPEMENT NAUTIQUE & CONCHYLICOLE



DÉPÔT DES DOSSIERS AVANT LE 30 AVRIL

OBJECTIF : AIDER LES STRUCTURES NAUTIQUES ET CONCHYLICOLES

◆ Un fond régional de 200 000€ piloté par Auray Quiberon Terre Atlantique pour

- ▶ améliorer les conditions d'accueil des clientèles touristiques
- ▶ faire en sorte que les touristes pratiquent davantage le nautisme
- ▶ faire en sorte que les touristes consomment davantage les produits de la mer

**Jusqu'à
10 000€
d'aide
directe**

DES EXEMPLES CONCRETS



- ▶ pour 12 000€ d'achats de wingfoil = 6000€ de subvention
- ▶ Pour 10 000€ d'aménagement d'un espace de dégustation d'huîtres = 5 000€ de subvention
- ▶ Pour 25 000€ d'achat de bateau électrique = 10 000€ de subvention



◆ Pour les entreprises conchylicoles

Plus d'infos ici



◆ Pour les entreprises nautiques

Plus d'infos ici



Contact : erwan.lediagon@auray-quiberon.fr

DES FORMATIONS POUR LES STRUCTURES CONCHYLICOLES

ACCÈS GRATUIT AUX ATELIERS

OBJECTIF : MIEUX ACCUEILLIR LE PUBLIC, HABITANTS ET TOURISTES

GATELIERS QUI VOUS SONT PROPOSÉS POUR

- ▶ Diversifier votre activité dans le respect des réglementations
- ▶ mettre en place de la dégustation
- ▶ maîtriser les normes d'hygiène et de sécurité alimentaire
- ▶ avoir les notions essentielles d'une communication numérique réussie
- ▶ offrir une expérience client de qualité
- ▶ améliorer et optimiser vos espaces d'accueil
- ▶ valoriser vos savoir-faire et votre métier auprès d'un nouveau public

[Infos et inscriptions ici](#)



AIDE POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE VOTRE ENTREPRISE



DISPOSITIF VALABLE JUSQU'AU 30 JUIN 2021

- ◆ L'aide est destinée à toutes les TPE et PME, quelle que soit leur forme juridique (SAS, SCOP, association loi 1901...). **Cette aide ne concerne pas les auto-entrepreneurs**
- »
- ◆ Le dispositif « Tremplin » et le fonds tourisme durable de la Région et de l'Ademe pour
 - ▶ accompagner votre entreprise vers la transition écologique
 - ▶ financer vos projets de transition écologique

**De 5000€
à 200 000€
d'aide
directe**

DES EXEMPLES CONCRETS

- ▶ audit énergétique
- ▶ éclairage intérieur & extérieur
- ▶ isolation et ventilation des bâtiments
- ▶ remplacement d'équipements frigorifiques
- ▶ pompe à chaleur
- ▶ vélo cargo électrique
- ▶ récupérateur d'eau de pluie

Plus d'infos ICI



CONTACTS UTILES

- ◆ **Un guide** qui recense tous les dispositifs d'aides disponibles

Plus d'infos ICI



- ◆ **L'Atelier des entreprises** : un lieu unique pour répondre à toute question



02.22.76.03.62

- ◆ **Le Service développement économique** : une équipe à votre écoute, pour vous orienter au mieux vers le bon interlocuteur



developpement.economique@auray-quiberon.fr

- ◆ **Les partenaires** : La CCI du Morbihan > une plateforme dédiée



N° vert 0 800 005 056



BÉNÉFICIEZ DES ACTIONS DE MORBIHAN TOURISME

Morbihan Tourisme vous propose de bénéficier de l'ensemble de ses outils promotionnels et de soutien à la commercialisation **à travers ses packs partenaires** qui contiennent de nombreux services : affichage prioritaire de votre offre sur Internet, reportage photos, descriptif optimisé pour le Web, outil de synthèse d'avis clients...

Mais aussi :

- La réalisation d'un reportage photos sur votre établissement (12 photos)
- La réalisation d'une visite virtuelle de 5 points de vue à 360°
- La réalisation d'une vidéo de présentation de votre établissement (1min)
- La réalisation d'un audit de votre site web : préconisations sur le référencement, l'ergonomie et les médias sociaux
- **Nouveau** : Une formation afin d'identifier les techniques qui permettent d'optimiser le référencement auprès des moteurs de recherche
- La réalisation d'un reportage photos sur votre établissement (12 photos)
- **Nouveau** : Une formation pour définir votre stratégie réseaux sociaux afin de développer votre notoriété et activité commerciale
- **Nouveau** : Une formation focus sur un réseau social : Instagram, Facebook ou LinkedIn
- La réalisation d'un audit de votre site web : préconisations sur le référencement, l'ergonomie et les médias sociaux

PLUS D'INFOS ICI

