

# GEOTOURS GUIDES

**AMÉLIORATION DES COMPÉTENCES DES GUIDES  
TOURISTIQUES ET DES AGENTS POUR LES VISITES  
GÉOLOGIQUES ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE**



Ce manuel fournit des conseils généraux et des recommandations concernant l'amélioration des compétences des guides touristiques et des agents en matière de visites géologiques et de développement de la marque grâce à l'initiative d'amélioration des guides Geo-Tours. Les informations et conseils présentés ici, y compris le guide électronique destiné aux formateurs, sont destinés à des fins d'information uniquement et ne doivent pas être considérés comme un substitut aux conseils professionnels ou aux réglementations locales spécifiques concernant la gestion du tourisme.



**Funded by the  
European Union**

# GUIDE ELECTRONIQUE POUR FORMATEURS

GUIDES GEO-TOURS : AMÉLIORATION DES COMPÉTENCES DES GUIDES  
TOURISTIQUES ET DES AGENTS SUR LES TOURS GÉOLOGIQUES ET LA STRUCTURE  
DE LA MARQUE

KA220-VET-C61E72C8 - Partenariats de coopération dans l'enseignement et la  
formation professionnels



**Funded by the  
European Union**

Financé par l'Enion européenne. Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu qui reflète uniquement les points de vue des auteurs et la Commission ne peut être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans ce document.

## Auteurs:

Ecole Supérieure du Commerce Extérieur  
STANDO LTD  
Stowarzyszenie Kaczawskie  
Zavod Tovarna trajnostnega turizma, Ljubljana  
Mediterranean Pearls APS  
International Sustainable Development Initiatives (I.S.D.I.) Group -  
Limited



Guides Géo-Tours par Guides Géo-Tours  
Le Consortium est sous licence CC BY-NC 4.0



MEDITERRANEAN  
PEARLS®



# TABLE DES MATIÈRES

## 1. INTRODUCTION

## 2. LE BUT ET LES OBJECTIFS DU E-GUIDEBOOK

## 3. NAVIGUER DANS CELA E-GUIDEBOOK

## 4. STRUCTURE AND LEARNING OUTCOMES OF THE TRAINING COURSE

- **SECTION 1: Fondements du géotourisme et du tourisme durable**
- **SECTION 2: Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme**
- **SECTION 3: Applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain**

## 5. FORMATION

### 5.1. SECTION 1: Fondements du géotourisme et du tourisme durable

#### 5.1.1. MODULE 1: Geo-Tourism

#### 5.1.2. MODULE 2: l Importance de Geologie

#### 5.1.3. MODULE 3: Geo-Tourism & Participation Sociale

#### 5.1.4. MODULE 4: Ecologie & Geologie

#### 5.1.5. MODULE 5: Eco-friendly Tourists

#### 5.1.6. MODULE 6: Geo-Tourism & Durabilité

# TABLE DES MATIÈRES

## 5.2. SECTION 2: Digital Marketing Strategies for Tourism Professionals

5.2.1. MODULE 1: Website planning and creation

5.2.2. MODULE 2: Social media marketing

5.2.3. MODULE 3: Search engine optimization (SEO)

5.2.4. MODULE 4: Email marketing

## 5.3. SECTION 3: Geo-Tourism Practical Applications and Field Education

5.3.1. MODULE 1: Field Communication Techniques

5.3.2. MODULE 2: Sample Identification Techniques

5.3.3. MODULE 3: Educational Games & Activities

## 6. E-LEARNING PLATFORM

## 7. REFERENCES



# 1. INTRODUCTION

## GEO TOURS GUIDES PROJECT

Le tourisme est une industrie dynamique qui est très sensible à l'impact de divers changements, tels que les changements économiques, les facteurs environnementaux et les événements mondiaux, qui peuvent influencer considérablement les habitudes de voyage et la dynamique de l'industrie. L'accent croissant mis sur les voyages durables et responsables, avec des voyageurs à la recherche d'expériences respectueuses de l'environnement et culturellement immersives, est l'une des tendances post-pandémie de Covid-19. Le géotourisme, comme l'un des types alternatifs de tourisme rural et de nature, est désormais découvert et suscite l'intérêt de nombreux touristes. L'évolution des préférences des clients oblige les guides et agents touristiques à façonner de nouveaux modèles touristiques en introduisant des solutions touristiques localement diversifiées et personnalisées.

Les guides touristiques jouent un rôle crucial en mettant les voyageurs en contact avec diverses cultures, merveilles naturelles et trésors historiques du monde entier. Ils servent d'ambassadeurs compétents, améliorant l'expérience du visiteur en fournissant des informations, un contexte et une expertise locale. Ils garantissent une compréhension plus approfondie des destinations, favorisant l'appréciation culturelle et la conscience environnementale. Le caractère local authentique et l'approche respectueuse de l'environnement sont le genre d'expérience que recherchent aujourd'hui les touristes attirés par la nature.

L'objectif du projet Geo Tours Guides est d'enrichir l'expertise des guides touristiques, des étudiants guides touristiques et des agences de tourisme dans le domaine du géotourisme, du marketing et du branding. Le projet vise à renforcer les capacités des entités publiques et privées du secteur du tourisme, leur permettant de développer et de promouvoir cette forme spécifique de tourisme thématique dans la région.

### Les objectifs spécifiques du projet sont les suivants :

Concevoir un programme de formation novateur pour les guides touristiques, les étudiants guides touristiques et les agences de tourisme afin d'acquérir une expertise sur les visites thématiques géologiques.

Développer les compétences liées à l'image de marque des groupes cibles (c'est-à-dire marketing numérique et sur les réseaux sociaux, compétences numériques générales, réseautage, etc.) pour passer de la théorie à la commercialisation.

Renforcer et étendre les compétences géologiques du groupe cible en plus de leur formation/éducation de base.

Améliorer le portefeuille de circuits des groupes cibles avec des circuits de qualité et uniques basés sur les tendances actuelles des préférences des clients en matière de tourisme de nature.

## 2. LE BUT ET LES OBJECTIFS DU E- GUIDEBOOK

Le cours de formation mixte sur les guides de géotourisme est conçu sur mesure pour les guides touristiques, les futurs étudiants en guide touristique et les agences de tourisme désireuses d'améliorer leur expertise en géotourisme et de rehausser l'image de marque de leurs circuits géologiques. Ce cours complet se concentre sur le perfectionnement des compétences essentielles telles que la personnalisation en ligne d'outils géologiques et la mise en réseau efficace, et approfondit des itinéraires géologiques spécifiques, offrant des informations théoriques approfondies à travers des études de cas engageantes.

Pour faciliter le processus de formation, un guide électronique de formation spécial a été préparé. L'objectif principal de ce guide électronique est de proposer une approche complète et pédagogique de la formation mixte pour les guides Geo-Tours, ciblant les formateurs, les éducateurs et les divers acteurs de l'industrie du tourisme.

Les principaux objectifs du guide électronique sont les suivants :

Donner aux formateurs et aux éducateurs du matériel pédagogique : ce guide électronique vise à responsabiliser les formateurs, les éducateurs et les consultants en les dotant de ressources et de matériels pédagogiques axés sur l'amélioration des compétences de marque des guides touristiques ainsi que sur leur expertise dans le domaine des visites thématiques géologiques.

Stratégies d'enseignement et d'apprentissage innovantes : l'une des missions principales du guide électronique est d'améliorer les capacités des formateurs et des éducateurs à mener des programmes de formation efficaces sur le sujet. Pour y parvenir, nous mettons l'accent sur l'adoption de stratégies d'enseignement et d'apprentissage innovantes. Ces stratégies rendront non seulement le processus d'apprentissage engageant et dynamique, mais permettront également aux formateurs d'animer les cours avec un haut degré d'efficacité.

Essentiellement, ce guide électronique est conçu pour être une ressource précieuse, permettant aux formateurs, aux éducateurs et aux professionnels du tourisme d'exceller dans leur rôle tout en promouvant une compréhension et une connaissance plus approfondies des expériences de tourisme géologique et de l'image de marque des visites géologiques.

Le guide électronique sur la mise en œuvre de la formation garantit l'efficacité à long terme du cours de formation et de la plateforme pour les parties prenantes intéressées. Il offre une ressource conviviale et complète, fournissant des informations pratiques pour aider les formateurs et les éducateurs à mettre en œuvre les modèles de cours de formation de manière indépendante.

Ce guide électronique est disponible en anglais, slovène, français, grec, italien, polonais et maltais.

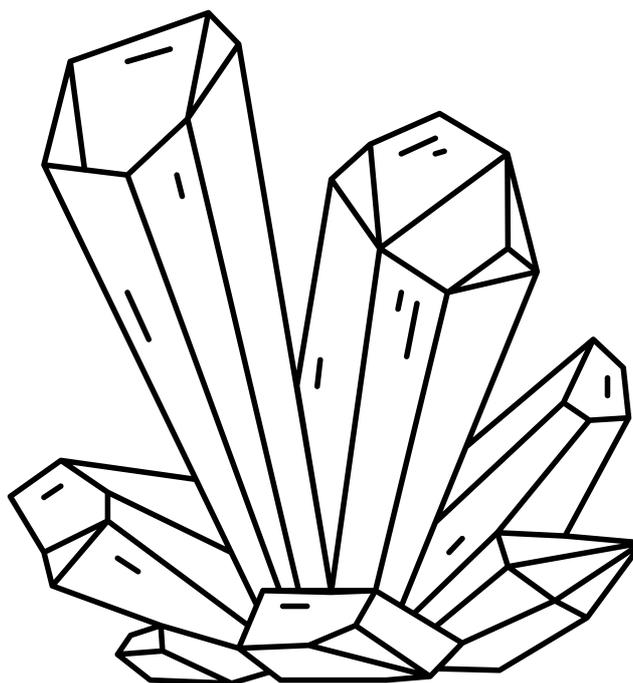
## 3. NAVIGATION DANS CE E- GUIDEBOOK

Ce guide est divisé en trois sections principales, comme suit :

**STRUCTURE ET ACQUIS D'APPRENTISSAGE DE LA FORMATION.** Cette partie donne un aperçu de la structure de la formation, des sujets abordés dans les modules et des acquis d'apprentissage de chaque section de la formation.

**FORMATION.** La deuxième partie présente les modules comprenant les trois sections. Il comprend des objectifs d'apprentissage et des résultats pour chaque module, ainsi que des exemples pratiques. De plus, des conseils sur la manière de transmettre le contenu et d'évaluer les connaissances des apprenants sont inclus à la fin de chaque section.

**PLATEFORME D'APPRENTISSAGE EN LIGNE.** La dernière partie présente les fonctionnalités de la plateforme de formation en ligne, où les apprenants peuvent suivre le cours en toute autonomie, à leur rythme, et répondre à un quiz pour tester leurs connaissances.



# 4. STRUCTURE ET ACQUIS D'APPRENTISSAGE DE LA FORMATION

Le cours de formation est divisé en trois sections qui offrent une expérience d'apprentissage holistique. Chaque section est composée de plusieurs modules. Ensemble, ils préparent les étudiants à réussir dans une industrie touristique en évolution, mêlant géotourisme et marketing numérique.

## SECTION 1: Fondements du géotourisme et du tourisme durable

### FONDEMENT THÉORIQUE DES PRINCIPES DU GÉO-TOURISME

**Fournit les bases essentielles du géotourisme en se concentrant sur les principes, les concepts et les pratiques du tourisme durable dans le contexte du patrimoine géologique et culturel.**

#### RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- 1- Démontrer un comportement touristique responsable en adhérant aux directives éthiques, en minimisant l'impact environnemental et en respectant les cultures et traditions locales.**
- 2- Mesurer et évaluer les impacts économiques du géotourisme, en tenant compte de facteurs tels que la création d'emplois, la génération de revenus et le bien-être économique global de la communauté.**
- 3- Promouvoir et défendre les principes du géotourisme, en mettant l'accent sur l'utilisation durable et la conservation des biens géologiques et culturels.**
- 4- Faciliter une interprétation et une éducation efficaces pour les touristes, en fournissant des informations sur l'importance géologique et culturelle de la destination et en promouvant une compréhension plus approfondie de l'environnement local.**
- 5- S'engager activement auprès des communautés locales, en favorisant leur participation aux processus décisionnels et en veillant à ce que les initiatives touristiques s'alignent sur les valeurs et les priorités de la communauté.**

#### STRUCTURE

- Module 1: Geo-Tourism
- Module 2: L'Importance de Géologie
- Module 3: Geo-Tourism & Participation Sociale
- Module 4: Ecologie & Géologie
- Module 5: Eco-friendly Tourists
- Module 6: Geo-Tourism & Durabilité

# SECTION 2: Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme

## COMPÉTENCES EN MARKETING NUMÉRIQUE

Se concentre sur les compétences en marketing numérique pour les guides et agents touristiques, y compris la création de sites Web, les médias sociaux, le référencement et le marketing par courrier électronique.

### RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- 1- Comprendre le rôle des diverses compétences numériques dans le renforcement de la crédibilité et de la confiance de la marque.
- 2- Développer les compétences en matière de développement de sites Web, notamment la définition d'objectifs, la sélection de plateformes, la stratégie de contenu et l'optimisation des moteurs de recherche.
- 3- Maîtriser les principes du marketing des médias sociaux et le développement de stratégies.
- 4- Acquérir des compétences pratiques dans la création de campagnes par e-mail ciblées et adaptées au géotourisme.
- 5- Apprenez à intégrer des stratégies de site Web, de médias sociaux et de marketing par courrier électronique pour une promotion efficace du géotourisme.

### STRUCTURE

Module 1: Planification et création de site internet

Module 2: Social media marketing

Module 3: Optimisation du moteur de recherche

Module 4: Email marketing

## SECTION 3: Applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain

### APPLICATION PRATIQUE ET EXPÉRIENCE PRATIQUE

**Met l'accent sur l'apprentissage pratique avec la communication sur le terrain, la collecte d'échantillons et les activités éducatives pour améliorer les compétences de communication des étudiants et leur permettre d'offrir des expériences enrichissantes aux touristes tout en promouvant le géotourisme durable.**

#### RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- 1- Capacité à reconnaître des échantillons de roche.**
- 2- Compétence dans la description des caractéristiques macroscopiques d'un échantillon de roche.**
- 3- Compréhension de base des processus façonnant les roches au sein de la lithosphère.**
- 4- Démontrer la maîtrise de l'identification et de la catégorisation des types de roches de base dans un lieu géotouristique spécifique.**
- 5- Application pratique des concepts géologiques.**

#### STRUCTURE

Module 1: Techniques de communication sur le terrain

Module 2: Techniques d'identification des échantillons

Module 3: Jeux et activités pédagogiques

## 5. COURS DE FORMATION





# 5.1. SECTION 1

La section 1 approfondit les fondements du géotourisme et du tourisme durable, couvrant une gamme de sujets essentiels pour les guides et agents touristiques, notamment les fondements du géotourisme, l'importance de la géologie, la participation sociale, l'écologie et la géologie, les touristes respectueux de l'environnement et les principes de durabilité. en géotourisme.

Ce chapitre décrit les objectifs d'apprentissage et les résultats spécifiques de chaque module, fournissant un aperçu du contenu du module avec des exemples pratiques. Le chapitre se termine par des conseils sur la fourniture du contenu et le test des connaissances liées aux principes fondamentaux du géotourisme et du tourisme durable.

## CHAPTER OVERVIEW

- Module 1:** Geo-Tourism
- Module 2:** L'Importance de Géologie
- Module 3:** Geo-Tourism & Participation Sociale
- Module 4:** Ecologie & Géologie
- Module 5:** Eco-friendly Tourists
- Module 6:** Geo-Tourism & Durabilité

**Comment diffuser le contenu : Fondements du géotourisme et du tourisme durable**

**Testez les connaissances : Fondements du géotourisme et du tourisme durable**



### 5.1.1. MODULE 1: Geo-Tourism

Le géotourisme vise à minimiser l'impact négatif du tourisme sur l'environnement et les communautés locales. Il vise à maintenir l'intégrité écologique de la destination pour les générations futures. La préservation des ressources naturelles et culturelles est un aspect fondamental du géotourisme. De plus, le géotourisme met l'accent sur la participation active et les avantages pour les communautés locales. Il vise à améliorer le bien-être économique et social des résidents en les impliquant dans des activités touristiques et en veillant à ce qu'ils partagent les bénéfices économiques. Il met fortement l'accent sur l'éducation, tant pour les visiteurs que pour les communautés locales, en encourageant l'apprentissage des richesses naturelles et culturelles. aspects de la destination.

Le géotourisme se concentre également sur la diversité des caractéristiques géologiques, notamment les roches, les reliefs et les processus. La géodiversité est un atout précieux qui contribue au caractère unique d'une destination.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

**Comprendre les pratiques durables : Comprendre les principes et les pratiques du tourisme durable, en mettant l'accent sur la minimisation de l'impact environnemental et la promotion d'un comportement touristique responsable.**

**Résolution de problèmes en géotourisme : identifier et proposer des solutions aux défis et problèmes potentiels liés au géotourisme, en tenant compte à la fois des aspects environnementaux et socioculturels.**

**Faciliter l'engagement communautaire : Développer la capacité de s'engager avec les communautés locales, en les impliquant dans les processus de prise de décision et en veillant à ce qu'elles bénéficient économiquement et socialement des activités touristiques.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

**Démontrer une gestion environnementale : les stagiaires font preuve d'un sens des responsabilités à l'égard de la conservation des ressources naturelles et démontrent un engagement à être des intendants de l'environnement dans le contexte du tourisme.**

**Concevoir des initiatives de tourisme durable : les stagiaires peuvent concevoir et proposer des initiatives de tourisme durable pour des destinations spécifiques, en tenant compte des mesures de conservation, de la participation communautaire et des avantages économiques.**

- **Cultiver une éthique de voyage responsable : les stagiaires démontrent un engagement envers un comportement de voyage responsable et éthique, en mettant l'accent sur le respect de l'environnement, des cultures locales et des communautés.**

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**

- 1. Définition du géotourisme.**
- 2. Aspects clés du géotourisme.**



## 5.1.2. MODULE 2 Importance de Géologie

La géologie comporte des éléments environnementaux et culturels multidisciplinaires entrelacés : ses sites constituent une attraction alternative de tourisme éducatif et de bien-être.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

**Expliquez ce qu'est la géologie.**

**Donner un aperçu des domaines multidisciplinaires de la géologie.**

**Sensibiliser à la relation entre la géologie et le patrimoine culturel.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

**La connaissance des éléments clés de la géologie et de ses domaines multidisciplinaires inspire également les carrières professionnelles.**

**Capacité d'évaluation de l'équilibre des éléments naturels et culturels existants d'un site géologique.**

- **L'approche ascendante de la communauté du patrimoine (Convention de Faro du CoE) en tant qu'acteur clé de la valorisation et de la promotion des sites culturels géologiques.**

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**

- 1. Définition de la géologie.**
- 2. Aspects multidisciplinaires de la géologie.**
- 3. Aperçu du large éventail de domaines liés à la géologie**
- 4. Géologie et patrimoine culturel.**

## EXEMPLES PRATIQUES

**Examen approfondi des éléments du patrimoine naturel et culturel matériel et immatériel des géosites de l'île de Gozo, du site de la région de Dwejra qui combine des paysages géologiques exceptionnels uniques tels que la baie de Dwejra, le Rocher aux Champignons et la tour de Dwejra. Ce site à la fois culturel et géologique est attrayant, étant l'un des rares sites maltais restants à offrir un paysage non pollué pour l'observation astronomique pendant la nuit.**



### 5.1.3. MODULE 3: Géotourisme et participation sociale

L'intégration des principes du géotourisme et de la participation sociale au sein des réseaux nationaux de zones protégées et de géoparcs crée une approche holistique et durable de la conservation et du tourisme. Équilibrer la protection de l'environnement, la participation communautaire et les pratiques touristiques responsables est essentiel au succès à long terme de ces initiatives.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

**Expliquer l'importance des géoparcs : Reconnaître l'importance des géoparcs dans la préservation du patrimoine géologique, la promotion de l'enseignement scientifique et la promotion du tourisme durable.**

**Évaluer les pratiques de tourisme durable : évaluer les pratiques de tourisme durable dans les géoparcs et les zones protégées, en tenant compte des impacts environnementaux, sociaux et économiques des activités touristiques sur les communautés et les écosystèmes locaux.**

**Analyser la participation sociale : analyser le concept de participation sociale dans le contexte du géotourisme et du réseau national d'aires protégées, en explorant comment les communautés locales peuvent s'engager activement dans la préservation et la promotion des ressources géologiques et naturelles.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- **Cultiver la gestion de l'environnement : Cultiver un sentiment de gestion de l'environnement chez les individus, en promouvant des comportements et des actions responsables qui contribuent à la conservation à long terme des zones protégées et des géoparcs.**
- **Développer des compétences d'interprétation : Développer des compétences dans l'interprétation des caractéristiques géologiques et écologiques pour les touristes, en proposant des expériences éducatives et engageantes qui améliorent la compréhension et l'appréciation des visiteurs de l'environnement naturel.**
- **Contribuer aux efforts de conservation : Contribuer activement aux efforts de conservation dans les géoparcs et les zones protégées, en reconnaissant l'importance du maintien de la biodiversité, des écosystèmes et des caractéristiques géologiques.**

## CONTENU DES MODULES

Le module couvre les sujets suivants :

1. Intégration des principes du géotourisme et de la participation sociale.
2. Réseaux nationaux d'aires protégées et de géoparcs.
3. L'importance des géoparcs dans la préservation du patrimoine géologique.
4. Participation sociale dans le contexte du géotourisme.

## EXEMPLES PRATIQUES

**Engagement communautaire :** les communautés locales de Zhangjiajie participent activement aux processus décisionnels concernant les activités géotouristiques. Des réunions communautaires régulières sont organisées pour discuter des projets touristiques, garantissant ainsi que les voix locales sont entendues et que les préoccupations sont prises en compte.

**Infrastructure durable :** Le géoparc investit dans des infrastructures durables, telles que des sentiers pédestres bien conçus, afin de minimiser l'impact sur l'environnement naturel. Les visiteurs sont encouragés à explorer le parc à pied, favorisant ainsi un lien plus profond avec le paysage.

**Programmes éducatifs :** Le géoparc propose des programmes éducatifs pour les habitants et les visiteurs. Cela comprend des visites guidées, des ateliers et des centres d'interprétation qui fournissent des informations sur l'importance géologique de la région, la flore et la faune locales et les efforts de conservation.

**Expériences culturelles locales :** Le géoparc promeut les expériences culturelles locales en impliquant les communautés dans la présentation d'arts, d'artisanat et de spectacles traditionnels. Cela enrichit non seulement l'expérience du visiteur, mais constitue également une source de revenus supplémentaire pour les résidents locaux.

**Préservation culturelle :** des efforts sont déployés pour préserver et promouvoir le patrimoine culturel des communautés autochtones vivant dans le géoparc. Cela inclut la documentation des traditions, des langues et des rituels locaux, favorisant un sentiment de fierté et d'identité parmi les membres de la communauté.

**Entrepreneuriat communautaire :** Le géoparc soutient l'entrepreneuriat communautaire en offrant des formations et des ressources aux entreprises locales. Cela permet aux résidents d'offrir aux visiteurs des expériences culturelles authentiques, des hébergements et des produits locaux.



## 5.1.4. MODULE 4: Ecologie & Géologie

L'écologie se concentre sur les interactions entre les organismes vivants et leur environnement, la géologie examine la structure et les processus de la Terre. Les deux domaines se chevauchent dans des domaines tels que la formation de l'habitat, la succession écologique et l'étude des écosystèmes passés par la paléontologie. Comprendre les deux disciplines est crucial pour une compréhension globale de la Terre et de ses systèmes naturels.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

**Analyser les réponses des écosystèmes : analysez la façon dont les écosystèmes réagissent aux changements géologiques au fil du temps, en tenant compte de facteurs tels que la formation de l'habitat, la composition du sol et les variations climatiques.**

**Définir les termes et concepts clés : les stagiaires doivent être capables de définir les termes fondamentaux en écologie (par exemple, écosystème, population, communauté) et en géologie (par exemple, tectonique, érosion et stratigraphie).**

- **Comprendre les interactions climat-écologie : explorez le rôle des facteurs géologiques dans la formation des modèles climatiques et comprenez comment le climat, à son tour, influence les processus écologiques et la biodiversité.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

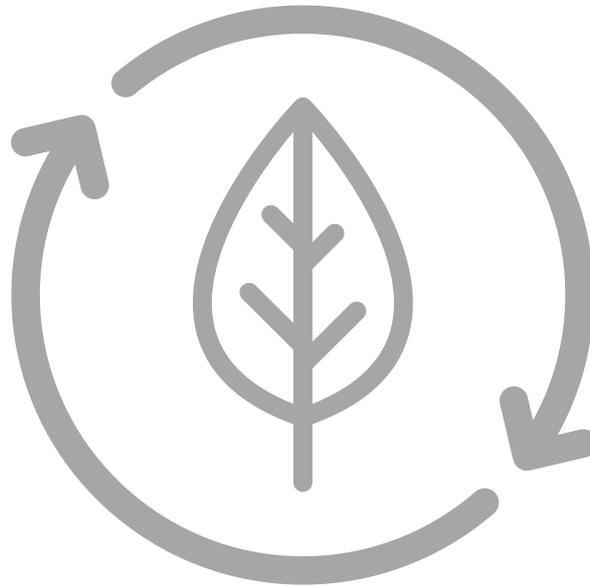
**Appliquer les connaissances à des scénarios du monde réel : les stagiaires appliquent la compréhension de la relation écologie-géologie à des scénarios du monde réel, démontrant comment les processus géologiques affectent les écosystèmes et influencent les stratégies de conservation.**

**Perspective interdisciplinaire : les stagiaires développent une perspective interdisciplinaire, reconnaissant l'interdépendance de l'écologie et de la géologie et comprenant comment la collaboration entre ces domaines améliore la compréhension scientifique.**

**Compétences en recherche et en enquête : les stagiaires acquièrent des compétences pour mener des recherches et des enquêtes liées à la relation écologie-géologie, y compris la capacité de recueillir et d'analyser des données, de tirer des conclusions et de formuler des recommandations fondées sur des preuves.**

## CONTENU DES MODULES

- Le module couvre les sujets suivants :**
- 1. Définition de la géologie et de l'écologie.**
  - 2. Applications pratiques de l'écologie.**
  - 3. Écosystèmes.**
  - 4. Aspects clés de la géologie**



## 5.1.5. MODULE 5: Eco-friendly Tourists

L'écotourisme est plus pertinent après la pandémie qui a redéfini les modèles et les tendances des voyages. Le géotourisme est un élément attractif clé dans ces nouveaux scénarios.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Connaissance de l'écotourisme.

Comprendre les composantes multidisciplinaires d'un géo-chemin.

- Sensibilisation à la pertinence du Plan d'action pour la géodiversité (GEP).

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Compréhension des tendances et des perspectives de l'écotourisme.
- Capacité à évaluer les potentialités touristiques d'un géosite.
- Planification d'un géo-sentier attractif pour le tourisme durable.

## CONTENU DES MODULES

Le module couvre les sujets suivants :

1. Définition de l'écotourisme.
2. Des caractéristiques clés qui sont effectivement reconnues dans les itinéraires géotouristiques.
3. Lien entre écotourisme et géotourisme.
4. Création de sentiers géologiques pour touristes écoresponsables.
5. Préparation d'une action géodiversité dans un plan.

## EXEMPLES PRATIQUES

Le parc naturel et historique Majjistral représente sûrement une bonne pratique exceptionnelle à Malte, où vous pouvez combiner des paysages géologiques extraordinaires avec des falaises, des pentes argileuses qui se trouvent sous le calcaire corallien supérieur et inférieur, des piscines rocheuses d'eau douce temporaires, des maquis, un habitat de garrigue, un extraordinaire vie botanique et ornithologique. Le parc abrite également des sites archéologiques importants tels que des cabanes en pierre à encorbellement, des ornières de charrettes, des tombeaux, des retranchements datant des chevaliers et la tour Ghajn Zhuber du XIXe siècle, qui est aujourd'hui le centre de visite du parc. Le parc possède 6 km de littoral protégé au titre de la directive européenne sur la nature. Elle réalise des activités éducatives pour les enfants, avec des itinéraires didactiques spécifiques et des contes comme la plantation d'arbres et la cueillette saisonnière des olives.



## 5.1.6. MODULE 6: Geo-Tourism & Durabilité

Le géotourisme est une nouvelle forme de tourisme durable, basée sur la préservation du patrimoine environnemental et culturel dans un cadre d'autonomisation des communautés locales.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- **Connaissance des géoparcs mondiaux UNESCO**
- **Éléments durables des sites géotouristiques.**
- **Pertinence des communautés locales pour le tourisme durable.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- **Gouvernance et renforcement des capacités touristiques et potentialités des communautés locales.**
- **Une feuille de route pour les géosites en tant que destinations touristiques expérientielles attractives.**
- **Pertinence des géoparcs mondiaux UNESCO.**

## CONTENU DES MODULES

Le module couvre les sujets suivants :

1. **Géotourisme et réseau des géoparcs mondiaux UNESCO.**
2. **Définition et importance des géoparcs.**
3. **Caractéristiques de durabilité du géotourisme**
4. **Impacts du géotourisme.**

## EXEMPLES PRATIQUES

**Analyse de la zone côtière du nord-ouest de Malte (GEOMAL) avec ses 22 géosites et ses potentialités de tourisme expérientiel comme atténuation du tourisme**



# COMMENT FOURNIR LE CONTENU : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme

## APERÇU DU COURS :

Cette formation vise à doter les participants d'une compréhension globale du géotourisme et de son intégration avec la participation sociale. Le cours met l'accent sur les pratiques de tourisme durable, l'engagement communautaire et la gestion responsable des atouts géologiques et culturels.

LE PROGRAMME DE CETTE SECTION EST CONÇU POUR UNE DURÉE DE 3 SEMAINES.

**Semaine 1 : Introduction au géotourisme et fondements du tourisme durable**

**Session 1 : Définition et principes du géotourisme**

- Introduction au cours, aux objectifs et aux attentes.
- Conférence sur la définition et les principes du géotourisme.
- Discussion de groupe sur les éléments clés du géotourisme.

**Session 2 : Identification des atouts géologiques et culturels**

- Cours sur l'identification des atouts géologiques et culturels.
- Analyse d'études de cas de destinations géotouristiques réussies.

**Session 3 : Principes du tourisme durable**

- Conférence sur les principes du tourisme durable.
- Discussion sur le triple bottom line et son application au géotourisme.

**Séance 4 : Le triple résultat : aspects économiques, sociaux et environnementaux**

- Activité de groupe : Développer des stratégies de tourisme durable pour un hypothétique site géotouristique.
- Présentations et discussions entre pairs.

**Semaine 2 : Gestion du géopatrimoine et participation sociale au géotourisme**

**Session 5 : Importance de la géoconservation**

- Conférence sur l'importance de la géoconservation.
- Session interactive sur les stratégies de gestion du géopatrimoine.

**Session 6 : Évaluation et gestion de l'impact des visiteurs**

- Visite sur le terrain ou visite virtuelle d'un site de géopatrimoine local.
- Réflexion et discussion en groupe sur l'expérience de terrain.

**Session 7 : Le rôle des communautés locales dans le géotourisme**

- Séance de conférenciers invités sur le rôle des communautés locales dans le géotourisme.
- Discussion de groupe sur l'engagement communautaire.

- Session 8 : Avantages et défis de la participation sociale
  - Atelier sur les défis liés à la participation sociale.
  - Analyse d'études de cas d'initiatives de géotourisme menées par la communauté.

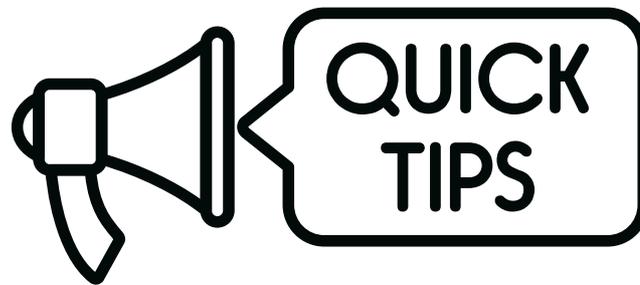
**Semaine 3 : Études de cas et meilleures pratiques**

**Session 9 : Analyse approfondie des initiatives de géotourisme réussies**

- Analyse approfondie des initiatives géotouristiques réussies.
- Travail de projet en groupe : Développer des propositions de géotourisme durable.

**Session 10 : Projets de groupe et examen**

- Présentations finales des projets.
- Révision du cours, collecte de commentaires et discussion sur d'autres lectures.



**CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES POUR LES FORMATEURS :**

-  **Prévoyez des pauses régulières pendant chaque session pour maintenir l'engagement des participants.**
-  **Encouragez la participation active à travers des discussions de groupe, des séances de questions-réponses et des activités interactives.**
-  **Offrez de la flexibilité aux conférenciers invités ou aux visites sur le terrain, en ajustant le calendrier si nécessaire.**
-  **Prévoyez du temps pour l'évaluation continue, en veillant à ce que les participants reçoivent des commentaires en temps opportun.**
-  **Créez un créneau dédié pour un événement de réseautage virtuel ou en personne, facilitant ainsi les connexions entre les participants.**

## CONSEILS POUR LA LIVRAISON DU CONTENU

**Apprentissage interactif :** intégrez des éléments interactifs tels que des discussions de groupe, des études de cas et des activités pratiques pour améliorer l'engagement des participants.

**Conférenciers invités :** invitez des conférenciers invités possédant une expertise en géotourisme, en tourisme durable et en engagement communautaire pour fournir des informations sur le monde réel et des perspectives diverses.

**Visites sur le terrain :** organisez des visites sur le terrain de sites géotouristiques pour offrir aux participants une exposition pratique et une compréhension plus approfondie de la gestion sur place et des interactions communautaires.

**Intégration technologique :** utilisez des présentations multimédias, des visites virtuelles et des ressources en ligne pour compléter les méthodes d'enseignement traditionnelles et améliorer l'expérience d'apprentissage.

**Projets de groupe :** attribuez des projets de groupe collaboratifs, tels que l'élaboration d'une proposition de géotourisme pour une destination spécifique. Cela encourage le travail d'équipe et l'application pratique des concepts.

**Mécanismes de rétroaction :** établissez des mécanismes de rétroaction réguliers, permettant aux participants de partager leurs réflexions, de poser des questions et de fournir des idées. Cela favorise un environnement d'apprentissage ouvert et communicatif.

**Faciliter le réseautage :** créer des opportunités pour les participants de réseauter avec des professionnels des domaines du géotourisme et de la durabilité. Cela peut être réalisé via des forums en ligne, des webinaires ou des événements de réseautage.

**Évaluation continue :** mettre en œuvre une combinaison d'évaluations formatives et sommatives tout au long du cours pour suivre les progrès des participants et fournir des commentaires en temps opportun.

## MÉCANISMES DE SOUTIEN AUX FORMATEURS :

**Bibliothèque de ressources :** donner accès à une bibliothèque de ressources contenant des livres, des articles et des documents de recherche pertinents sur le géotourisme, le tourisme durable et l'engagement communautaire.

**Forums en ligne :** créez des forums en ligne ou des forums de discussion où les participants peuvent partager des ressources supplémentaires, poser des questions et participer à des discussions en cours.

**Manuels de formation :** Développez des manuels ou des guides de formation complets auxquels les participants peuvent se référer pour des lectures supplémentaires, des études de cas et des conseils pratiques.

**Webinaires et ateliers :** Organisez des webinaires et des ateliers avec des experts du domaine pour compléter la formation. Enregistrez ces sessions pour les participants qui pourraient avoir besoin de réviser le contenu.

**Programmes de mentorat :** introduisez des programmes de mentorat, mettant en relation les participants avec des professionnels expérimentés du secteur du géotourisme qui peuvent fournir des conseils et un soutien.

Support technique : offrez un support technique pour tous les outils ou plateformes en ligne utilisés pendant le cours, garantissant que les participants peuvent naviguer et interagir de manière transparente avec le contenu.

Canaux de rétroaction : établissez des canaux clairs permettant aux participants de fournir des commentaires sur le contenu du cours, les méthodes de prestation et tout soutien supplémentaire dont ils pourraient avoir besoin.

### RESSOURCES ADDITIONNELLES:

- Dowling, R. K. (2013). "Geotourism's Global Growth - The Story Continues." *Geoheritage*, 5(1), 5-16.
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). "Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape." Oxford: Goodfellow Publishers.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). "Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives." Channel View Publications.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). "Tourism and Development: Concepts and Issues." Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). "Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation." *Geoheritage*, 5(1), 11-26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). "Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues." Channel View Publications.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). "Community-based tourism: A success?" *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103-121.
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). "Geotourism and local development: A case study in Portugal." *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68-81.
- UNESCO. (2015). "World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers." UNESCO World Heritage Centre.
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). "Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?" Channel View Publications.



## 5.2. SECTION 2

### Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme

La section 2 met l'accent sur les compétences en marketing numérique des guides et agents touristiques, couvrant la création de sites Web, les médias sociaux, l'optimisation des moteurs de recherche et le marketing par courrier électronique.

Ce chapitre décrit les objectifs et les résultats d'apprentissage de chaque module, fournissant un aperçu du contenu du module et des exemples pratiques. Il se termine par des conseils sur la fourniture du contenu et le test des connaissances sur les sujets abordés dans la section 2.

#### CHAPTER OVERVIEW

**Module 1 : Planification et création de sites Web**

**Module 2 : Marketing des médias sociaux**

**Module 3 : Optimisation des moteurs de recherche (SEO)**

**Module 4 : Marketing par e-mail**

**Comment diffuser le contenu : stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme**

**Testez vos connaissances : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme**



## 5.2.1. MODULE 1: Planification et création de site internet

Établir une forte présence en ligne est essentiel pour les entreprises et les organisations à l'ère du numérique. Ce module vise à guider les apprenants à travers les aspects clés de la planification et de la création d'un site Web qui soutiendrait la construction de votre entreprise et de votre marque.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- **Comprendre l'importance et le but des sites Web pour les guides/agents touristiques.**
- **Planification et définition d'objectifs pour le développement de sites Web.**
- **Fondements techniques et stratégie de contenu pour la création de sites internet.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Les étudiants seront capables d'articuler l'importance des sites Web en tant qu'outils de marketing et de communication essentiels pour les guides et les agents touristiques, y compris leur rôle dans le renforcement de la notoriété, de la crédibilité et de la confiance de la marque.
- Les étudiants développeront les compétences nécessaires pour définir l'objectif d'un site Web, articuler des objectifs mesurables et classer différents types de sites Web (par exemple, professionnels, personnels, blog) en fonction de leurs objectifs uniques.
- Les étudiants acquerront les connaissances nécessaires pour choisir les options d'hébergement Web appropriées, sélectionner un nom de domaine et comprendre le rôle des systèmes de gestion de contenu (CMS) dans le développement de sites Web. Ils apprendront également comment développer une stratégie de contenu alignée sur les objectifs et le public cible du site Web et sur l'importance d'incorporer des éléments de conception UX et de référencement.

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**

- 1. Le but et l'importance du site Web.**
- 2. Comprendre le but et les objectifs d'un site Web.**
- 3. Fondements techniques de la création et de la structure du site Web.**
- 4. Stratégie de contenu**
- 5. Sécurité et maintenance d'un site Web**

## EXEMPLES PRATIQUES

Analyse de la zone côtière du nord-ouest de Malte (GEOMAL) avec ses 22 géosites et ses potentialités de tourisme expérientiel comme atténuation du tourisme

## EXEMPLES PRATIQUES

**Exemple d'entreprise : Slovenia Trails & Pedals, site Web d'agence de voyages**

**Définir le public cible : Le public cible peut être segmenté dans les catégories suivantes :**

**Aventuriers : Individus ou groupes à la recherche d'expériences de plein air uniques et stimulantes. Ils sont généralement âgés de 25 à 45 ans, sont physiquement actifs et recherchent l'aventure et l'exploration plutôt que le tourisme traditionnel.**

**Amoureux de la nature : personnes qui apprécient le plein air et souhaitent découvrir la beauté naturelle et la biodiversité de la Slovénie. Ce groupe valorise la durabilité et les options de voyage respectueuses de l'environnement.**

**Amateurs de fitness : ceux qui intègrent le vélo et la randonnée dans le cadre de leur programme de remise en forme. Ils vont des débutants aux athlètes expérimentés et sont intéressés par des circuits adaptés à différents niveaux de condition physique.**

**Explorateurs culturels : touristes qui souhaitent combiner leur amour du plein air avec la découverte des cultures, de l'histoire et des traditions locales. Ils sont susceptibles d'être intéressés par des circuits offrant un mélange d'activité physique et d'immersion culturelle.**

**Aventuriers familiaux : familles à la recherche d'expériences de plein air sûres, engageantes et éducatives. Les visites adaptées aux enfants et aux différents niveaux de compétence sont importantes pour ce segment.**

**SEO et identité de marque :**

**La recherche de mots clés se concentrera sur les termes pertinents pour le tourisme en Slovénie, tels que « circuits en Slovénie », « voyage d'aventure en Slovénie » et « randonnée en Slovénie ». Ces mots-clés seront naturellement incorporés dans le contenu du site Web, les méta-descriptions, les noms et les descriptions alternatives des photos, les URL et les articles de blog pour améliorer la visibilité des moteurs de recherche.**

**Se concentrer sur des mots-clés à longue traîne tels que « meilleurs circuits à vélo en Slovénie » et « sentiers de randonnée en Slovénie » pour capter l'intérêt d'un public plus ciblé.**

**Page d'accueil : un aperçu dynamique et invitant présentant des visuels époustouflants des sentiers et sentiers de Slovénie, avec des liens rapides vers les descriptions des circuits.**

**Descriptions des circuits : pages détaillées pour chaque circuit à vélo et à pied, y compris des cartes d'itinéraire, des niveaux de difficulté, un calendrier, à quoi s'attendre, des recommandations d'équipement et des avis de clients pour présenter une preuve sociale.**

## Appels à l'action :

Des appels à l'action (CTA) stratégiquement placés guideront les visiteurs vers la réservation d'une visite, le contact avec l'entreprise pour plus d'informations ou l'abonnement à la newsletter pour des mises à jour et des offres spéciales.

## Thèmes de contenu de blog segmentés pour nos publics cibles :

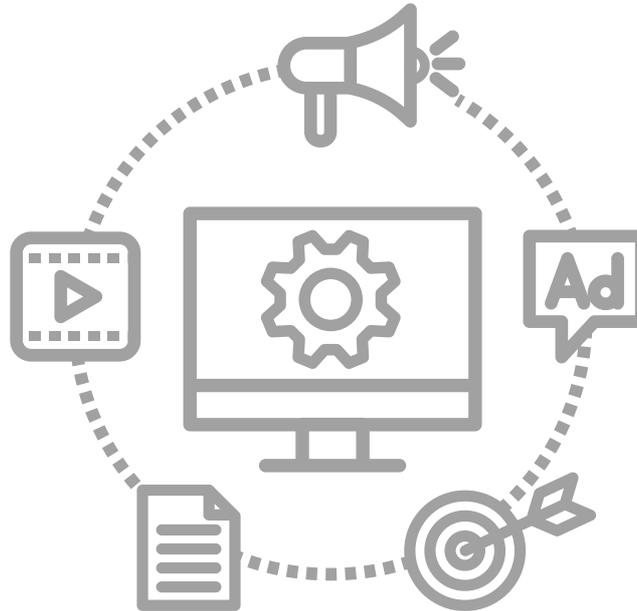
**Guides d'aventure :** guides détaillés sur ce à quoi s'attendre lors des randonnées à vélo et à pied en Slovénie, y compris les niveaux de difficulté, ce qu'il faut apporter et des conseils de sécurité. Ces publications s'adressent aux chercheurs d'aventure et aux amateurs de fitness.

**Nature et durabilité :** articles axés sur la beauté naturelle de la Slovénie, la faune et la manière dont Slovenia Trails & Pedals fonctionne de manière durable. Ce contenu séduit les amoureux de la nature et ceux intéressés par les voyages écologiques.

**Aperçus culturels :** articles qui plongent dans l'histoire, les traditions et les monuments culturels rencontrés sur les sentiers. Ces histoires s'adressent aux explorateurs culturels et fournissent un contexte plus riche au voyage physique.

**Aventures familiales :** contenu mettant en avant des circuits adaptés aux familles, des conseils pour faire de la randonnée et du vélo avec des enfants et comment rendre ces voyages éducatifs et amusants. Ce thème cible les aventuriers en famille.

**Entraînement et préparation :** publications offrant des conseils sur la préparation d'une randonnée à vélo ou à pied, y compris des routines d'entraînement, des conseils nutritionnels et des recommandations d'équipement. Ce contenu est conçu pour les amateurs de fitness de tous niveaux.



## 5.2.2. MODULE 2: Social media marketing

L'utilisation du marketing des médias sociaux n'est pas seulement une tendance contemporaine ; c'est une réponse à la dynamique évolutive de la communication à l'ère numérique. Ce module couvre les aspects fondamentaux du marketing des médias sociaux et décrit l'approche stratégique du marketing pour les guides touristiques et les agents.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Comprendre le rôle des médias sociaux et du marketing des médias sociaux
- Développer une approche stratégique du marketing des médias sociaux.
- Comprendre comment exécuter une campagne de marketing efficace sur les réseaux sociaux.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- **Les étudiants seront en mesure d'expliquer l'importance des médias sociaux en tant qu'outil permettant aux entreprises d'établir et d'entretenir des relations avec les clients et de comprendre les principes fondamentaux et les avantages du marketing des médias sociaux.**
- **Les étudiants acquerront les compétences nécessaires pour développer une stratégie complète de marketing sur les réseaux sociaux, notamment en définissant des objectifs SMART, en identifiant les publics cibles, en réalisant des études de marché et en sélectionnant les plateformes de réseaux sociaux appropriées en fonction du public cible et de la stratégie de contenu.**
- **Les étudiants acquerront des connaissances pratiques dans la création, la distribution et la promotion de contenu pour les plateformes de médias sociaux. Ils comprendront l'importance d'un contenu engageant et de haute qualité, reconnaîtront l'importance de la gestion de communauté et de l'engagement du public, et seront capables d'analyser les mesures des médias sociaux pour une amélioration continue.**

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**

- 1. Définition des médias sociaux et du marketing des médias sociaux.**
- 2. Approche stratégique du marketing des médias sociaux.**
- 3. Développement de stratégie.**
- 4. Choisir les réseaux sociaux adéquats**
- 5. Création, distribution et promotion de contenu.**
- 6. Gestion et engagement de la communauté.**
- 7. Analyse**

## EXEMPLES PRATIQUES

Plan de marketing sur les réseaux sociaux pour une agence de voyages Slovénie  
Trails & Pedals

Définir des buts et des objectifs

Établissement de relations : interagir avec les clients potentiels et existants en partageant des histoires, des conseils et du contenu généré par les utilisateurs (ou en republiant) pour favoriser une communauté.

Développement de la marque : accroître la notoriété et la fidélité à la marque en présentant les expériences uniques proposées par Slovenia Trails & Pedals, en utilisant le numéro de marque et en définissant une voix et un style de marque.

Générer du trafic sur le site Web : utiliser des appels à l'action (CTA) convaincants et des liens dans les publications, les histoires et les publicités pour diriger les abonnés des réseaux sociaux vers le site Web.

Promotion : mise en avant d'offres spéciales, de réductions et de nouvelles annonces de tournées pour attirer de nouveaux clients et récompenser les abonnés fidèles.

Public cible : sur la base du public cible affiné de Slovenia Trails & Pedals, la stratégie de médias sociaux se concentrera sur les amateurs d'aventure en plein air, les amoureux de la nature, les amateurs de remise en forme, les explorateurs culturels et historiques et les familles. Le contenu sera créé en pensant à chaque segment (par exemple, les mardis sont réservés aux familles).

Choisir les bonnes plateformes :

Facebook offre une large portée et des opportunités d'engagement auprès d'un public diversifié, notamment des familles et des personnes âgées, qui pourraient être intéressées par des explorations culturelles et historiques ainsi que par des activités de remise en forme et de bien-être.

La plate-forme visuelle d'Instagram est parfaite pour présenter des paysages époustouflants, des pistes cyclables et des sentiers de randonnée, et pour partager du contenu généré par les utilisateurs. Il est idéal pour toucher les amateurs d'aventures en plein air, de photographie et de nature.

TikTok est essentiel pour interagir avec un public plus jeune, y compris les aventuriers et les amateurs de fitness, grâce à un contenu vidéo court et engageant.

YouTube est essentiel pour raconter des histoires et fournir du contenu précieux qui nécessite plus de profondeur, comme des avant-premières de tournées et des histoires culturelles.

Pinterest prend en charge la phase de découverte et de planification, attirant ceux qui recherchent de l'inspiration et des conseils pratiques.

## Gestion et engagement de la communauté

**Personnalisation et narration :** utiliser un ton personnel dans les publications et les réponses pour créer une connexion avec le public. Partager les histoires de l'équipe, des guides et des anciens voyageurs, en utilisant leurs noms, en partageant quelque chose de drôle et de personnel et en racontant une histoire.

**Interaction :** répondre rapidement aux commentaires, messages et avis pour établir des relations et encourager l'engagement, en posant des questions pour stimuler la discussion.

**Encourager le partage :** demander à ses abonnés de partager leurs propres histoires d'aventure ou de taguer un ami avec qui ils aimeraient partager cette expérience.

**Sondages et questions dans les histoires :** publier un sondage demandant à vos abonnés s'ils préfèrent x ou y aventures, ou utiliser la fonction de questions pour demander quel est leur prochain objectif d'aventure.

## Stratégie promotionnelle

**Marketing de contenu :** utiliser un mélange d'articles de blog, de contenu sur les réseaux sociaux et de vidéos pour raconter des histoires captivantes qui trouvent un écho auprès de votre public cible.

**Offrir de la valeur grâce à des ressources gratuites et créer une base de courrier électronique :** brochures téléchargeables, guides de voyage détaillés, listes de colisage et webinaires sur la préparation des aventures en plein air. Demander aux utilisateurs de fournir leur adresse e-mail pour accéder à ces ressources.

**Mise en place de campagnes publicitaires ciblées :** tester différentes audiences avec un ciblage par centres d'intérêt, un ciblage similaire et des publicités de reciblage. Utiliser 3 à 4 créations par ensemble de publicités et tester différents types de médias (photo/vidéo) et de textes.

**Analyse et reciblage :** mise en œuvre d'annonces de reciblage pour réengager les utilisateurs qui ont visité notre site Web mais n'ont pas effectué de conversion.



### 5.2.3. MODULE 3: Optimisation des moteurs de recherche

Le module vise à fournir un aperçu complet des stratégies de référencement adaptées aux guides de randonnée environnementale intéressés par des circuits axés sur la géologie.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- **Augmenter la présence en ligne pour positionner bien en évidence ses produits géotouristiques sur les moteurs de recherche.**
- **Attirez les visiteurs intéressés grâce à l'optimisation du contenu et des mots clés.**
- **Optimisez l'expérience utilisateur et la conception du site Web pour convertir les visiteurs en clients ou en actions souhaitées.**

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Obtenez une compréhension approfondie des aspects techniques, des meilleures pratiques et des tendances SEO.
- Mettez en œuvre les connaissances acquises sur votre site Web ou vos projets, améliorant ainsi la visibilité en ligne.
- Être capable d'analyser les données, de surveiller les performances et d'adapter continuellement les stratégies de référencement pour obtenir des résultats durables et progressifs.

## CONTENU DES MODULES

Le module couvre les sujets suivants :

1. Concepts fondamentaux du référencement et son importance pour les guides environnementaux.
2. Pertinence du référencement pour la visibilité en ligne sur les sites géologiques.
3. Identification de mots-clés liés aux sites géologiques.
4. Optimisation sur la page, y compris les titres, les méta descriptions et la structure du site.
5. Création de liens.
6. Contenu Evergreen et optimisation mobile.
7. Mise en œuvre de données structurées pour mettre en évidence les caractéristiques géologiques.
8. Surveillance des performances à l'aide d'analyses et de KPI spécifiques.

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE DE CONTENU OPTIMISÉ POUR LE SEO

**Titre : « Exploration géologique dans le sud de la Sardaigne : visite parmi des formations calcaires uniques et des fossiles anciens. »**

**Meta Description : « Rejoignez-nous pour une visite géologique dans le sud de la Sardaigne pour explorer des formations calcaires uniques, des affleurements volcaniques et découvrir des fossiles préhistoriques. Nos guides géologiques experts vous feront voyager à travers les histoires complexes de la terre dans cette région. »**

**Contenu de la page:**

**Introduction et contextualisation : Bienvenue dans le sud de la Sardaigne, une terre riche en secrets géologiques. Nous sommes ravis de vous accompagner dans une visite qui vous plongera dans les particularités de cette région, des caractéristiques volcaniques aux formations sédimentaires uniques.**

**Description de la visite et caractéristiques géologiques : Notre visite traverse des formations calcaires fascinantes, témoin des actions des forces géologiques qui ont sculpté ce paysage pendant des millions d'années. Nous explorerons également des affleurements volcaniques, témoignage d'un passé géologique tumultueux qui a façonné la région.**

**Expériences uniques et particularités : Chaque arrêt du circuit offre l'occasion de découvrir des fossiles préhistoriques et d'admirer des détails géologiques qui révèlent l'histoire de la Terre. Des guides géologiques expérimentés partageront leurs connaissances sur la stratigraphie, le métamorphisme et la sédimentation.**

**Informations pratiques et réservations : Pour garantir une expérience fluide, nous fournissons des détails pratiques sur la visite, de l'équipement recommandé aux directions géologiques spécifiques. Réservez dès maintenant pour nous rejoindre dans cette extraordinaire exploration du passé géologique du sud de la Sardaigne.**

**Avis et commentaires d'experts : lisez les avis de géologues experts qui ont participé à nos visites. L'approbation et le soutien de la communauté géologique sont notre garantie de qualité et d'authenticité dans les expériences que nous proposons.**

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE DE CRÉATION DE LIENS POUR LES SITES WEB DE GUIDES GÉOLOGIQUES EN SARDAIGNE

Imaginons deux sites de guides géologiques en Sardaigne, l'un spécialisé dans les visites du parc national de l'archipel de La Maddalena et l'autre axé sur les grottes de Su Mannau, tous deux situés dans cette fascinante région italienne. Pour une stratégie de création de liens efficace, les webmasters des deux sites peuvent prendre les actions suivantes :

**Identification des partenariats :** les webmasters identifient les sites connexes qui pourraient améliorer l'expérience de leurs visiteurs. Par exemple, le site des grottes de Su Mannau pourrait rechercher des collaborations avec des sites proposant des informations sur la géologie générale de la Sardaigne.

**Échange de liens thématiques :** les sites acceptent d'échanger des liens, incorporant des liens thématiques dans un contenu pertinent. Par exemple, une page sur les formations géologiques uniques du parc national de l'archipel de La Maddalena pourrait inclure un lien vers le site des grottes de Su Mannau et vice versa.

**Création de ressources communes :** les webmasters collaborent à la création de ressources informatives, telles que des guides interactifs sur la géologie de la Sardaigne ou des webinaires thématiques. Ces contenus peuvent être promus via des liens réciproques.

**Participation à des événements communs :** si les deux sites participent à des événements de géotourisme ou à des conférences sur la géologie locale en Sardaigne, ils peuvent établir des liens mutuels sur les pages d'événements respectives ou sur des articles de blog pertinents.

**Avis croisés :** les guides géologiques peuvent rédiger des avis positifs les uns sur les autres et les publier sur leurs sites respectifs. Cela fournit des témoignages authentiques et la possibilité d'inclure des liens pertinents.

**Collaborations sociales :** les webmasters font la promotion mutuelle de leur contenu sur les réseaux sociaux, en partageant des publications, des photos et des mises à jour pertinentes, y compris des liens vers leurs pages respectives.

**Mises à jour régulières :** Maintenir une communication constante et mettre à jour régulièrement la liste des liens réciproques en fonction de l'évolution du contenu et des offres touristiques en Sardaigne.

De cette manière, les sites Web de guides géologiques de Sardaigne créent un réseau de liens faisant autorité et pertinents qui améliorent la visibilité en ligne et fournissent des ressources précieuses aux visiteurs intéressés par la géologie de l'île.

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE D'OPTIMISATION MOBILE POUR UN SITE WEB DE VISITES GÉOLOGIQUES EN SARDAIGNE

Supposons que nous ayons un site Web de visites géologiques en Sardaigne appelé « GeoExploreSardinia ». Voici un exemple pratique de la façon d'exécuter l'optimisation mobile :

**Conception réactive** : mettez en œuvre une conception réactive qui s'adapte automatiquement aux dimensions de l'écran de l'appareil, garantissant une visualisation optimale sur les smartphones et les tablettes.

**Chargement rapide des pages** : optimisez les images et réduisez la taille des fichiers pour garantir des temps de chargement rapides, en tenant compte des limitations de connexion sur les appareils mobiles. Par exemple, utilisez des formats d'image compressés comme WebP et réduisez la qualité de l'image sans compromettre la clarté.

**Menu de navigation simplifié** : simplifiez le menu de navigation pour l'adapter à des écrans plus petits, en utilisant des icônes claires et un texte concis. Par exemple, créez un menu hamburger (un code qui crée un menu de navigation avec une icône de hamburger qui s'agrandit lorsque vous cliquez sur des appareils d'une largeur maximale de 768 pixels. En dessous de cette largeur, le menu apparaît en mode colonne pour mieux s'adapter à l'écran du mobile. ) pour permettre une navigation intuitive sans occuper trop de place à l'écran.

**Texte et boutons tactiles** : augmentez la taille du texte et des boutons pour faciliter la lecture et la navigation sur les écrans tactiles. Par exemple, définissez une police lisible et des boutons suffisamment grands pour éviter les clics accidentels.

**Formulaires rationalisés** : simplifiez les formulaires et minimisez la quantité de données requises pour faciliter la saisie par les utilisateurs sur les appareils mobiles. Par exemple, utilisez des champs de saisie clairs et évitez les informations non essentielles dans les formulaires de réservation.

**Intégration avec des cartes interactives** : utilisez des cartes interactives avec des fonctions de pincement pour zoomer et de panoramique pour permettre aux utilisateurs d'explorer facilement les destinations géologiques proposées. Par exemple, intégrez Google Maps qui s'adapte aux dimensions de l'écran.

**Tests sur différents appareils** : effectuez des tests approfondis sur divers appareils mobiles et navigateurs pour garantir une expérience utilisateur cohérente et satisfaisante sur chaque plateforme.

La mise en œuvre de ces pratiques d'optimisation mobile garantira que le site « GeoExploreSardinia » offre une expérience de qualité sur les appareils mobiles, améliorant la convivialité et répondant aux attentes des utilisateurs recherchant des visites géologiques en Sardaigne via leur téléphone ou leur tablette.

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE D'ANALYSE SEO AVEC INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPIs) SPÉCIFIQUES POUR UN SITE WEB DE VISITE GÉOLOGIQUE (EX. GEOEXPLORESARDINIA)

#### Taux d'ouverture des pages principales :

**KPI :** évaluez le taux d'ouverture des pages clés telles que "Tours", "Destinations" et "Contactez-nous". **Objectif :** un taux d'ouverture élevé indique un intérêt important des utilisateurs pour le contenu proposé sur ces pages.

#### Classement des mots clés :

**KPI :** Surveillez le classement des mots-clés tels que « Tours géologiques en Sardaigne » et « Grottes de Su Mannau » dans les résultats de recherche. **Objectif :** Maintenir ou améliorer les positions dans les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP) pour les mots-clés pertinents.

#### Taux de conversion de la page de réservation :

**KPI :** calculez le taux de conversion des pages de réservation de circuits. **Objectif :** Augmenter le nombre de conversions, c'est-à-dire les réservations effectuées via le site.

#### Temps passé sur les pages principales :

**KPI :** Analysez le temps que les utilisateurs passent sur des pages clés telles que "Accueil" et "Visites". **Objectif :** Augmenter le temps passé sur un contenu intéressant et engageant.

#### Taux de rebond global :

**KPI :** Mesurez le taux de rebond sur l'ensemble du site. **Objectif :** Réduire le taux de rebond pour indiquer une expérience utilisateur plus satisfaisante et un engagement accru.

#### Nombre de backlinks de qualité :

**KPI :** Comptez le nombre de backlinks issus de sites fiables et pertinents. **Objectif :** Augmenter le nombre de backlinks pour améliorer la crédibilité du site aux yeux des moteurs de recherche.

#### Analyse de la concurrence:

**KPI :** Analysez les performances SEO par rapport aux principaux concurrents. **Objectif :** identifier les opportunités d'amélioration en comparant les stratégies de référencement et en surpassant la concurrence.

## EXEMPLES PRATIQUES

### Taux de conversion des campagnes e-mail :

**KPI : Surveiller le taux de conversion des campagnes email liées aux visites géologiques. Objectif : optimiser les campagnes par e-mail pour maximiser les conversions et les réservations.**

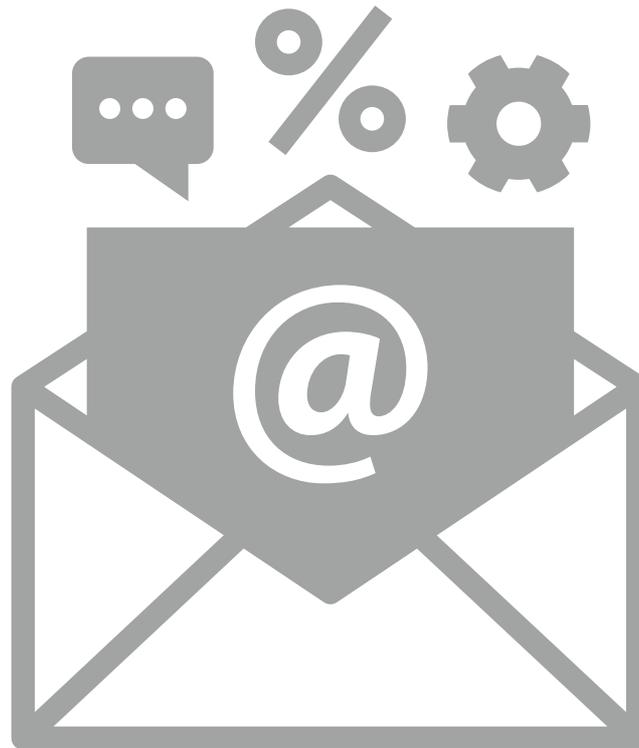
### Analyse du trafic mobile :

**KPI : examinez le trafic des appareils mobiles par rapport aux ordinateurs de bureau. Objectif : Assurer une expérience utilisateur optimale sur les appareils mobiles et ajuster la stratégie SEO en conséquence.**

### Taux de partage sur les réseaux sociaux :

**KPI : mesurez la fréquence à laquelle le contenu du site est partagé sur les plateformes sociales. Objectif : augmenter les partages pour amplifier la visibilité et la portée du site.**

**Cette analyse SEO et ses KPI associés permettent d'évaluer l'efficacité des stratégies d'optimisation du site de GeoExploreSardinia et des améliorations ciblées pour augmenter la visibilité, l'engagement et les conversions.**



## 5.2.4. MODULE 4: Email marketing

Le module vise à fournir un aperçu complet des stratégies de marketing par e-mail adaptées aux guides de randonnée environnementaux intéressés par des visites axées sur la géologie.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Améliorer la compréhension des stratégies de marketing par courrier électronique axées sur le géotourisme pour les guides environnementaux.
- Dotez les stagiaires de compétences pratiques pour créer et exécuter des campagnes par courrier électronique de géotourisme réussies.
- Intégrez efficacement le marketing par e-mail au référencement et aux médias sociaux pour un impact marketing complet dans le géotourisme.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Développer ses compétences dans la création de campagnes par courrier électronique ciblées adaptées au géotourisme, en mettant l'accent sur l'engagement du public et les stratégies de communication.
- Acquérir des compétences pratiques dans l'utilisation des outils de marketing par e-mail pour le géotourisme, notamment la segmentation de listes, la personnalisation du contenu et l'optimisation des campagnes.
- Comprenez la synergie entre le marketing par e-mail, le référencement et les médias sociaux, et apprenez à intégrer ces stratégies pour améliorer l'efficacité globale de la promotion des expériences géotouristiques.

### Le module couvre les sujets suivants :

- 1. Le rôle du marketing par e-mail dans la promotion de la géologie forfaits touristiques.**
- 2. Avantages du marketing par e-mail et son importance dans la communication avec le public.**
- 3. Construire des listes ciblées avec une segmentation basée sur les intérêts géotouristiques.**
- 4. Concevoir des campagnes convaincantes avec personnalisation liées aux sites géologiques.**
- 5. Automatisation des campagnes.**
- 6. Utiliser des mesures spécifiques pour évaluer les performances des campagnes de géotourisme.**
- 7. Tests A/B et comment adapter les stratégies en fonction des résultats obtenus.**
- 8. Synchronisation avec les activités de référencement et d'autres canaux de marketing pour une promotion intégrée.**

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE DE CONCEPTION DE CAMPAGNE EMAIL CAPTIVANTE POUR "GEOEXPLORESARDINIA"

Objectif : Créer une campagne email personnalisée pour promouvoir les visites géologiques dans les grottes de Sardaigne.

Objet de l'e-mail : Explorez les merveilles souterraines : visites dans les grottes de Sardaigne !

Message d'accueil personnalisé : Bonjour [Nom de l'utilisateur...]

Image principale : Une scène époustouflante d'une grotte avec des formations de stalactites et de stalagmites illuminées, véhiculant l'idée d'une aventure passionnante.

Texte d'introduction engageant : Êtes-vous prêt à vivre une expérience underground unique ? Les grottes de Sardaigne sont prêtes à vous accueillir dans un monde de merveilles géologiques.

- Description spécifique de la visite : Notre visite « Exploration souterraine » vous fera découvrir les grottes les plus fascinantes de Sardaigne. Vous découvrirez des formations rocheuses uniques, des chambres souterraines et des secrets géologiques qui vous couperont le souffle.
- Appel à l'action personnalisé : texte du bouton « Réservez votre voyage dans la grotte maintenant ! »
- Offre spéciale : réservez avant le [date] et bénéficiez d'une réduction de 15 % sur la visite. Ne manquez pas l'occasion de vivre une aventure géologique inoubliable !
- Section « Pourquoi nous choisir » : GeoExploraSardegna est un leader dans l'offre d'expériences géotouristiques authentiques. Avec des guides expérimentés, des équipements de haute qualité et un profond amour pour la géologie, nous sommes le choix idéal pour votre exploration de grottes.
- Témoignages clients : Écoutez ce que disent nos clients : « Une expérience incroyable, les grottes prennent vie avec les explications détaillées des guides ! - [Nom du client]. »
- Partage sur les réseaux sociaux : Vous souhaitez partager votre expérience ? Utilisez le hashtag #GeoExploreSardinia et rejoignez notre communauté géologique sur les réseaux sociaux !
- Coordonnées et réseaux sociaux : Pour plus d'informations ou pour réserver, contactez-nous à [info@geoexploresardinia.com](mailto:info@geoexploresardinia.com). Suivez-nous sur Facebook et Instagram pour des mises à jour en temps réel.
- Pied de page avec option de désabonnement : Si vous ne souhaitez plus recevoir nos emails, vous pouvez vous désinscrire ici.

Cette campagne par e-mail est conçue pour être captivante, informative et hautement personnalisée afin d'engager le destinataire spécifique intéressé par l'exploration des grottes de Sardaigne. La personnalisation du nom, des images convaincantes et des appels à l'action ciblés amélioreront les chances de conversion et de participation.

## EXEMPLES PRATIQUES

### EXEMPLE D'UTILISATION DE MÉTRIQUES SPÉCIFIQUES POUR ÉVALUER LES PERFORMANCES D'UNE CAMPAGNE DE GÉOTOURISME POUR GEOEXPLORESARDINIA

Campagne e-mail : “Découvrez les merveilles géologiques de la Sardaigne avec notre visite exclusive“

- Taux d'ouverture : Métrique : 25 %. Analyse : Un taux d'ouverture de 25 % indique un intérêt important de la part des destinataires. Cependant, tester des lignes d'objet alternatives pourrait encore améliorer le taux d'ouverture.
- Taux de clics (CTR) : Métrique : 12 %. Analyse : Un CTR de 12 % est positif, indiquant que le contenu a suscité l'intérêt. Les sections avec un CTR plus faible pourraient être examinées pour optimisation.
- Taux de conversion des réservations : Métrique : 8 %. Analyse : un taux de conversion des réservations de 8 % est solide, ce qui suggère que la campagne a motivé les utilisateurs à effectuer des réservations. Il pourrait être envisagé d'étudier les moyens d'augmenter ce taux grâce à des offres spéciales ou à des incitations.
- Temps d'attente sur le site après l'e-mail : Métrique : 4 minutes en moyenne. Analyse : un temps d'arrêt de 4 minutes indique un engagement substantiel. Il est crucial de s'assurer que le contenu du site Web correspond aux attentes définies par l'e-mail.
- Commentaires et avis recueillis : Métrique : 15 avis, avec une note moyenne de 4,8 sur 5. Analyse : les avis positifs indiquent une satisfaction globale. La sollicitation continue de commentaires contribuera à améliorer davantage l'expérience.
- Taux de rebond des réservations : métrique : 18 %. Analyse : un taux de rebond de 18 % pour les pages de réservation pourrait suggérer que certains utilisateurs ont abandonné le processus de réservation. Une simplification supplémentaire du processus ou une offre d'assistance en temps réel pourraient être envisagées.
- Utilisation du hashtag sur les réseaux sociaux : Métrique : plus de 200 utilisations du hashtag #GeoExploraSardegna. Analyse : Le hashtag a été largement utilisé, suggérant une participation active de la communauté. Une promotion continue contribuera à étendre sa portée.
- Réponses par e-mail : Métrique : 10 réponses directes. Analyse : Les réponses indiquent un engagement direct. Des réponses rapides seront fournies pour maintenir un dialogue ouvert.
- Mesures de comparaison avec les campagnes précédentes : Analyse : En comparant ces mesures avec les campagnes précédentes, nous observons une augmentation de 15 % du taux de conversion et une croissance de 20 % des partages sociaux. Ces résultats positifs indiquent des progrès dans nos stratégies marketing.

Grâce à ces mesures spécifiques, GeoExploreSardinia peut évaluer en détail les performances de la campagne de géotourisme, en identifiant les domaines de réussite et les opportunités d'amélioration pour optimiser les futures campagnes marketing.

## EXEMPLE D'A/B TEST POUR OPTIMISER UNE CAMPAGNE EMAIL POUR GEOEXPLORESARDINIA

Objectif du test : Optimiser le taux de conversion de la campagne email "Découvrez les merveilles géologiques de la Sardaigne avec notre visite exclusive".

Variable à tester : Objet de l'e-mail

Version A : Objet : « Découvrez les merveilles géologiques de la Sardaigne avec notre visite exclusive ! »

Version B : Objet : "Réservez dès maintenant votre visite exclusive dans les grottes de Sardaigne !"

Durée du test:

Une semaine.

Métriques surveillées :

Taux d'ouverture : Version A : 25 %. Version B : 28 %.

Taux de clics (CTR) : Version A : 12 %. Version B : 15 %.

Taux de conversion des réservations : Version A : 8%. Version B : 10 %.

Résultats et analyse :

Après une semaine de tests A/B, les résultats indiquent que la version B a obtenu de meilleurs résultats dans les indicateurs clés :

Augmentation du taux d'ouverture : la version B a montré une augmentation de 3 % du taux d'ouverture, ce qui suggère que le sujet plus axé sur la réservation a attiré plus d'attention.

Augmentation du taux de clics : la version B a atteint un CTR de 15 %, contre 12 % pour la version A. Le sujet orienté vers l'action a suscité un plus grand intérêt.

Augmentation du taux de conversion des réservations : la version B a démontré une augmentation du taux de conversion des réservations de 8 % à 10 %, indiquant que l'approche plus directe a contribué à convertir davantage d'utilisateurs en réservations réelles.

Décisions et mise en œuvre :

Sur la base des résultats positifs, GeoExploreSardinia décide de mettre en œuvre la version B comme sujet principal de la campagne email. L'approche plus directe et orientée vers l'action s'est avérée plus efficace pour impliquer les utilisateurs et les inciter à réserver des visites géologiques dans les grottes de Sardaigne.

Cet exemple illustre comment les tests A/B peuvent être utilisés pour optimiser des éléments spécifiques d'une campagne par e-mail, permettant à GeoExploreSardinia de prendre des décisions éclairées par les données afin de maximiser l'efficacité de ses stratégies marketing.

## EXEMPLE DE SYNCHRONISATION POUR UNE PROMOTION INTÉGRÉE : GEOEXPLORESARDINIA

Objectif : Promouvoir un nouveau circuit géologique dans les montagnes de Sardaigne.

### 1) Activités de référencement :

Recherche de mots clés : identifiez et optimisez le site Web pour des mots clés pertinents tels que « Tours géologiques en Sardaigne », « Exploration des montagnes sardes », etc.

Contenu du site Web : créez des pages de destination sur le site Web avec un contenu détaillé sur la nouvelle visite, y compris des itinéraires, des caractéristiques géologiques et des détails pratiques pour les visiteurs.

Création de liens : mettez en œuvre une stratégie de création de liens pour obtenir des backlinks à partir de sites de géotourisme pertinents, de guides locaux et de blogs de voyage.

### 2) Médias sociaux :

Annonce de nouvelle tournée : créez des annonces convaincantes pour la nouvelle tournée et partagez-les sur les principaux réseaux sociaux comme Facebook, Instagram et Twitter.

Contenu visuel engageant : publiez des images et des vidéos attrayantes de la visite, présentant des paysages à couper le souffle, des formations géologiques uniques et des témoignages de participants.

Engagement communautaire : engagez la communauté géologique avec des enquêtes, des quiz ou des concours sur les réseaux sociaux, en encourageant la participation et le partage.

### 3) Marketing par e-mail :

Inclusion dans la newsletter mensuelle : incluez la nouvelle tournée dans les newsletters mensuelles envoyées aux abonnés, avec des avant-premières exclusives, des réductions ou du contenu bonus.

Segmentation basée sur les intérêts : utilisez des segmentations spécifiques basées sur des intérêts géotouristiques pour envoyer des e-mails personnalisés à ceux qui ont déjà manifesté leur intérêt pour des circuits similaires.

### 4) Résultats intégrés :

Surveillance unifiée des métriques : utilisez des outils d'analyse qui permettent une surveillance unifiée des métriques, notamment les visites de sites Web, les clics sur les publicités sociales, les ouvertures d'e-mails et les conversions.

Mises à jour multicanaux : partagez les mises à jour sur tous les canaux, en garantissant que les mêmes informations sont communiquées de manière cohérente et rapide.

- Ajustements en temps réel : répondez dynamiquement aux données détectées. Par exemple, si les publicités sur les réseaux sociaux attirent beaucoup d'attention, augmentez le budget publicitaire dans cette direction.

- Commentaires intégrés : collectez les commentaires de tous les canaux et utilisez-les pour optimiser les promotions futures.

Cet exemple illustre une approche intégrée et synergique, où les activités de référencement, de médias sociaux et de marketing par courrier électronique sont synchronisées pour maximiser l'impact de la promotion de la nouvelle visite géologique. La cohérence des messages et les ajustements basés sur les données en temps réel contribuent à une campagne de promotion intégrée efficace.



# COMMENT FOURNIR LE CONTENU : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme

## APERÇU DU COURS :

Cette formation vise à doter les participants d'outils et de stratégies de base en marketing numérique qui pourraient les aider dans leur activité.

**LE PROGRAMME DE CETTE SECTION EST CONÇU POUR UNE DURÉE DE 2 SEMAINES.**

**Semaine 1 : Fondements de la planification de sites Web et du marketing sur les réseaux sociaux**

**Session 1 : Planification et création de sites Web**

- Introduction au cours, aux objectifs et aux attentes.
- Cours sur les bases de la planification et de la création de sites Web pour guides/agents touristiques.
- Exemples pratiques.

**Session 2 : Planification et création de sites Web**

- Activité de groupe pratique : mise en place d'une stratégie pour votre propre site Web en tant que guide touristique.

**Session 3 : Marketing sur les réseaux sociaux**

- Cours sur les bases du marketing des médias sociaux.
- Exemples pratiques.

**Session 4 : Marketing sur les réseaux sociaux**

- Utilisation du marketing des médias sociaux pour les guides/agents touristiques.
- Activité pratique de groupe : préparer une stratégie de médias sociaux pour votre propre entreprise.

**Semaine 2 : Fondements de l'optimisation des moteurs de recherche et du marketing par e-mail**

**Session 5 : Optimisation des moteurs de recherche**

- Cours sur les bases de l'optimisation des moteurs de recherche.
- Exemples pratiques.

**Session 6 : Optimisation des moteurs de recherche**

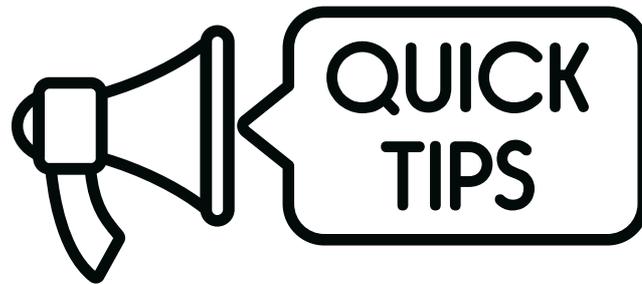
- Aspects techniques du SEO, bonnes pratiques et tendances SEO.
- Activité pratique en groupe : préparer le contenu de votre site Web.

**Séance 7 : Marketing par e-mail**

- Cours sur les principes du marketing par e-mail.
- Exemples pratiques.

**Séance 8 : Marketing par e-mail**

- Activité pratique : préparation d'une campagne d'email marketing.



### CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES POUR LES FORMATEURS :

-  • Encouragez la participation active et favorisez l'engagement en facilitant les discussions de groupe et les activités interactives.
-  • Maintenez l'engagement des participants en intégrant des pauses programmées au cours de chaque session.
-  • Ajustez le programme si nécessaire pour accueillir des conférenciers invités, des visites sur le terrain ou des événements inattendus.
-  • Utilisez des exemples concrets et des études de cas de l'industrie du tourisme pour illustrer les concepts clés et démontrer comment les stratégies de marketing numérique peuvent être appliquées efficacement dans la pratique.
-  • Établissez des mécanismes de retour d'information clairs pour recueillir les commentaires des participants sur le contenu du cours, les méthodes de prestation et l'expérience d'apprentissage globale, et utilisez ces commentaires pour apporter les ajustements et améliorations nécessaires.

### OUTILS PRATIQUES:

- WordPress: <https://wordpress.com/> - the most widely used and user-friendly content management system that helps you create and manage your website without knowledge of coding.
- Mailchimp: <https://mailchimp.com> - email marketing platform and marketing automation tool that enables you design, send, and track email marketing campaigns.
- Brevo (ex Sendingblue): <https://www.brevo.com>
- Google's Search Engine Optimization Starter Guide: <https://developers.google.com/search>

## CONSEILS POUR LA LIVRAISON DU CONTENU

1. Animez de petits groupes d'apprentissage entre pairs où les participants peuvent collaborer, partager des expériences et échanger les meilleures pratiques dans l'application de stratégies de marketing numérique au secteur du tourisme.
2. Préparez des exercices de simulation ou des scénarios du monde réel qui peuvent être utilisés lors des sessions de formation pour simuler les défis pratiques du marketing numérique rencontrés dans l'industrie du tourisme.
3. Invitez des conférenciers invités de l'industrie du tourisme ayant de l'expérience en marketing numérique à partager leurs idées, leurs meilleures pratiques et leurs réussites avec les participants.
4. Incorporez des éléments interactifs tels que des sondages, des quiz et des présentations multimédias pour maintenir l'engagement des participants et faciliter l'apprentissage actif.
5. Incluez des activités et des exercices pratiques qui permettent aux participants d'appliquer des techniques de marketing numérique dans des scénarios simulés pertinents pour leurs rôles de guides touristiques.
6. Fournir des démonstrations pratiques d'outils et de plateformes de marketing numérique couramment utilisés dans l'industrie du tourisme, tels que les outils de gestion des médias sociaux, les plateformes de marketing par courrier électronique et les logiciels d'analyse de sites Web.
7. Prévoyez du temps pour des séances de questions-réponses au cours desquelles les participants peuvent poser des questions, demander des éclaircissements et discuter des défis auxquels ils pourraient être confrontés dans la mise en œuvre de stratégies de marketing numérique en tant que guides touristiques.
8. Mettez en œuvre des méthodes d'évaluation continue telles que des quiz, des devoirs et des projets de groupe pour évaluer la compréhension et les progrès des participants tout au long du cours.
9. Fournissez des ressources de suivi telles que des lectures supplémentaires, des didacticiels en ligne et des guides pratiques pour aider les participants à développer davantage leurs compétences en marketing numérique au-delà du cours.
10. Encouragez les participants à réfléchir à la manière dont ils peuvent appliquer les compétences de marketing numérique qu'ils ont acquises pour renforcer leur rôle de guides touristiques et améliorer l'expérience globale des visiteurs.

## RESSOURCES ADDITIONNELLES:

- Adam Clarke: SEO 2024: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies
- Ahref Blog: <https://ahrefs.com>
- Eric J. Scott: Email Marketing: Strategies to Capture and Engage Your Audience, While Quickly Building an Authority
- Litmus Blog: [PRACTICAL TOOLS:](#)
- Moz Blog: <https://moz.com/blog>
- Matthew Paulson: Email Marketing Demystified: Build a Massive Mailing List, Write Copy that Converts, and Generate More Sales
- Peter Kent: SEO for dummies

# TESTEZ LES CONNAISSANCES : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme



## PLANIFICATION ET CRÉATION DE SITE WEB

- Quels sont les avantages d'un bon site Web pour un guide/agent touristique ?
- Quel est l'objectif d'un site Web pour un guide/agent touristique ? Comment peut-il adhérer à l'entreprise ?
- Quels sont les éléments clés d'un site Web touristique réussi et comment contribuent-ils à l'expérience utilisateur globale ?
- Pourquoi est-il important de partager des informations précises et à jour sur votre site Web ?
- Quel est le public cible et pourquoi est-il important de l'identifier ?
- Discutez des stratégies permettant de mener des recherches sur les utilisateurs et d'intégrer des principes de conception centrés sur l'utilisateur dans la planification de sites Web pour les entreprises touristiques.
- Comment les analyses de site Web et les mesures de performances peuvent-elles être utilisées pour optimiser la conception et le contenu du site Web afin d'obtenir de meilleurs taux d'engagement et de conversion ?

## SOCIAL MEDIA MARKETING

- Comment les médias sociaux peuvent-ils aider les guides/agents touristiques dans leur activité ?
- Quels sont les avantages et les défis de l'utilisation des plateformes de médias sociaux pour commercialiser les entreprises touristiques ?
- Partagez des exemples de campagnes de marketing efficaces sur les réseaux sociaux dans l'industrie du tourisme. Quelles stratégies et tactiques ont été utilisées pour impliquer le public et générer des résultats ?
- Quelles mesures pouvons-nous utiliser pour analyser nos performances sur les réseaux sociaux et comment l'analyse peut-elle nous aider dans d'autres activités ?
- Comment les professionnels du tourisme peuvent-ils tirer parti du contenu généré par les utilisateurs, des partenariats d'influenceurs et de l'engagement communautaire pour améliorer leurs efforts de marketing sur les réseaux sociaux ?

## MARKETING DES MÉDIAS SOCIAUX

- Que signifie le référencement et quel est son objectif principal pour les sites Web ?
- Expliquer l'importance du référencement pour améliorer la visibilité en ligne et la découvrabilité des sites Web touristiques.
- Pourquoi le référencement est-il particulièrement crucial pour les guides environnementaux proposant des visites géologiques ?
- Fournissez un exemple de la façon dont le référencement peut être mis en œuvre dans le contenu d'une visite géologique, y compris le titre, la méta description et le contenu de la page.
- Quelle est la première étape cruciale du processus d'optimisation des moteurs de recherche lors de la promotion de forfaits touristiques géologiques ?

# TESTEZ LES CONNAISSANCES : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme



## MARKETING DES MÉDIAS SOCIAUX

- Décrivez deux actions que les sites Web de guides géologiques peuvent entreprendre dans le cadre d'une stratégie efficace de création de liens.
- Pourquoi l'optimisation mobile est-elle importante pour un site Web de visites géologiques, et quel est le but de créer du contenu permanent ?
- Discutez des meilleures pratiques pour effectuer des recherches de mots clés, optimiser le contenu d'un site Web et créer des backlinks pour améliorer le classement des moteurs de recherche pour les mots clés liés au tourisme.
- Comment les professionnels du tourisme peuvent-ils surveiller et mesurer l'efficacité de leurs efforts de référencement à l'aide d'outils tels que Google Analytics et Google Search Console ?

## EMAIL MARKETING

- Quel rôle joue l'email marketing dans la stratégie globale de marketing digital des professionnels du tourisme ?
- Comment les campagnes par e-mail ciblées profitent-elles aux guides de géotourisme et quelles stratégies améliorent l'engagement du public ?
- Expliquez l'importance de la segmentation des listes dans le marketing par e-mail géotouristique et son rôle dans la fourniture de contenu personnalisé.
- Quelles compétences pratiques avez-vous acquises pour créer des campagnes par e-mail de géotourisme réussies, et comment aborderiez-vous la personnalisation du contenu ?
- Comment l'intégration du marketing par e-mail avec le référencement et les médias sociaux contribue-t-elle à une stratégie de marketing géotouristique plus efficace ?
- Quelles mesures analyseriez-vous à l'aide d'outils d'analyse pour mesurer le succès d'une campagne par e-mail sur le géotourisme ?
- Quelle est l'importance des tests A/B dans l'optimisation des campagnes par e-mail, et pouvez-vous fournir un bref exemple de scénario et son impact ?
- Partagez des exemples de campagnes de marketing par e-mail efficaces pour les entreprises touristiques. Comment la segmentation, la personnalisation et l'automatisation ont-elles été utilisées pour améliorer l'efficacité de ces campagnes ?

Discutez des stratégies pour créer et développer une liste d'abonnés par courrier électronique, ainsi que pour créer un contenu de courrier électronique convaincant qui stimule l'engagement et les conversions.



## 5.3. SECTION 3

### Applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain

La section 3 se concentre sur l'apprentissage pratique avec la communication sur le terrain, la collecte d'échantillons et les activités éducatives pour améliorer les compétences de communication des étudiants et leur permettre d'offrir des expériences enrichissantes aux touristes tout en promouvant le géotourisme durable.

Ce chapitre décrit les objectifs et les résultats d'apprentissage de chaque module, offrant un aperçu du contenu du module et des exemples pratiques. Il se termine par des conseils sur la manière de fournir le contenu et de tester les connaissances sur les sujets abordés dans la section 3.

#### CHAPTER OVERVIEW

**Module 1 : Techniques de communication sur le terrain**

**Module 2 : Techniques d'identification des échantillons**

**Module 3 : Jeux et activités pédagogiques**

**Comment diffuser le contenu : Applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain**

**Testez les connaissances : applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain**



### 5.3.1. MODULE 1: Techniques de communication sur le terrain

Explorez le géotourisme grâce à des techniques de communication efficaces, enrichissant l'expérience et favorisant l'appréciation de la nature.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Reconnaître et catégoriser les types de roches fondamentales.
- Mettre en œuvre des techniques de communication interactives en géotourisme.
- Utiliser divers médias pour améliorer les connaissances et l'appréciation du géotourisme.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- **Démontrer sa compétence dans l'identification et la catégorisation des types de roches fondamentaux dans les contextes géotouristiques.**
- **Appliquer efficacement les techniques de communication interactives, favorisant l'engagement et l'échange de connaissances entre géotouristes.**
- **Présenter une compréhension et une appréciation enrichies du géotourisme en utilisant divers médias, contribuant ainsi à une expérience éducative complète.**

## CONTENU DES MODULES

Le module couvre les sujets suivants :

Techniques de communication courantes en géotourisme, telles que : jeux de terrain et sentiers géotouristiques, programmes de fidélité, panneaux d'information, applications mobiles, centres d'information interactifs, guides de terrain, stations pédagogiques et promenades virtuelles.

## EXEMPLES PRATIQUES

Programme de fidélité au Géoparc au Pays des Volcans Éteints : Devenez Explorateur du Pays des Volcans Éteints !

1. Obtenez votre passeport
2. Collectionnez les timbres
3. Collectionnez les autocollants
4. Vous méritez une médaille ! Des prix attendent ceux qui collecteront un nombre suffisant de timbres et d'autocollants : des médailles pour les explorateurs du pays des volcans éteints, fabriquées par des artistes locaux, disponibles en bronze (en bois), en argent et en or (en céramique). Vous recevrez votre médaille au Sudetic Geoscience Centre.

**Plus d'informations:** <https://youtu.be/lzTGMYhrEes>



## 5.3.2. MODULE 2: Techniques d'identification des échantillons

L'objectif de cette partie du cours est d'acquérir des connaissances sur les types de roches formant la lithosphère de notre planète, ainsi que la capacité à reconnaître ces roches en conditions de terrain.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Distinguer les types de roches de base.
- Identification d'un échantillon de roche.
- Description des caractéristiques des échantillons de roches.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Capacité à reconnaître des échantillons de roche.
- Compétence dans la description des caractéristiques macroscopiques d'un échantillon de roche.
- Compréhension de base des processus façonnant les roches au sein de la lithosphère.

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**

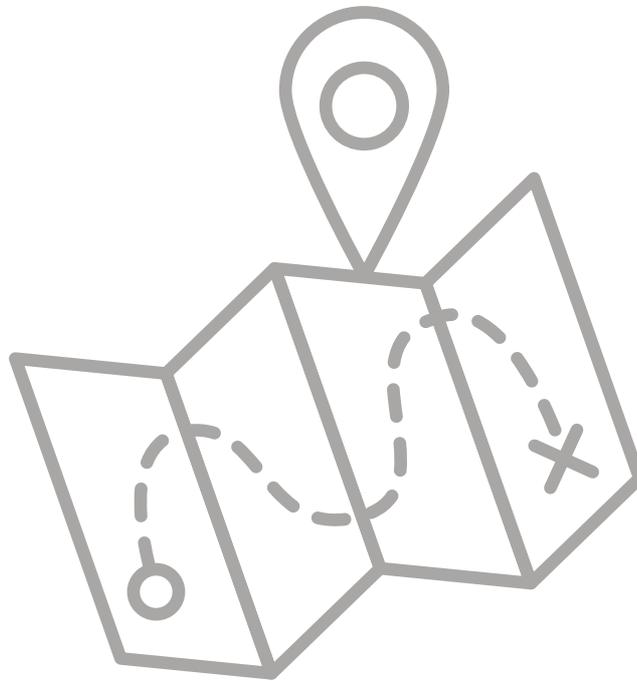
1. **Classification des roches et leurs caractéristiques.**
2. **Roches ignées.**
3. **Roches sédimentaires.**
4. **Roches sédimentaires organiques.**
5. **Roches métamorphiques.**

## EXEMPLES PRATIQUES

Observation de roches dans des endroits bien décrits.

Décrire en détail des échantillons de roches en fonction de leurs caractéristiques structurelles, texturales et physicochimiques.

Priorité à la collecte d'échantillons in situ.



### 5.3.3. MODULE 3: Jeux et activités éducatifs

Lors des excursions géotouristiques, les jeux pédagogiques guidés jouent un rôle crucial, s'adressant aussi bien aux groupes scolaires qu'aux animations pédagogiques pour les adultes ou les familles.

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Comprendre le rôle des jeux et activités pédagogiques dans le géotourisme.
- Familiarité avec diverses formes d'activités éducatives, telles que des conférences, des discussions et des expériences pratiques.
- Connaissance des ateliers en plein air axés sur la géologie, favorisant l'engagement et l'interaction avec les caractéristiques géologiques.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

- Connaissance approfondie de l'éducation au géotourisme : les apprenants acquerront une compréhension approfondie du rôle et de l'importance des jeux et activités éducatifs dans le contexte du géotourisme.
- Application pratique des concepts géologiques : Les participants acquerront des connaissances et des compétences pratiques grâce à des ateliers de géologie en plein air, notamment l'identification des roches, la cartographie géologique et des expériences pratiques, favorisant un lien tangible avec les concepts géologiques.
- Conception et mise en œuvre efficaces de jeux éducatifs : les étudiants et les éducateurs apprendront à concevoir et à mettre en œuvre des jeux éducatifs, allant du niveau de base au niveau avancé, en mettant l'accent sur la géologie. Ces connaissances visent à améliorer l'expérience d'apprentissage, la rendant agréable et percutante pour des publics divers.

## CONTENU DES MODULES

**Le module couvre les sujets suivants :**  
**Aperçu des activités pédagogiques pour l'enseignement du géotourisme**

## EXEMPLES PRATIQUES

Nom du jeu : « Chasseurs de trésors géologiques ». Description du jeu : Un jeu d'aventure éducatif encourageant les participants à explorer un sentier géologique, à la recherche de « trésors » géologiques. Convient aussi bien aux enfants qu'aux adultes. Préparation : Préparez une carte du sentier géologique avec les points d'intérêt balisés. Cachez des petits « trésors » géologiques le long du sentier (pierres colorées, minéraux, etc.). Règles du jeu : Répartissez les participants en équipes ou en individus. Fournissez à chaque équipe/joueur une carte. Le but est de trouver le plus de « trésors » possible. Les joueurs naviguent à l'aide de la carte, collectant et documentant les objets trouvés. L'équipe/le joueur avec le plus de « trésors » à la fin gagne.



# COMMENT FOURNIR LE CONTENU : Stratégies de marketing numérique pour les professionnels du tourisme

## APERÇU DU COURS :

Ce cours de formation vise à doter les participants de connaissances et de compétences pratiques en matière de communication et à leur permettre d'offrir des expériences enrichissantes aux touristes tout en promouvant le géotourisme durable.

LE PROGRAMME DE CETTE SECTION EST CONÇU POUR UNE DURÉE DE 2 SEMAINES.

**Semaine 1 : Techniques de communication sur le terrain et techniques d'identification des échantillons**

**Session 1 : Techniques de communication sur le terrain**

- Introduction au cours, aux objectifs et aux attentes.
- Techniques de communication courantes en géotourisme.
- Exemples pratiques.

**Session 2 : Techniques d'identification des échantillons**

- Fondements théoriques.
- Présentation d'échantillons de roches et description de leurs caractéristiques structurales et texturales.

**Session 3 : Techniques d'identification des échantillons**

- Visite de terrain.
- Réflexion et discussion en groupe sur l'expérience de terrain.

**Semaine 2 : Jeux et activités pédagogiques**

**Session 4 : Jeux et activités pédagogiques**

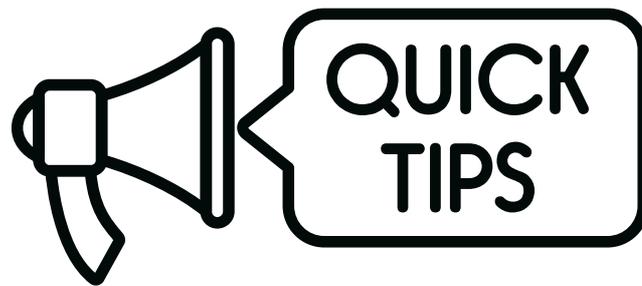
- Conférence sur les jeux et activités pédagogiques en géotourisme
- Exemples pratiques.

**Session 5 : Jeux et activités pédagogiques**

- Aperçu des études de cas.
- Réflexion et discussion en groupe

**Séance 6 : Jeux et activités pédagogiques**

- Visite de terrain.
- Réflexion et discussion en groupe sur l'expérience de terrain.



## CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES POUR LES FORMATEURS :

-  **Organisez des pauses périodiques tout au long de chaque session pour maintenir l'implication des participants.**
-  **Encouragez la participation active à travers des discussions de groupe, des séances de questions-réponses et des activités interactives.**
-  **Prévoyez du temps pour l'évaluation continue, en veillant à ce que les participants reçoivent des commentaires en temps opportun.**
-  **Organisez une visite sur le terrain d'un site géologique local intéressant ou d'un musée pour offrir aux participants une expérience pratique et une compréhension plus approfondie des opérations sur place et des interactions au sein de la communauté. Accueillez des conférenciers invités possédant une expertise en géologie pour fournir des informations complètes sur le sujet.**

## CONSEILS POUR LA LIVRAISON DU CONTENU

### Module 1

En géoéducation, les éducateurs comprennent souvent des spécialistes possédant des qualifications académiques avancées. La narration orale des phénomènes observés sur le terrain est une méthode largement acceptée pour éduquer les apprenants adultes. Étant donné que les sciences de la Terre sont souvent perçues comme un défi et ne sont généralement pas incluses dans l'enseignement général, les enseignants doivent utiliser une terminologie compréhensible pour les participants. Il est essentiel de présenter des exemples concrets et des comparaisons avec des phénomènes courants.

Les aides visuelles améliorent les descriptions et les rendent plus accessibles. De nombreuses structures géologiques et géomorphologiques ne sont pas entièrement visibles en raison de leur taille, de la végétation et des changements anthropiques. Les aides visuelles, telles que les illustrations, les diagrammes, les cartes, les coupes transversales et les représentations des états environnementaux passés, aident à transmettre la dynamique des processus géologiques et géomorphologiques. Les impressions laminées sont pratiques pour les conditions de terrain.

Sur le terrain, différents types de mesures peuvent être effectués, en fonction des conditions environnementales, des outils de mesure disponibles et des méthodes utilisées dans différentes sciences.

## Module 2

La méthode d'enseignement fondamentale de ce module devrait impliquer la présentation d'échantillons de roches et la description de leurs caractéristiques structurales et texturales. Il est important de noter que certaines roches peuvent être classées sous un même nom en fonction de leur composition chimique et de leur processus de formation, mais qu'elles peuvent différer en termes de caractéristiques structurales et texturales. Il est donc crucial de mettre en valeur les formes les plus courantes de ces roches. Le moyen le plus efficace de les présenter est bien entendu l'observation en direct des échantillons ; les documents numériques tels que les vidéos et les photos peuvent être utilisés comme moyen secondaire.

Ce module doit être divisé en trois sections, chacune se concentrant sur les types fondamentaux de roches. Les informations théoriques de chaque section doivent être condensées dans un délai de 15 à 20 minutes. La priorité doit être donnée à la présentation et à la description des échantillons de roches, en allouant un minimum de 60 minutes pour chaque section. La durée moyenne d'assimilation des connaissances dans ce module devrait être d'environ 270 minutes.

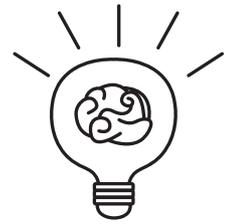
## Module 3

Évaluations basées sur des scénarios : Développer des évaluations basées sur des scénarios liés au géotourisme, obligeant les participants à appliquer leurs connaissances et leurs compétences en résolution de problèmes dans des situations du monde réel. Par exemple, présentez un scénario hypothétique de géotourisme et demandez aux apprenants de proposer des activités pédagogiques ou des jeux adaptés au contexte.

Évaluations des performances sur le terrain : organisez des évaluations sur le terrain où les stagiaires peuvent présenter leurs compétences acquises lors d'ateliers en plein air. Cela peut impliquer des tâches telles que l'identification de caractéristiques géologiques, l'explication de processus géologiques ou la démonstration de la capacité de guider les autres dans un cadre éducatif en plein air.

Études de cas et analyse : présenter des études de cas liées à des programmes éducatifs de géotourisme réussis. Demandez aux stagiaires d'analyser ces cas, d'identifier les éléments clés contribuant au succès et de proposer des améliorations ou des modifications en fonction de leurs connaissances nouvellement acquises.

# TESTEZ LES CONNAISSANCES : Applications pratiques du géotourisme et formation sur le terrain



## QUESTIONS À DISCUSSION

- Comment les activités de géotourisme peuvent-elles être conçues pour minimiser l'impact environnemental et promouvoir un comportement de voyage responsable ?
- Identifiez des exemples de projets de géotourisme réussis à travers le monde et analysez leurs principales caractéristiques.
- Comment l'apprentissage expérientiel sur le terrain peut-il améliorer la compréhension des étudiants des concepts et des processus géologiques ?
- Discutez de différentes stratégies pour organiser des sorties efficaces dans le cadre de l'enseignement de la géologie, y compris la préparation avant le voyage, les activités sur place et la réflexion après le voyage.
- Partagez des exemples de techniques innovantes d'enseignement sur le terrain qui favorisent l'engagement actif et la pensée critique parmi les étudiants. Comment ces techniques contribuent-elles à une compréhension plus approfondie de la géologie ?
- Quelles sont les principales caractéristiques et propriétés utilisées pour identifier les différents types de roches sur le terrain ?
- Comment les éducateurs peuvent-ils faciliter des activités pratiques d'identification d'échantillons de roche qui répondent à divers styles d'apprentissage et niveaux de compétences ?
- Discutez des avantages de l'intégration de jeux et d'activités éducatifs dans l'enseignement de la géologie. Comment ces méthodes interactives améliorent-elles les résultats d'apprentissage et l'engagement des étudiants ?
- Partagez des exemples de jeux ou d'activités pédagogiques qui peuvent être adaptés pour enseigner les compétences d'identification des roches sur le terrain. Comment ces activités répondent-elles à différents objectifs d'apprentissage et favorisent-elles l'apprentissage collaboratif ?



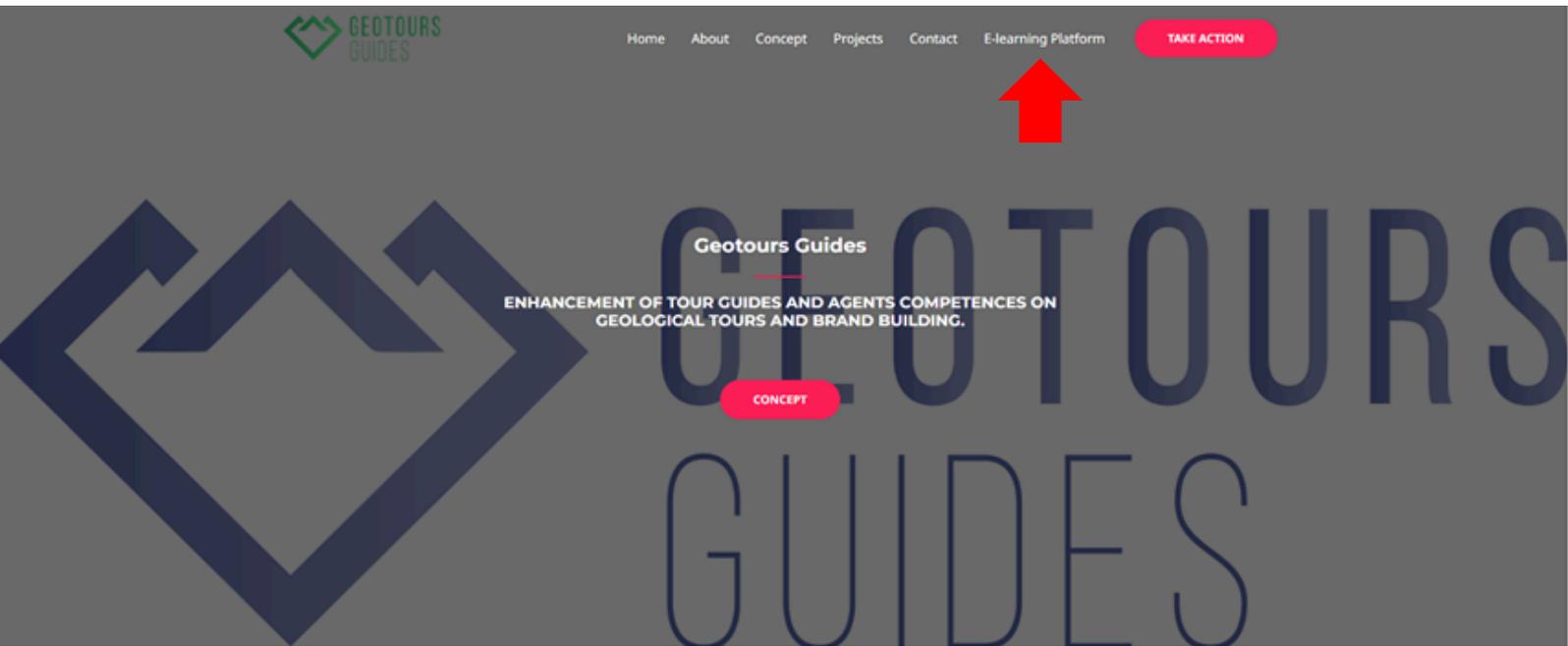
Le cours d'apprentissage est disponible sous la forme d'une plateforme d'apprentissage en ligne, où les étudiants peuvent accéder au matériel d'étude à tout moment, étudier à leur rythme et avoir la possibilité de tester leurs connaissances à travers un court quiz qui révisé le contenu des modules individuels. .



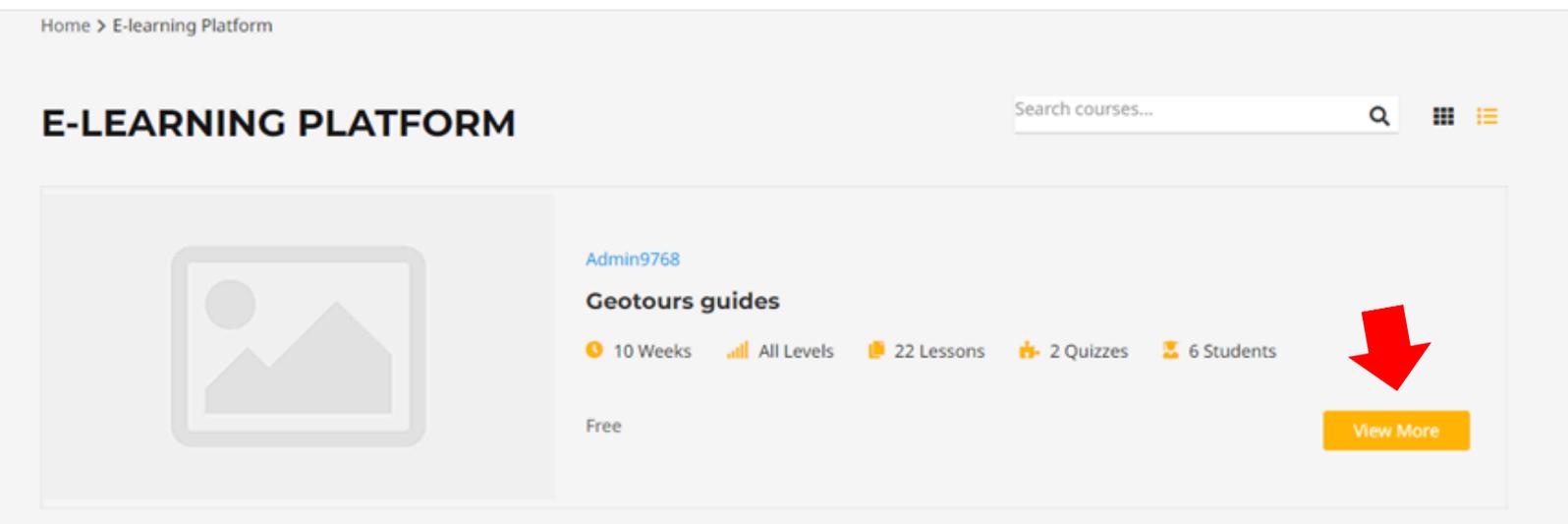
La plateforme d'apprentissage en ligne est accessible via le site Web  
<https://www.geotoursguides.com/>

# Comment utiliser la plateforme ?

## ÉTAPE 1 : Cliquez sur la plateforme E-Learning



## ÉTAPE 2 : Cliquez sur Afficher plus



# Comment utiliser la plateforme ?

## ÉTAPE 3 : Cliquez sur Démarrer maintenant

Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor  
Admin9768

Category  
Uncategorized

### GEOTOURS GUIDES

🕒 10 Weeks 📊 All Levels 📖 22 Lessons 🏆 2 Quizzes 👤 6 Students

Requirements

Features

Target audiences



Free

Start Now



## ÉTAPE 4 : Inscrivez-vous - créez votre compte utilisateur

### Sign up

Email address \*

Email

Username \*

Username

Password \*

Password

Confirm Password \*

Password

Already had an account? [Sign in.](#)

Note to administrator

Place Order

### Your order

|   |               |
|---|---------------|
|  Geotours guides | \$0.00        |
| <b>Subtotal</b>   | \$0.00        |
| <b>Total</b>  | <b>\$0.00</b> |

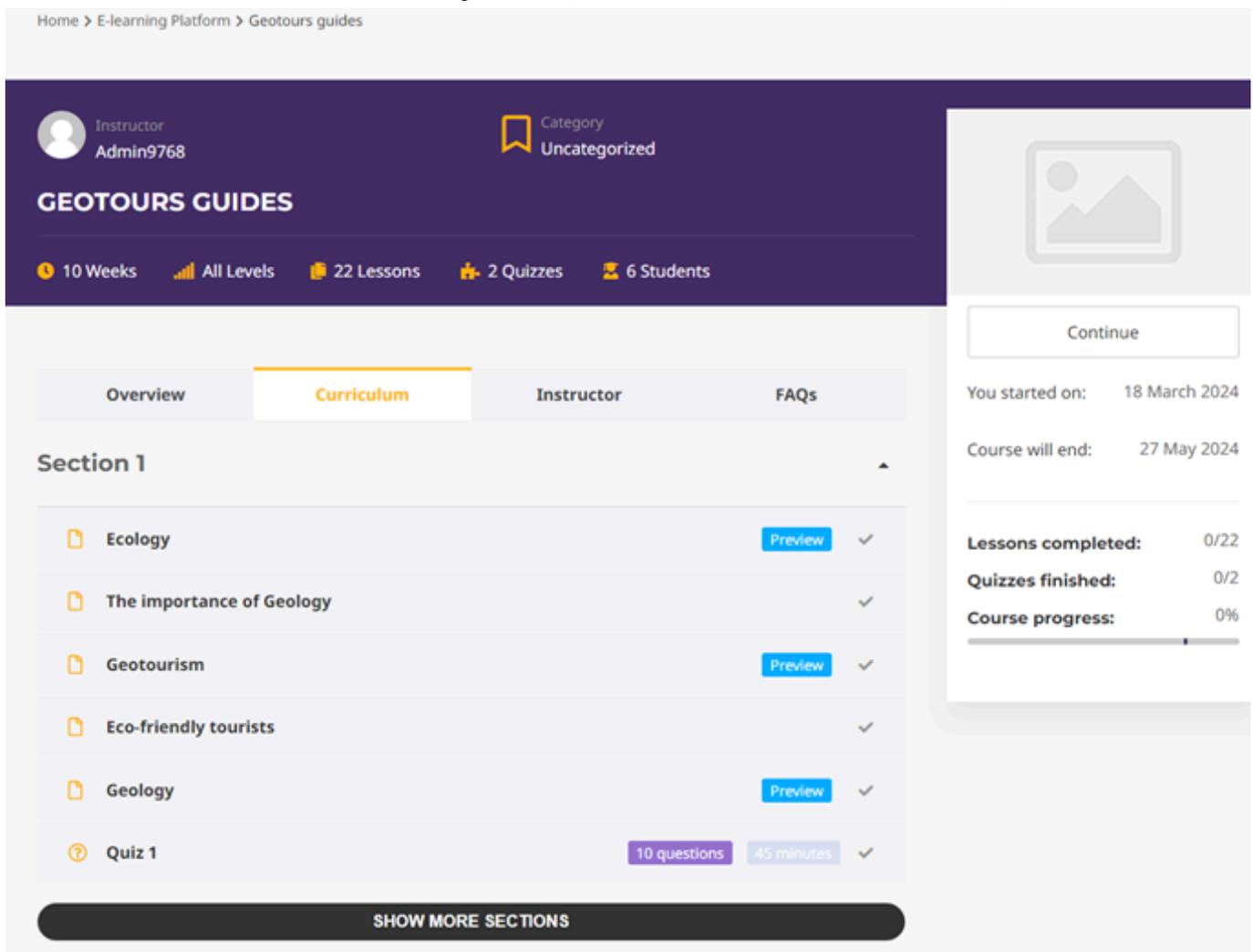
## ÉTAPE 5 : Cliquez sur Passer la commande



By completing your purchase you agree to those [Term Conditions.](#)

# Comment utiliser la plateforme ?

## ÉTAPE 6 : Les cours, leçons, quiz et questions sont disponibles



Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor: Admin9768 | Category: Uncategorized

**GEOTOURS GUIDES**

10 Weeks | All Levels | 22 Lessons | 2 Quizzes | 6 Students

Overview | **Curriculum** | Instructor | FAQs

**Section 1**

- Ecology [Preview] ✓
- The importance of Geology ✓
- Geotourism [Preview] ✓
- Eco-friendly tourists ✓
- Geology [Preview] ✓
- Quiz 1 (10 questions, 45 minutes) ✓

SHOW MORE SECTIONS

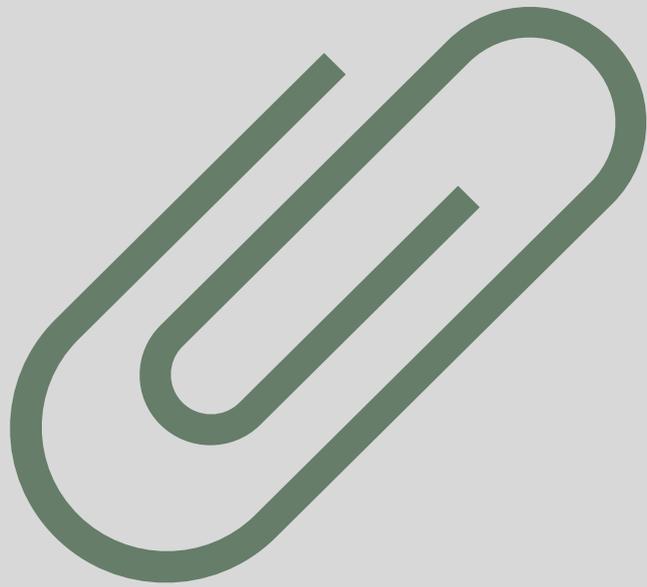
Continue

You started on: 18 March 2024  
Course will end: 27 May 2024

Lessons completed: 0/22  
Quizzes finished: 0/2  
Course progress: 0%

La plateforme d'apprentissage en ligne est un outil gratuit pour en apprendre davantage sur la géologie, le géotourisme en lien avec le marketing et les activités visant à impliquer les apprenants dans des visites géologiques.

L'objectif de cette formation inédite destinée aux guides touristiques, aux étudiants guides touristiques et aux agences de tourisme est de renforcer et d'étendre leurs compétences géologiques en plus de leur formation de base dans le domaine du géotourisme et du branding pour passer de la théorie à la pratique.



# Les références

## Les références

- Albors J., Ramos J.C. and Hervás J.L., 2008. New learning network paradigm: Communities of objectives, crowdsourcing, wikis and open source. *International Journal of Information Management*, 28, pp. 194-202. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Alexander, L. (2022). How to Write a SMART Goal [+ Free SMART Goal Template]. Hubspot. [https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-smart-goal-template?hubs\\_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs\\_content-cta=How%20to%20Write%20a%20SMART%20Goal](https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-smart-goal-template?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=How%20to%20Write%20a%20SMART%20Goal)
- Adedoyin, I. (2023). 10 Benefits of a website for a small business. <https://www.linkedin.com/pulse/10-benefits-website-small-business-irerinsola-adedoyin/>
- Alexandrova, M. (2023). 10 Benefits of having a website for your small business. [www.top10.com. https://www.top10.com/website-builders/10-benefits-of-having-a-website-for-your-small-business,](https://www.top10.com/website-builders/10-benefits-of-having-a-website-for-your-small-business)
- Astra, T. (2023). How to create a Website: free in-depth guide for beginners. Astra. <https://wpastra.com/guides-and-tutorials/how-to-create-a-website/>
- B. Tourtellot, J. (2016). The Geotourism Approach: an overview of implications and potential effects. *Le Pagine Di Risposte Turismo*, Numero Due.
- Baker, K. (2023). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>
- Baker, K. (2023b). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing#benefits-of-social-media-marketing>
- Bartlett, M. (2010). How to use social media to develop realtor relationships. *Credit Union Journal*, 14(39), p. 4.
- Bishop, A. C.(1999). Cambridge guide to minerals, rocks and fossils. Cambridge University Press.
- Bollati, I., Caironi, V., Gallo, A., Muccignato, E., Pelfini, M., & Bagnati, T. (2023). How to integrate cultural and geological heritage? The case of the Comuniterrae project (Sesia Val Grande UNESCO Global Geopark, northern Italy). *AUC GEOGRAPHICA*, 58(1), 129-145. <https://doi.org/10.14712/23361980.2023.10>
- Carmicheal, K. (2023). Which Social Media Metrics Are Marketers Tracking? [New Research]. Hubspot. [https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-metrics-ceos-cares-about?hubs\\_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs\\_content-cta=Social%20media%20metrics](https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-metrics-ceos-cares-about?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=Social%20media%20metrics)
- Coratza, P., Gauci, R., Schembri, J., Soldati, M., & Tonelli, C. (2015). Bridging Natural and Cultural Values of Sites with Outstanding Scenery: Evidence from Gozo, Maltese Islands. *Geoheritage*, 8(1), 91-103. <https://doi.org/10.1007/s12371-015-0167-7>

## Les références

- De Jong, A. (2023). Why good tour guides are important. Good Tourism Institute. <https://goodtourismstitute.com/library/good-tour-guides/>, OECD (2019). What is an “online platform”? In OECD eBooks (pp. 19–26). <https://doi.org/10.1787/19e6a0f0-en>
- Dowling, R. K. (2013). “Geotourism’s Global Growth – The Story Continues.” *Geoheritage*, 5(1), 5–16.
- Dryglas, D., & Miśkiewicz, K. (2014). Construction of the geotourism product structure on the example of Poland. In *International Multidisciplinary Scientific GeoConference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM*, Vol. 2: 155–162.
- Duggal, N. (2023). 14 Essentials of Social media Marketing to boost your business. Simplilearn.com. <https://www.simplilearn.com/essentials-of-social-media-marketing-article>
- Ecotourism and Protected areas | UN Tourism. (n.d.). <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas#:~:text=According%20to%20the%20UNWTO%27s%20definition,cultures%20prevailing%20in%20natural%20areas>
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). “Geotourism and local development: A case study in Portugal.” *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68–81.
- Filo, K., Lock, D. and Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), pp.166–181.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). “Community-based tourism: A success?” *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103–121.
- Hackworth, B.A. and Kunz, M.B. (2010). Health care and social media: building relationships via social networks. *Academy of Health Care Management Journal*, 6(1), pp. 55–67
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). “Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?” Channel View Publications.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). “Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives.” Channel View Publications.
- How having a website can benefit your business | The Hartford. (n.d.). <https://www.thehartford.com/business-insurance/strategy/building-website/10-reasons-need-website>
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M., 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), pp.59–68.
- Kelvadi, S. (2023). Website Planning Process – WordPress Marketing Guide. Pixelmattic. <https://www.pixelmattic.com/wordpress-marketing/website-planning-process/>
- Majjistral Nature and History Park – Majjistral Nature and History Park, Malta. (n.d.). <https://majjistral.org/>

## Les références

- Mohammadian, M., & Mohammadreza, M. (2012). Identify the success factors of social Media (Marketing Perspective). *International Business Management*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820120402.1120>
- Mugdhaitwebgmailcom, & Mugdhaitwebgmailcom. (2022). Importance of travel website for the travel company. Brand TD. <https://www.traveldailymedia.com/importance-of-travel-website-for-the-travel-company/>
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). “Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape.” Oxford: Goodfellow Publishers.
- Saita, G. (2023). 30 Essential benefits of having a website for your business. PixaLabo. <https://pixolabo.com/30-essential-benefits-of-having-a-website/>
- Simona. (2021). Importance of Strategic Social Media Marketing - Expert Journal of Marketing. Expert Journal of Marketing. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Skinner, Brian J. (2004). *Dynamic Earth : an introduction to physical geology*. John Wiley & Sons.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). “Tourism and Development: Concepts and Issues.” Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). “Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation.” *Geoheritage*, 5(1), 11–26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). “Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues.” Channel View Publications.
- Tomše, D. (2014). *Prepričanja, stališča in vedenje uporabnikov do marketinškega komuniciranja v družbenih omrežjih*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede
- Tsimonis, G. and Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 32 No. 3, pp. 328–344
- Tuten, T.L. and Solomon, M.R. (2016). *Social Media Marketing*. New Delhi, India: Sage Texts.
- UNESCO. (2015). “World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers.” UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO Global Geoparks. (2024). UNESCO. <https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>
- Vinerean, S. (2016). Branding Strategies for Social Media Marketing. *Expert Journal of Marketing*, 4(2), pp. 77–83.
- What is Geology. (n.d.). <https://www.geolsoc.org.uk/Geology-Career-Pathways/What-is-Geology>



### Funded by the European Union

Financé par l'Enion européenne. Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu qui reflète uniquement les points de vue des auteurs et la Commission ne peut être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans ce document.



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides E-Learning Platform](#)

**GEO-TOURS GUIDES: AMÉLIORATION DES COMPÉTENCES DES GUIDES  
TOURISTIQUES ET DES AGENTS EN VISITES GÉOLOGIQUES ET EN STRUCTURE DE  
MARQUE KA220-VET-C61E72C8 - Partenariats de coopération dans l'enseignement  
et la formation professionnels**