

Tarn & Garonne

L'IA générative et tourisme

4 leviers concrets pour booster son activité



Création de contenu marketing



Gestion des avis client



Gestion des réseaux Sociaux



Visibilité sur le web

Conférence animée par Arnaud Maes

Consultant en tourisme (Idrezo) & Stratégies digitales
Expert IA et Digital Marketing | Professeur Associé & Formateur en Innovation



1



Arnaud MAES

Consultant tourisme – E-tourisme- IA

Humain en chair et en os

Co-fondateur de la marque « id-rezo »

Professeur Associé – Université de Montpellier

<https://www.linkedin.com/in/ArnaudMaes>

<http://www.intelligence-artificielle-tourisme.com>

arnaud.maes.consulting@gmail.com



2

En 2025, id-rezo et l'intelligence artificielle c'est :



Formations à l'intelligence artificielle appliquée au tourisme.

Découvrez comment nos formations mêlent intelligence artificielle et expertise touristique pour gagner en temps et en efficacité, dans vos missions professionnelles.

97%* De taux de satisfaction	3654 Sources de participants	40 Nuits blanches
--	--	-----------------------------

* Ces chiffres sont issus de l'enquête notre expert de gestion certifié Qualiopi

- + de 1500 personnes formées à l'IA
- + de 7 500 heures de formation
- +150 prompts disponibles
- Des formations 100% tourisme



© Copyright BCC / CDMK - Tous droits de reproduction réservés 2025

www.intelligence-artificielle-tourisme.com



3



1^{ère} partie
pour les Pros

S'INITIER À L'IA ET CHATGPT POUR AMÉLIORER LA RÉDACTION DE SES CONTENUS

4

Programme (45')

2 objectifs :

- Comprendre et appréhender les enjeux face à l'avènement de l'IA pour les entreprises du tourisme
- Appréhender les prompts (commande) avec ChatGPT pour améliorer ses contenus

Déroulé :

1. Présentation des nouveautés de Chat GPT

- Découverte des nouvelles fonctionnalités, de l'interface & paramétrage de base

2. Comment on s'en sert ?

- Principes de base et techniques pour construire un prompt efficace
 - Prompt simple
 - Prompt structuré

5



De quoi parle-t-on ?

6

Une machine qui apprend à partir de vastes ensembles de données (textes, photos, musiques, vidéos...).

Grâce à cet apprentissage, elle devient capable de produire à son tour des contenus entièrement nouveaux, avec un style et une cohérence très proche de ce qu'un humain pourrait faire



7

Avez-vous déjà dialogué avec un assistant virtuel ?

Assistant virtuel de l'OT XXXXX 4o



« je souhaite faire du vélo avec mes enfants avec des chemins faciles à 1h de mon hébergement »

Quel événement me conseilles-tu pour mes enfants de 12 et 14 ans durant les vacances d'automne.



8

Avez-vous déjà dialogué avec un client virtuel ?



Coté Professionnel

Très bien, passons à l'étape suivante.

Vous pouvez maintenant dialoguer directement avec ce persona afin de mieux comprendre ses attentes et ses préférences en matière de tourisme en Aveyron. Cela vous permettra d'affiner les offres touristiques que vous souhaitez développer. Voici quelques questions que vous pourriez poser :

- Quel type d'activités aimeriez-vous découvrir en Aveyron ?
- Quels sont vos critères pour choisir un hébergement adapté à la famille ?
- Comment pouvez-vous imaginer votre séjour idéal en Aveyron ?

N'hésitez pas à pr ↓ des questions, et je répondrai en adoptant le point de vue de

Message Id-persona

Id-persona
Par DVM Tourisme

Je crée des clients fictifs pour mieux répondre à vos attentes marketing dans le tourisme

Avec quel type de clientèle souhaitez vous dialoguer et...

Voici 15 idées de séjours innovants en Aveyron, spécialement conçues pour séduire une famille venant de Montpellier, comme celle de Claire, Julien, Hugo, et Léa, à la recherche de nature, d'aventure, et de moments de détente en famille :

- 1. Aventure Nature et Cheval en Aveyron**
Un séjour dans un ranch avec des balades à cheval adaptées à tous les âges. Découverte des paysages aveyronnais au pas, avec ateliers de soins des animaux pour les enfants.
- 2. Séjour dans une Cabane Suspendue**
Nuitée dans une cabane perchée dans les arbres, offrant une vue imprenable sur la vallée. Activités de construction de cabanes pour ↓ enfants et petits-déjeuners livrés en panier au pied de

Message Id-persona

© Copyright BFC / CROCM - Tous droits de reproduction réservés 2025



Avez-vous déjà dialogué avec un assistant virtuel «privé » ?



mindtrip. Family Getaway in Gaillac

Activités et attractions

- Visitez le Musée des Beaux-Arts de Gaillac, idéal pour découvrir l'art local.
- Profitez d'une balade dans les vignobles et dégustations sans alcool pour les enfants.
- Explorez le Parc de Foucaud et ses jardins parfaits pour un pique-nique.
- Découvrez le Marché de Gaillac pour une immersion dans la vie locale.
- Faites une excursion à Château de Mauriac près de Gaillac pour une découverte inoubliable en famille.

Restaurants

- Préférez-vous des restaurants traditionnels ou des options plus modernes pour les enfants ?

Questions pour personnaliser votre séjour

1. Quels sont les âges des enfants ou des membres de la famille ?
2. Préférez-vous des activités en plein air, culturelles, ou un mélange des deux ?
3. Quel type d'hébergement recherchez-vous ?
4. Y a-t-il des restrictions alimentaires ou des besoins particuliers ?

Dites-m'en un peu plus sur vos attentes pour que je puisse vous recommander des hébergements, restaurants et activités parfaitement adaptés à votre famille à Gaillac !
Qu'est-ce qui rendrait ce séjour inoubliable pour votre famille ?

Arnaud Just now
Qu'est ce que tu me conseilles pour la sortie de l'été ?

Message group

Quel événement me conseilles-tu pour mes enfants de 12 et 14 ans durant les vacances d'automne.

<https://mindtrip.ai/chat/2344653>



© Copyright BFC / CROCM - Tous droits de reproduction réservés 2025

Coté client

Un paysage numérique
qui va se modifier

Une adoption rapide
mais non exhaustive de
l'intelligence artificielle

Une intégration de
l'intelligence artificielle
dans les outils usuels

En juillet 2025 :

> 18% des 2,6 milliards de prompts
quotidiens sur Chat GPT concernent le
voyage

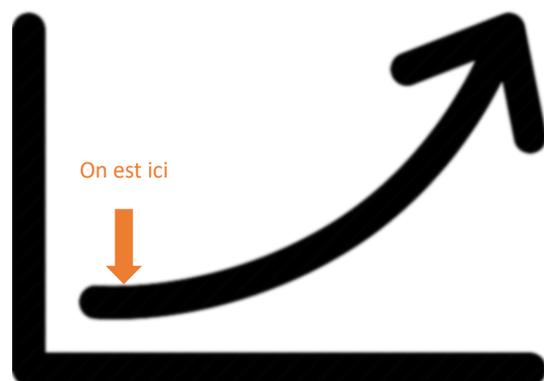
> seulement 1,6% des 10,5 milliards de
recherches journalières sur Google portent
sur le travel



11

Une croissance exponentielle des usages

- Dans les applications « métiers »
- Dans les solutions d'IA générative



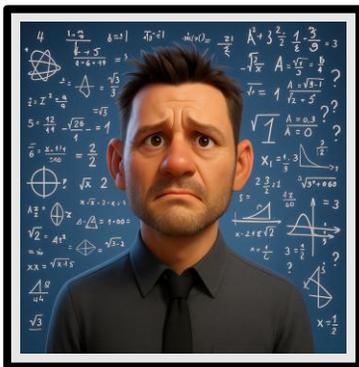
12

Alors, pourquoi
parler d'IA
aujourd'hui
avec VOUS ?

→ Il est crucial
d'anticiper cette
révolution pour en
faire **une**
opportunité plutôt
qu'une contrainte.

- Personnalisation des expériences de voyage
- Transformation et amélioration des services client
- Assistance et recommandation en temps réel
- Traduction et communication
- Multimodalité (écrit, image, voix...)

13



Les principales
solution IA
“Texte” ou
“Mixte”

14

Principales solutions IA « texte » ou « mixte »

 ChatGPT 	 Gemini 	 Claude 	 Copilot 
 LE CHAT MISTRAL 	 perplexity 	 deepseek 	 Qwen 
 Genspark 	 manus The general AI agent 	https://chatgpt.com	https://www.deepseek.com/
		https://gemini.google.com/	https://www.bing.com (Copilot)
		https://claude.ai/chats	https://chat.qwen.ai/
		https://chat.mistral.ai/	https://manus.im/
		https://www.perplexity.ai/	https://www.genspark.ai/

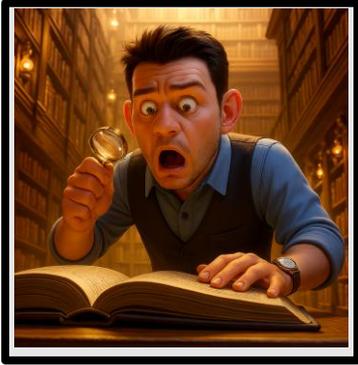
15

Quelles IA génératives au quotidien pour quels usages ?

 	} Collecter de la donnée sur le web <i>(Mais efficace aussi sur le reste)</i>
	
	
	} Back-office pro Ingénierie, analyse, Rédaction, synthèse...
	
	} Traduction
	} Création de visuels Conception et retouche d'images
	
	



16



Contenus & visuels : les nouveautés 2025

17

Améliorer vos photos

Originelle



Optimisée



© Copyright BFC / CDDM - Tous droits de reproduction réservés 2025

Clipdrop by Jasper

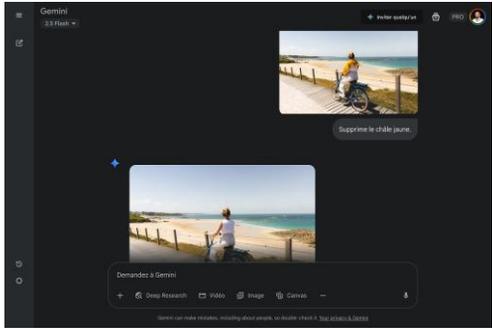
Adobe Firefly

FREEPIK



18

Améliorer vos photos



Nano Banana est le nouveau modèle de **retouche et génération d'images** signé Google DeepMind, intégré directement dans **Gemini**. Officiellement baptisé *gemini-2.5-flash-image-preview*, pour les intimes.

Et niveau tarif, il est accessible gratuitement via Gemini (ordinateur ou mobile), c'est un vrai **Photoshop pour tous** : simple, rapide et assez solide pour un usage pro.



© Copyright BFC / CDDM - Tous droits de reproduction réservés 2025

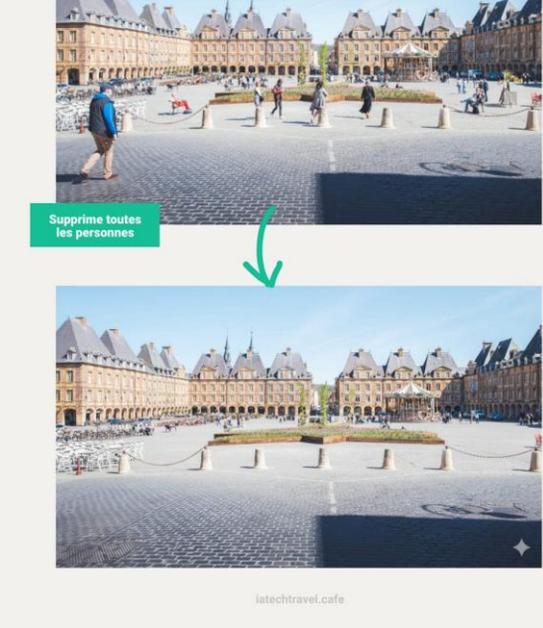
Quelle utilité dans le tourisme ? Il retouche **sans dénaturer**.

Quelques pistes d'usage :

- **Améliorer vos visuels** : retoucher vos photos de destination, corriger la lumière ou supprimer un élément gênant sans dénaturer la scène
- **Supports créatifs** : combiner plusieurs photos pour créer une affiche événementielle ou enrichir une campagne digitale
- **Storytelling visuel** : générer une série d'images cohérentes pour raconter une histoire (parcours d'un visiteur, mise en valeur d'un territoire)



Améliorer vos photos



© Copyright BFC / CDDM - Tous droits de reproduction réservés 2025



Améliorer vos photos

Transforme cette photo en maquette isométrique

Supprime les défauts et colorise cette photo ancienne

© Copyright BIC/COMIX - Tous droits de reproduction réservés 2025



id-rezo
l'expertise e-tourisme



Point de vigilance : la créativité & l'environnement

© Copyright BIC/COMIX - Tous droits de reproduction réservés 2025



Vigilance sur le type de créativité voulue...

1

La créativité dérivative :

Inventer quelque chose à partir d'un existant.

Imaginer l'évolution d'un élément déjà créé.

L'IA excelle dans cette créativité.

2

La créativité disruptive :

Partir d'une feuille blanche.

Penser « out of the box ».

L'IA n'est pas performante pour ces tâches



23

Impact environnemental de l'IA générative

L'IA générative, malgré ses avantages, a un coût environnemental non négligeable.

- L'**entraînement** de modèles d'IA nécessite une grande puissance de calcul, ce qui entraîne une consommation d'énergie importante.
- Les **centres de données** hébergeant ces modèles consomment également beaucoup d'énergie et d'eau pour le refroidissement.
- La **fabrication des équipements** informatiques utilisés pour l'IA a un impact environnemental en termes de ressources et d'émissions de gaz à effet de serre.

Une recherche sur ChatGPT consomme environ **10 fois plus d'électricité** qu'une recherche sur Google (Source: TheConversation)

Une conversation moyenne avec ChatGPT consomme approximativement **500ml d'eau**, des impacts considérables si l'on compte les 1,5 milliard d'utilisateurs mensuels (Source: HEC Montréal)



24



ChatGPT



25

Nouveautés : choix de la version

id-rezo
l'expertise e-tourisme



ChatGPT 5 ▾

- GPT-5
 - Auto
 - Décide du temps de réflexion
 - Instant
 - Des réponses instantanées
 - Thinking mini**
 - Raisonnement rapide
 - Thinking
 - Réfléchit plus longtemps pour de meilleures réponses
- Pro
 - Modèle d'IA de niveau recherche
 - [Mettre à niveau](#)
- Anciens modèles >
 - GPT-4o
 - GPT-4.1
 - o3
 - o4-mini

Anciens
modèles



26

Paramètres

27

Instructions personnalisées

28



Les prompts (la véritable intelligence)

© Copyright BCC - Tous droits de reproduction réservés 2025



29

La structure idéale d'un prompt structuré

Définition d'un prompt
=

Une **sollicitation** ou une **instruction** donnée à l'IA qui va guider sa réponse.

Rôle donné à l'IA	Tu es...
Contexte	Je dois faire, je prépare,....
Objectif	L'objectif est de ...
Action demandée à l'IA	Rédige / Liste / Résume / Analyse / etc.
Contraintes	Intègre / prend en compte / sois vigilant à / etc.
Format de sortie	Sous forme de liste / tableau / texte de X paragraphes / etc.

© Copyright BCC / CNDP - Tous droits de reproduction réservés 2025



30

Comment on s'en sert?

Prompt structuré

- Poser une question avec un contexte associé
- Plus de précisions sur la réponse attendue

Exemple :

👑 Rôle donné à l'IA :

Tu es un expert en design de services touristiques, spécialisé dans l'expérience client en camping

🌐 Contexte :

Je suis directeur d'un domaine 3 étoiles situé proche de Montauban. Mon établissement propose principalement des villas de standing, une piscine, un minigolf, un espace bien-être spa, un restaurant. J'accueille de nombreuses familles chaque été.

🎯 Objectif :

Imagine des services originaux et différenciants pour enrichir l'expérience d'une famille type lors de son séjour d'une semaine dans domaine, et les fidéliser.

✅ Actions demandées à l'IA :

Propose au moins 5 services ou expériences innovantes, en lien avec les attentes spécifiques de cette cible familiale.

⚠️ Contraintes :

Mon domaine propose déjà les services classiques d'un 3 étoiles. Les idées doivent être réalistes, activables dès la prochaine saison estivale. Évite les services trop coûteux à mettre en œuvre.

📄 Format de sortie attendu :

Sous format de tableau. Colonne 1 : numéro Colonne 2 : ta proposition Colonne 3 :

31

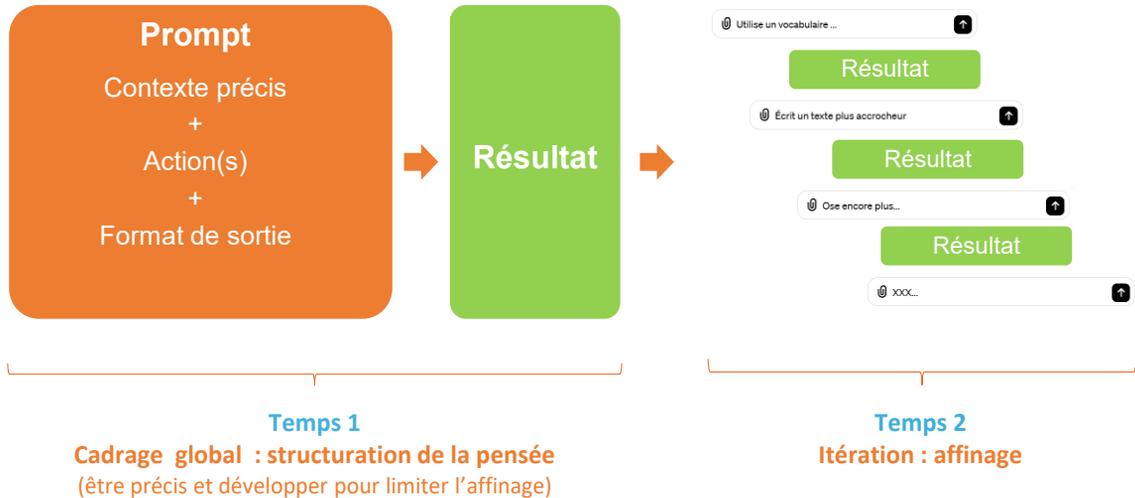
Résultat

Voici une première série de 5 idées de services différenciants, pensées pour des familles en vacances dans un domaine 3 étoiles, avec une mise en œuvre simple, économique et impactante :

N°	Proposition de service innovant	Détail de l'expérience client
1	Passeport Aventures en Famille	Un carnet de défis ludiques à relever pendant la semaine : mini-golf nocturne, chasse au trésor dans le domaine, quiz nature autour du spa, mission piscine chronométrée... Les enfants collectionnent des tampons à chaque mission réussie. À la fin du séjour : diplôme et petite récompense symbolique.
2	Le dîner mystère des familles	Une fois par semaine, un dîner interactif au restaurant où les familles participent à une enquête ou une animation à thème (pirate, enquête au spa, détective du minigolf...). Le menu est adapté aux enfants, ambiance immersive. Fidélise via un moment unique et mémorable.
3	Atelier parents/enfants "Bien-être duo"	Animation douce en duo : mini-massage parents/enfants, yoga complicité, atelier relaxation. Accessible et encadré, ça valorise le spa sans coût important. Génère du lien et marque émotionnelle forte.
4	Club Explorateurs "Nature & Sens"	Atelier 2h pour enfants, avec une anim' autour de la nature locale (plantes aromatiques, empreintes d'animaux, land art). Les parents peuvent profiter de la piscine/spa pendant ce temps. Bonus : chaque enfant repart avec une "boîte à souvenirs nature".
5	Service "Frigo prêt à l'arrivée"	Option sur réservation : le frigo est rempli de produits locaux et essentiels dès leur arrivée (jus, fruits, produits frais du coin). Gain de temps + effet "waouh" dès l'entrée. Peut s'associer à un partenariat avec des producteurs locaux pour limiter le coût.

32

Cadrage et affinement d'une conversation



33

Ex. Optimiser un paragraphe (simple)

34



35

PRENDRE UN DESCRIPTIF SUR VOTRE SITE WEB

id-rezo
l'expertise e-tourisme



Réécrire un paragraphe en changeant de style

Tu es expert en rédaction et promotion touristique, je souhaite que tu réécrites le paragraphe suivant dédié à une page web en captivant la cible [cibles] en utilisant un style « récit immersif ».

Conserve le thème, le sens et le fond,

N'hésite pas à varier la longueur pour rendre le tout plus engageant. Voici le paragraphe : [insérer le paragraphe à réécrire].

À propos de Vanille Bourbon — L'escapade romantique à Montauban

Imaginez un réveil tout en douceur, bercé par la lumière filtrant à travers les persiennes d'une demeure centenaire. Derrière ses volets blancs, *Vanille Bourbon* dévoile le charme discret d'une grande maison bourgeoise du début du XX^e siècle, lovée au cœur du quartier Villebourbon. Dans son jardin de 900 m², le murmure du vent dans les feuilles et le parfum des fleurs composent déjà la promesse d'une parenthèse à deux.

À quelques pas seulement de la gare et à deux heures de Paris par l'A20, Montauban s'offre ici dans toute son authenticité. Classée **Ville d'Art et d'Histoire** et **Grand Site de Midi-Pyrénées**, elle séduit les amoureux d'escapades culturelles et de plaisirs gourmands. Flânez main dans la main sur les places animées, laissez-vous tenter par une table conviviale, ou contemplez les façades rosées au coucher du soleil.

Vanille Bourbon devient alors votre refuge élégant, à la croisée des routes et des émotions. Depuis Montauban, chaque journée s'écrit comme une nouvelle aventure : **Saint-Antonin-Noble-Val** et son marché dominical pittoresque, le **canal du Midi à Montech**, la **collégiale de Montpezat-de-Quercy**, le **musée du chapeau de Caussade**, ou encore l'**abbatiale de Moissac**, étape emblématique sur le chemin de Saint-Jacques.

Une adresse à la fois intime et ouverte sur le monde, idéale pour ceux qui aiment voyager lentement, savourer l'instant et se retrouver à deux.



36

Ex. Optimiser une fiche « produit »

37

STATION BEE'S

81 - Gaillac

5 rue des frères Delga 81600 Gaillac

Stations Bees Gaillac vous propose de parcourir le Tarn à vélo, où la culture de la vigne et la gastronomie forment ce merveilleux couple qui ravira vos papilles... ajoutez à cela un soupçon de nature, un brin d'Histoire, et beaucoup de vélo électrique et vous vivrez une expérience de rêve !

Profitez de votre séjour pour parcourir les bords du Tarn à vélo électrique, venez déguster les vins de Gaillac, tirés d'un des plus vieux vignobles de France et labellisés **Vignobles & Découvertes** depuis 2010. En passant, prenez le temps d'admirer l'architecture médiévale de ces bastides typiques du sud de la France, comme Puycelis ou Castelnaud-de-Montmiral, Grands Sites d'Occitanie, au même titre que Cordes-sur-Ciel !

Christophe, gérant de la station, vous proposera des animations et parcours découvertes Histoire et Gastronomie, remplis d'authenticité comme on l'aime... un moment de partage en famille ou entre amis garantis !

HORAIRES D'OUVERTURE

Juin, Juillet et Août :
du lundi au samedi de 9h à 12h30 et de 14h30 à 18h30 - Dimanche sur réservation

De Septembre à Mai :
du mardi au samedi de 9h30 à 12h15 et de 14h30 à 18h30

06 70 62 88 36
05 63 58 07 20

FORMULAIRE DE CONTACT

VOIR LES TARIFS

<https://www.stationsbees.com/stations/stations-bee-s-gaillac-tarn-81>

38

PRENDRE VOTRE SITE COMME EXEMPLE

Optimiser une fiche produit

Rôle : Tu es un expert en rédaction touristique et création de contenu marketing spécialisé dans le secteur des produits touristiques.

Ton objectif est de générer une fiche produit touristique structurée, attrayante, et persuasive à partir de cette page web :

<https://www.stationsbees.com/stations/stations-bee-s-gaillac-tarn-81>

La cible visée est : **la famille, les amis**

Intègre les mots clés : **weekend, vélo, amis**, pour une prise en charge de la dimension SEO lors de la création de la fiche

Cette fiche produit doit être présentée sous forme de rubriques claires, à même de captiver l'attention des clients potentiels et de mettre en valeur l'expérience proposée.

📍 **Station Bee's Gaillac (Tarn 81) – Partez pour un weekend vélo entre amis ou en famille !**

🌿 L'expérience

Découvrez Gaillac autrement ! Depuis la **Station Bee's**, partez à vélo à la découverte des vignobles, bastides et paysages vallonnés du Tarn. Que vous soyez en famille ou entre amis, profitez d'un **weekend 100% nature**, entre balades, patrimoine et dégustations locales.

Les vélos à assistance électrique rendent chaque parcours accessible et fun, même pour les moins sportifs.

📍 Le point de départ : Gaillac

Située au cœur du vignoble tarnais, **Gaillac** est la base idéale pour rayonner vers **Cordes-sur-Ciel**, **Albi** ou encore les **villages perchés** des bastides. L'ambiance du Sud-Ouest, la convivialité des vigneronnes et les paysages bucoliques promettent une escapade mémorable.

🚲 Nos formules vélo

- Location de vélos électriques : VTC, VTT, ou vélos cargo pour familles.
- Balades accompagnées : circuits gourmands, découvertes viticoles, ou escapades nature.
- Circuits clés en main : suggestions de boucles à la demi-journée ou au weekend.
- Offre "Weekend entre amis" : pack 2 jours + suggestions d'hébergements partenaires.

📁 Les petits plus

- Carte interactive des parcours
- Assistance en cas de panne
- Casques et antivols fournis
- Conseils personnalisés sur les circuits
- Aire de départ conviviale avec parking et point info

❤️ Pourquoi on adore

Parce que c'est le **combo parfait entre sport doux et plaisir partagé** : rouler entre amis, pique-niquer dans les vignes, s'arrêter dans un domaine pour une dégustation... bref, vivre un vrai weekend à vélo, loin du stress, proche de l'essentiel.

Ex. Trouver des idées pour écrire un article de blog

TROUVER DES IDÉES DE PUBLICATION

Prendre une activité à faire autour de votre établissement/localité

Tu es un rédacteur web spécialisé en SEO, GEO et AEO. Je souhaite écrire des articles de blog sur le site d'un gîte à la ferme sur le thème de la pêche à la truite dans le Tarn pour des amateurs de pêche à la truite.

Je souhaite créer du contenu traitant des principaux problèmes que peut rencontrer ma cible pour les attirer sur mon site internet.

- Peux-tu me proposer dans un tableau les 10 principaux problèmes qu'elle peut rencontrer sous forme de mots clés longue traîne?



Voici un tableau SEO GEO AEO des 10 problèmes typiques rencontrés par les amateurs de pêche à la truite dans le Tarn, reformulés sous forme de mots-clés longue traîne (optimisés pour la recherche conversationnelle et locale 🗣️):

❇ Problématique rencontrée	🔍 Mot-clé longue traîne (SEO/GEO)	🎯 Intention de recherche	💡 Angle d'article suggéré
1. Difficulté à trouver des coins de pêche accessibles	<i>meilleurs coins pour pêcher la truite dans le Tarn facilement accessibles</i>	Informationnelle / locale	"Les 7 spots faciles d'accès pour pêcher la truite dans le Tarn"
2. Manque d'informations sur les réglementations locales	<i>réglementation pêche à la truite Tarn 2025 zones et périodes</i>	Informationnelle / légale	"Tout savoir sur la réglementation de la pêche à la truite dans le Tarn"
3. Doute sur le matériel adapté aux rivières du Tarn	<i>quel matériel pour pêcher la truite dans les rivières du Tarn</i>	Informationnelle / achat	"Le matériel idéal pour pêcher la truite dans les rivières du Tarn"
4. Recherche de lieux calmes et naturels	<i>où pêcher la truite dans un cadre nature et tranquille dans le Tarn</i>	Expérientielle / tourisme	"5 coins secrets pour pêcher la truite au calme dans le Tarn"
5. Manque d'hébergements proches des spots	<i>gîte à la ferme proche rivière pour pêche à la truite Tarn</i>	Transactionnelle / locale	"Nos gîtes à la ferme : votre camp de base pour la pêche à la truite dans le Tarn"
6. Difficulté à savoir quand partir	<i>meilleure période pour pêcher la truite dans le Tarn</i>	Informationnelle / saisonnière	"Quelle est la meilleure saison pour pêcher la truite dans le Tarn ?"
7. Peur de ne rien attraper	<i>astuces pour bien pêcher la truite dans le Tarn quand on débute</i>	Éducative / engagement	"10 astuces pour réussir vos premières pêches à la truite dans le Tarn"
8. Volonté de venir en famille	<i>sortie pêche à la truite en famille dans le Tarn avec enfants</i>	Expérientielle / familiale	"Pêcher la truite en famille dans le Tarn : lieux et activités autour"
9. Besoin de conseils locaux	<i>meilleurs guides ou accompagnateurs pêche à la truite Tarn</i>	Transactionnelle / locale	"Nos partenaires : les guides de pêche passionnés du Tarn"
10. Envie de coupler pêche et détente	<i>weekend pêche à la truite et hébergement nature dans le Tarn</i>	Inspirationnelle / tourisme	"Idée week-end : pêche à la truite et séjour nature dans le Tarn"



2^{ème} partie
pour les Pros

Programme (30')

Objectif :

- Utiliser Chat GPT pour gérer et analyser la satisfaction client de son établissement

Déroulé :

1. La gestion de sa E-réputation avec et sans l'IA ?

- Temps 1 : Identifier les sites et les supports influents
- Temps 2 : Savoir répondre aux avis avec finesse et courtoisie
- Temps 3 : Technique pour inciter les clients à mettre des avis sur son établissement

2. [Rappel] Comment on s'en sert?

- Principes de base et techniques pour construire un prompt efficace pour répondre à ses avis
 - Prompt structuré pour analyser les avis
 - Ex de prompt structuré pour un hébergeur, professionnel des activités de pleine nature, association,....

43



De quoi parle-t-on ?

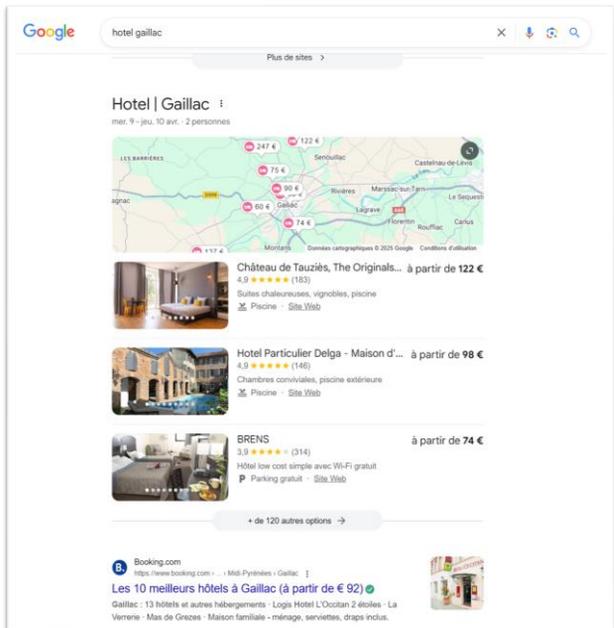
44

Pourquoi c'est vital ?

1. Comportement client

92 % des voyageurs lisent des avis avant de réserver un hébergement ou une activité (source : BrightLocal, 2024).

73 % déclarent ne pas réserver s'ils trouvent trop d'avis négatifs ou sans réponse.



45

Pourquoi c'est vital ?

2. Impact sur le SEO local, le GEO (Generated Engine Optimization) et la conversion

Les avis sont un critère clé de référencement local sur Google, TripAdvisor et autres.

L'algorithme tient compte :

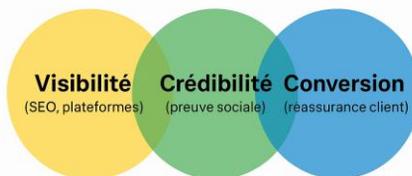
- de la **note moyenne**
- du **volume** et de la **fréquence**
- des **mots-clés** contenus dans les avis



Effets directs :

- Améliore la **visibilité** dans les résultats de recherche locale
- Augmente le **taux de clic (CTR)**
- Renforce la **conversion** via réassurance sociale

E-réputation = trio gagnant

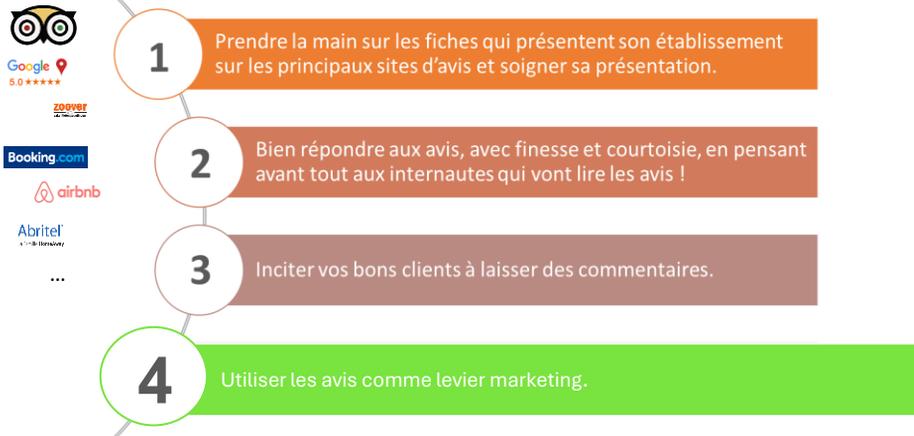


Visibilité

46

Les 4 règles d'or de la gestion d'avis

La démarche à mettre en œuvre pour agir professionnellement :



47

1

Identifier & Référencer son établissement sur les principaux sites d'avis et soigner sa présentation.

SANS IA

- Google Maps
- TripAdvisor
- Booking.com (hébergements)
- Facebook, Yelp, PagesJaunes (selon cible)
- Sites spécialisés (ex : TheFork, Camping2Be...



AVEC IA

Je suis un professionnel du tourisme et je souhaite faire un audit de ma présence en ligne.

Voici le nom et l'adresse de mon établissement : **[Nom de l'établissement + ville]**

Peux-tu identifier sur quelles plateformes d'avis il apparaît (Google Maps, TripAdvisor, Booking.com, Facebook, Yelp, PagesJaunes, TheFork, etc.) ?

Donne-moi une liste des plateformes pertinentes pour mon secteur, avec un court commentaire sur leur importance potentielle pour mon établissement.

48

2

Bien répondre aux avis, avec finesse et courtoisie, en pensant avant tout aux internautes qui vont lire les avis !



A noter :

Les réponses apportées aux avis négatifs et mitigés sont extrêmement sensibles.

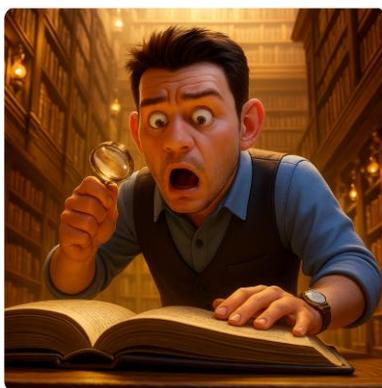
Il est indispensable de bien avoir en tête **qu'on ne répond pas pour le client qui a laissé l'avis mais pour tous ceux qui vont le lire !**

Cette posture est vraiment importante pour éviter de tomber dans le piège du « règlement de compte » qui sera dans la plupart des cas en défaveur du propriétaire.

49

La gestion des avis avec et sans l'IA

SANS IA



AVEC IA

Voici un avis client reçu sur notre établissement : **[copier ici l'avis]**

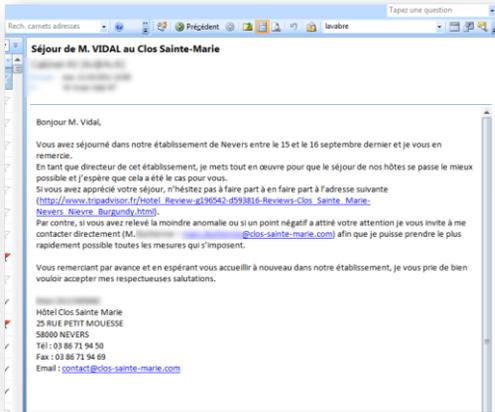
Peux-tu me proposer une réponse professionnelle, courte, personnalisée et courtoise, en adaptant le ton au style de notre établissement (familial / haut de gamme / jeune / convivial) ?



50

3

Inciter ses bons clients à laisser des commentaires.



Mais quand on n'a pas l'email ou le n° de mobile de ses clients ...



Une carte, un tampon ou tout autre support incitant ses clients à laisser un commentaire sur un site d'avis via un QR code et/ou une url raccourcie est aussi une bonne technique.



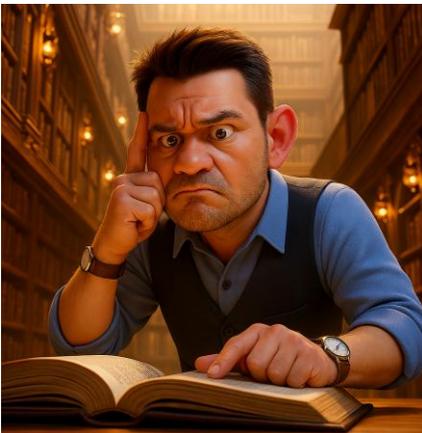
Encourager les avis géolocalisés, c'est un signal fort pour le ranking local et conversationnel.

51

4

Utiliser les avis comme levier marketing .

SANS IA



AVEC IA

Voici plusieurs avis laissés sur notre établissement : [\[copier plusieurs avis clients ici\]](#)

Peux-tu :- Extraire les meilleures phrases ou citations valorisantes ?

- Rédiger une description marketing attrayante de notre établissement à partir de ces commentaires ?

52



Les prompts

(la véritable intelligence)

© Copyright BCC - Tous droits de reproduction réservés 2025



53

**Ex. Analyser les avis client
avec Chat GPT pour
évaluer la réputation d'un
établissement**

54

PROMPTS D'ANALYSE DES AVIS CLIENTS

Récupération des avis et analyse des points positifs et négatifs

Tu es un analyste de données spécialisé dans le secteur du tourisme, je te confie la tâche de passer en revue cette liste d'avis clients que j'ai collectés. Ta mission est de :

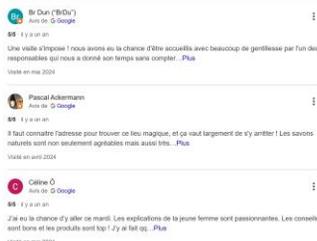
1. Analyser les avis pour identifier les tendances générales,
2. Synthétiser les points positifs et les points négatifs dans 2 listes à puces
3. Propose-moi des recommandations basées sur ton analyse pour améliorer mon offre touristique

Voici la liste des avis :

- Avis 1: ...

- Avis 2: ...

- Avis 3: ...



1. Tendances générales observées

- Les avis expriment une forte satisfaction globale.
- Les clients valorisent avant tout l'accueil humain, la passion et la pédagogie de l'équipe.
- Le caractère artisanal, local et éthique des produits est un vrai levier de différenciation.
- Les produits sont perçus comme efficaces, naturels et de haute qualité.
- L'expérience de visite est vécue comme immersive et inspirante, incitant à l'achat (voire au réachat immédiat).

2. Points positifs

- Accueil chaleureux et authentique
- Explications professionnelles et pédagogiques
- Produits de qualité, naturels et durables
- Valeurs fortes : circuit court, éthique
- Expérience client complète et immersive
- Effet de fidélisation émotionnel

3. Points négatifs ou axes d'amélioration implicites

- Regret post-visite de ne pas avoir acheté davantage (indique un manque de mise en avant des produits ou d'offres incitatives sur place).
- Petite structure perçue comme fragile — certains clients expriment le souhait que l'entreprise grandisse sans perdre son âme (enjeu de croissance maîtrisée).
- Aucune mention d'accessibilité, de signalétique ou de services annexes (peut être un axe d'amélioration).

4. Recommandations stratégiques

- Expérience & Vente**
- Mettre en place une offre découverte ou coffret "après-visite" pour encourager l'achat immédiat et éviter le "regret d'achat manqué".
 - Créer un système de fidélisation simple (carte, QR code, réduction sur un 2e achat en ligne).
 - Valoriser les démonstrations sensorielles (test produit, atelier mini-savon) dans le parcours client.
- Marketing & Communication**
- Promouvoir le récit artisanal et humain sur les réseaux sociaux (vidéos de fabrication, portraits d'artisans).
 - Insister sur les valeurs locales et durables : "fabriqué ici", "zéro déchet", "slow cosmétique".
 - Encourager les avis clients détaillés et les relayer sur le site ou Google Maps (preuve sociale forte).
- Croissance maîtrisée**
- Maintenir une authenticité dans la croissance : miser sur la qualité, pas la production de masse.
 - Développer des produits signature (ex. l'huile à la rose évoquée dans les avis) pour créer un ancrage fort dans la mémoire client.



3^{ème} partie
pour les Pros

Programme (30')

Objectif :

- Créer du contenu pertinent et engageant sur ses réseaux sociaux grâce à l'IA

Déroulé :

1. La gestion des réseaux sociaux avec et sans l'IA ?

- Temps 1 : Attirer l'attention et être visible sur les réseaux avec l'IA
- Temps 2 : Créer du contenu engageant et différenciant avec l'IA
- Temps 3 : Transformer les likes en réservations concrètes avec l'IA

2. [Rappel] Comment on s'en sert?

- Principes de base et techniques pour construire un prompt efficace sur ses réseaux sociaux
 - Prompt structuré pour les réseaux sociaux
 - Ex de prompt structuré pour un hébergeur, professionnel du tourisme, association,....

57



De quoi parle-t-on ?



58

Générer un post sur Instagram avec l'IA

Tu es un expert Social Media et tu maîtrises toutes les compétences nécessaires pour mener une stratégie réseaux sociaux rentable. Tu maîtrises également toutes les bonnes pratiques en community management.

Je souhaite que tu m'aides à rédiger un post optimal pour Instagram. Le but de mon post est de faire la promotion des visites de la maison du champagne à Reims

Pour mon post, je souhaite que tu me proposes le meilleur format de publication à exploiter en fonction du sujet et de l'objectif. Tu rédigeras ensuite le post parfait en prenant bien soin d'intégrer une incitation à l'action et les hashtags les plus pertinents si nécessaire.

Post 1 – Émotion & Expérience immersive

Format : Carrousel

Texte du post

👉 Prête pour un voyage sensoriel unique à Reims ? Entrez dans l'univers de la Maison du Champagne : là où le silence des caves raconte des siècles de savoir-faire... et où chaque bulle est une œuvre d'art.

📌 Pourquoi venir ?

- 🍷 Découvrez les s
- 🍷 Visitez des cave
- 🍷 Dégustez des c
- 🍷 Repartez avec c
- 🍷 Réservez votre
- 🍷 Maison du Cha
- 🗣️ Dites-nous en
- 📌 Pensez à sauve

Hashtags

#MaisonDuChamp
#DégustationDeCh

Post 2 – Patrimoine & Prestige

Format : Reels ou single image (image iconique de la cave)

Texte du post

👉 Derrière chaque grande maison, il y a un héritage... À Reims, notre cave abrite bien plus que du champagne : elle raconte l'histoire d'un terroir, d'un art de vivre et de la patience du temps.

Hashtags

📌 Des pierres centenaires

- 🍷 Des bouteilles qui reposent pendant des années
- 🍷 Une atmosphère unique à vivre au moins une fois
- 👉 Laissez-vous guider dans un monde hors du temps.
- 🍷 Visites tous les jours – infos & réservations en bio
- 🍷 Mentionnez la personne avec qui vous aimeriez vivre ce moment magique !

Hashtags

#ChampagneHeritage #ReimsExperience #CaveDeChampagne #HistoireEtChampagne
#MaisonDuChampagne #SlowTourisme #InstaReims #PatrimoineFrançais

59

Temps 1 :
Attirer l'attention et être visible sur les réseaux sociaux avec l'IA



Temps 2:
Créer du contenu engageant et différenciant avec l'IA



Temps 3 :
Transformer les likes en réservations concrètes avec l'IA

60

Temps 1 : Comment l'IA peut attirer l'attention et plus être visible sur les réseaux sociaux

- Choisir les bons réseaux sociaux
- Utiliser les formats performants
- Travailler les hashtags et mots-clés

Temps 1 > Attirer l'attention et être visible sur les réseaux sociaux avec l'IA

61

Conseil 1: Choisir les bons réseaux sociaux et comment l'IA peut vous aider

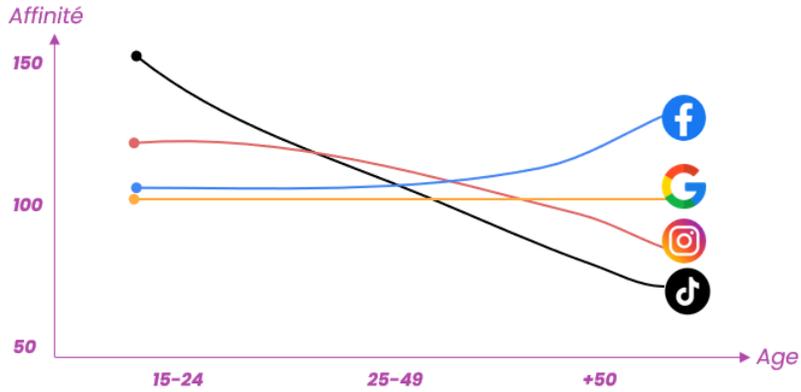


Devenu un écosystème ou plutôt une galaxie

Temps 1 > Attirer l'attention et être visible sur les réseaux sociaux > Choisir les bons réseaux sociaux avec l'IA

62

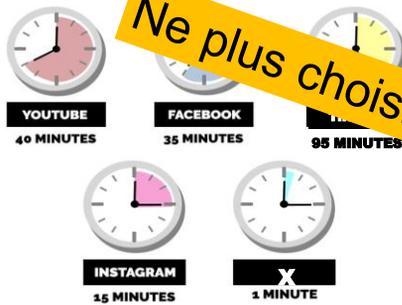
DES USAGES QUI DIFFERENT SELON LES AGES



63

Sans IA

AVERAGE DAILY TIME SPENT ON SOCIAL



Ne plus choisir les réseaux sociaux au hasard

- Facebook 60 % de moins de 35 ans / 40% de plus de 35 ans
- Instagram 70% de moins de 35 / 30% de plus de 35 ans
- Tik Tok : 40 % de moins de 25 ans
- LinkedIn : 60 % 25-35 ans / 20 % 18-24 ans / 18 % 35-54 ans
- Tiktok: 25 % 25-35 ans / 25 % + de 35 ans / 20 % 18-20 ans
- Youtube : 50 % 25-49 ans / 30 % 50 ans et plus / 20% 18-25 ans

Instagram un usage plutôt des utilisateurs de - de 35 ans et citadins VERSUS Facebook un usage plutôt des utilisateurs de + de 35 ans et périurbain

64

Comment l'IA peut vous aider à analyser les données démographiques ?

L'objectif est d'utiliser l'IA pour aller **au-delà des intuitions** et **baser votre choix de publier sur des plateformes formes sociale en fonction des données concrètes concernant votre clientèle cible**

Comment l'IA peut vous aider ?

- Analyse des données démographiques et des intérêts de votre clientèle cible

→ Dresser un portrait précis de vos clients oenotourisme, séjours à la campagne, gastronomie locale,, histoire,....

→ Entrer des mots-clés dans l'IA (oenotourisme, etc...) pour voir quelles plateformes sont les plus populaires auprès de ces audiences

Ex. Domaines viticoles : clientèle jeune et internationale intéressée par l'oenotourisme expérientiel, l'IA pourrait indiquer une forte présence de cette audience sur **Instagram** (pour le contenu visuel attrayant des vignobles et des dégustations) et potentiellement **TikTok** (pour des vidéos courtes et engageantes).

Ex. Hébergements (hôtels, chambres d'hôtes) : cible familles ou des couples en quête de séjours à la campagne, L'IA pourrait montrer une forte présence sur **Facebook** (pour les communautés et les partages d'expériences) et **Instagram** (pour les photos de paysages et d'intérieurs).



65

Comment l'IA peut vous aider à analyser les habitudes d'utilisation des plates formes ?

L'IA analyser la manière dont votre public cible utilise les différentes plateformes :

Quels types de contenu consomment-ils, A quels moments sont-ils les plus actifs, Quels sont les formats qui génèrent le plus d'engagement pour des contenus similaires aux vôtres.



Ex. Sprout Social ou **Buffer Analyze** utilisent l'IA pour analyser la performance des contenus de vos concurrents.

L'IA identifie:

Les types de posts, Les formats, les styles Les moments de publication qui génèrent le plus d'engagement auprès d'audiences similaires.



Études de marché et rapports sectoriels : des rapports sur les tendances des médias sociaux, souvent basés sur l'analyse de données par l'IA, peuvent vous donner une vision globale des plateformes les plus utilisées et des comportements des utilisateurs dans le secteur du tourisme

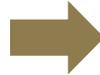
66

Comment l'IA peut vous aider à adapter le style de vos posts en fonction du réseaux choisi ?

LES RÉSEAUX SOCIAUX EXPLIQUÉS AVEC UN CROISSANT



-  J'aime manger un bon croissant le dimanche matin. Et vous ?
-  Manger un #croissant , des fois le bonheur réside dans les choses simples #philosophe
-  Magnifique croissant du matin #croissantmatin #plaisir
-  Tuto : faire des croissants maison
-  Hello de bon matin posé avec mon croissant
-  5 astuces pour devenir un expert du croissant maison
-  Ma superbe cuisine où je prépare mes croissants



L'IA peut :

**Adapter la structure de vos posts
aux réseaux ciblés
Prendre un post d'un réseau
social et le modifier pour l'adapter
à un autre réseau (Reverse
Prompt)**

67

Sans IA Mais..... quels types de post et de formats choisir ?

Instagram

- Publications photo
- Publications vidéo
- Publications carrousel
- Publications Lives
- Stories photo : une Stories vidéo
- Stories carrousel
- Stories questions Stories sondages
- Stories stickers

Facebook

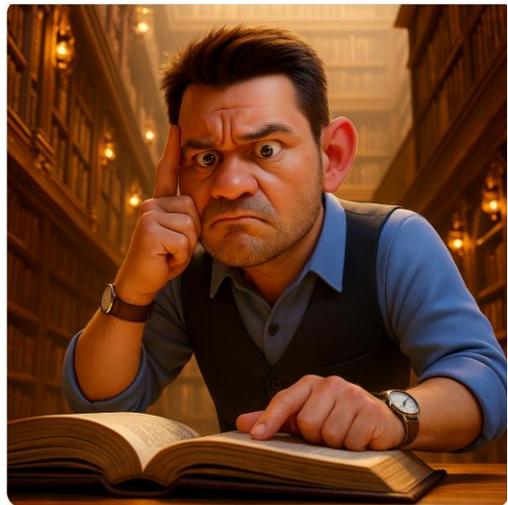
- Photos
- Vidéos
- liens
- Texte
- Diffusions en direct
- Carrousels
- Stories

TikTok

- Vidéo
- Live
- Story
- Sondage
- Challenge
- Hashtag Challenge
- Collage
- Son
- Texte

LinkedIn

- Texte
- Image
- Vidéo
- Carrousel
- Article
- Offre d'emploi
- Événement
- Sondage
- Groupe



68

Ex. Des formats performant proposés par l'IA + conseils



1. Vidéos courtes :

- **Pourquoi c'est performant ?** Les vidéos courtes captent facilement l'attention et sont optimisées pour les plateformes comme Instagram, TikTok, et YouTube Shorts, où les utilisateurs préfèrent des contenus rapides et visuels.
- **Exemples d'utilisation :**
 - **Présentation rapide :** Montrer en 10-15 secondes un espace, une chambre d'hôtel, ou un plat.
 - **Astuce ou conseil :** Partager une astuce de voyage (ex. : « 3 conseils pour profiter au maximum de votre visite »).
- **Conseils pratiques :**
 - **Durée recommandée :** 10 à 30 secondes.
 - **Structure :** Accroche immédiate, contenu principal, et appel à l'action (ex. : « Réservez maintenant ! »)



- 📌 **Le pouvoir des vidéos courtes dans le tourisme**
- Tu veux booster ta visibilité sur Insta, TikTok ou YouTube Shorts ? 🌟 **Pense vidéos courtes !**
- 📍 **Pourquoi c'est efficace ?**
Les vidéos entre 10 et 30 secondes **captent l'attention directe**, parfait pour une audience en mode scroll. En plus, elles sont **favorisées par les algos** de ces plateformes.
- 🔗 **Quelques idées concrètes :**
- 📺 **Présentation flash :** montre une chambre d'hôtel, un coin secret de ta destination ou un plat signature en 15 secondes chrono.
 - 🗣️ **Astuce express :** "3 tips pour profiter au max de votre week-end à..." (avec une voix off + visuels punchy).
- 🔑 **Les clés pour cartonner :**
1. 📌 **Accroche dès la 1ère seconde**
 2. 📺 **Message clair & visuel**
 3. 🗣️ **Call-to-action final** ("Réservez", "Like", "Découvrez le lieu", etc.)
- 📌 Tu utilises déjà ce format ? Balance un lien en commentaire, on va s'inspirer ensemble 🌟

69

Ex. Des formats performant proposés par l'IA + conseils



2. Stories:

- **Pourquoi c'est performant ?** Les stories sont éphémères (disparaissent après 24 heures) et favorisent l'interaction rapide, ce qui en fait un format parfait pour créer un sentiment d'urgence ou de proximité.
- **Exemples d'utilisation :**
 - **Couisses :** Montrer les préparatifs d'un événement, la cuisine en action, ou l'arrivée d'un groupe de clients.
 - **Promotions temporaires :** Utiliser les stories pour annoncer des offres limitées ou des réductions.
 - **Questionnaires et sondages :** Ajouter des stickers interactifs pour sonder l'audience (ex. : « Quelle est votre activité préférée ? »).
- **Conseils pratiques :**
 - **Format vertical :** Optimisé pour l'écran mobile, privilégier les images et vidéos en mode portrait.
 - **Éléments interactifs :** Utiliser des stickers, des gifs, et des liens vers le site.

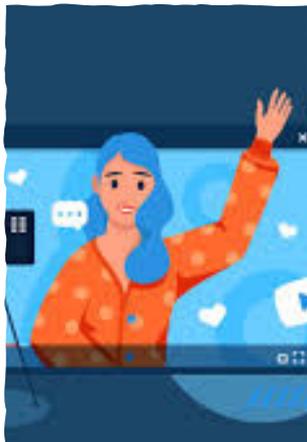


- 📌 **Les Stories : ton arme secrète pour engager vite et bien !**
- Envie de créer de la proximité, de l'urgence, ou de l'interaction ? 🌟 **Mets le paquet sur les Stories** (Instagram, Facebook, TikTok ou même LinkedIn ✨).
- 📍 **Pourquoi ça marche ?**
Les Stories sont **éphémères (24h)** → parfait pour capter l'attention sans pression, et **créer du lien immédiat** avec ta communauté.
- 🔗 **Exemples qui claquent :**
- 📺 **Couisses :** préparation d'un événement, cuisine en action, ambiance du jour.
 - 🗣️ **Promo flash :** -20% ce week-end ? Balance ça en story avec un timer !
 - 🗳️ **Interaction express :** sondage "Plutôt balade nature ou visite guidée ?" avec les stickers intégrés.
- 🔑 **Tips pour performer :**
1. 📺 **Format vertical** (portrait only !)
 2. 🗳️ **Stickers interactifs :** sondages, gifs, liens → tout pour booster l'engagement
 3. 🕒 **Crée l'urgence :** "J-1 avant notre événement", "Offre valable jusqu'à ce soir..."
- 🌟 **Astuce bonus :** épingle tes meilleures stories en highlights pour qu'elles durent plus que 24h !
- 📌 Tu utilises les stories pour ton business touristique ? Partage ton meilleur exemple 🌟

70

Ex. Des formats performant proposés par l'IA + conseils

3. Lives:



- **Pourquoi c'est performant ?** Les vidéos en direct créent un lien authentique avec l'audience en temps réel et permettent aux spectateurs d'interagir directement avec la marque.
- **Exemples d'utilisation :**
 - **Visite guidée :** Proposer une visite en direct d'un lieu ou d'un événement spécial.
 - **Session de questions-réponses :** Inviter les spectateurs à poser des questions sur les offres ou sur les coulisses de l'activité.
 - **Démo d'une activité :** Montrer une activité (ex. : cours de cuisine dans un restaurant, démonstration d'un sport dans un parc de loisirs).
- **Conseils pratiques :**
 - **Annoncer à l'avance :** Informer l'audience de la date et de l'heure du live pour maximiser la participation.
 - **Encourager l'interaction :** Inviter les spectateurs à poser des questions ou à réagir pendant le live.

🔗 Et si tu passais au direct ? Les Lives, c'est le top pour créer du lien en temps réel !

Tu veux une relation plus authentique et engageante avec ta communauté ? 🌟 Les Lives (sur Facebook, Insta, TikTok, YouTube...) sont faits pour toi.

👉 Pourquoi c'est puissant ?

Tu partages en live, tu interagis direct avec ton audience, tu crées une vraie proximité... et l'algorithme A-DORE ça.

📌 Exemples qui cartonnent :

- 🏠 **Visite guidée** d'un lieu, d'un hébergement ou d'un événement en immersion totale.
- 🗣️ **Q&A en live** : réponds aux questions en direct (ex : « Quel est le meilleur moment pour venir ? », « Que comprend la formule ? »).
- 🍳 **Démo live** : cuisine locale, sport de pleine nature, fabrication artisanale... montre le savoir-faire en action !

🔧 Tips pour réussir ton live :

1. 📢 **Annonce-le à l'avance** (story, post, newsletter) → + de monde au rendez-vous
2. 🗣️ **Invite à l'interaction** → "Posez vos questions en commentaire !"
3. 🛠️ **Soigne ton cadre et ta connexion** (pas besoin d'être pro, mais sois clair et stable)

🌟 Bonus : Reposte le replay du live pour continuer à générer de l'engagement après coup.

Tu as déjà testé le live pour ton activité touristique ? Partage ton retour d'expérience en commentaire



71

Ex. Des formats performant proposés par l'IA + conseils

4. Carrousels:



Pourquoi c'est performant ? Les carrousels permettent de partager plusieurs images ou messages dans un seul post, idéal pour raconter une histoire ou montrer plusieurs facettes d'un service.

Exemples d'utilisation :

- **Avant-après :** Illustrer une transformation (ex. : aménagement d'une chambre, avant/après la rénovation d'un espace).
- **Storytelling visuel :** Raconter une journée type dans l'établissement avec une série d'images.
- **Zoom sur une offre :** Dédier chaque image à une partie spécifique d'une offre (ex. : hébergement, restauration, activités).

Conseils pratiques :

- **Maximum de 10 images :** Adapter le contenu pour rester concis.
- **Varié les visuels :** Alterner photos, vidéos courtes, et graphismes pour maintenir l'intérêt.

📱 Le carrousel : le format idéal pour capter l'attention... slide après slide !

Tu veux raconter une histoire, détailler une offre ou mettre en valeur ton établissement touristique ? 🌟

Pense carrousel (sur Insta, Facebook, LinkedIn) !

👉 Pourquoi c'est puissant ?

Le carrousel permet de **multiplier les visuels** dans un seul post, parfait pour embarquer ton audience dans une **narration visuelle engageante**. Et bonus : l'algorithme le pousse si l'utilisateur swiipe plusieurs fois ✅

📌 Exemples d'usage malins :

- 🗣️ **Avant / Après** : montre une rénovation, un relooking ou un aménagement terminé.
- 📅 **Storytelling visuel** : une journée type dans ton établissement, en 7 images clés.
- 📍 **Zoom sur une offre** : slide 1 = l'hébergement, slide 2 = les repas, slide 3 = les activités, etc.

🔧 Les tips pour performer :

1. 📱 **Max. 10 visuels** → reste concis et efficace
2. 🌟 **Varie les formats** : photos, courtes vidéos, infographies... pour garder l'attention
3. 🎯 **Commence fort** : un visuel d'accroche qui donne envie de swiiper jusqu'au bout
4. 🗣️ **Termine avec un appel à l'action** : "Réservez maintenant", "Découvrez notre site", "Quel slide vous a le plus donné envie ?"

🌟 Astuce : crée une mini-série en plusieurs carrousels pour fidéliser ton audience.

Alors, tu préfères swiiper ou scroller ? Dis-moi comment tu utilises ce format 🌟



72

Sans IA ... Mais..... quels hashtags choisir?

C'est quoi un hashtag avec le # ?



Un hashtag est un **mot-clé** utilisé pour rechercher un terme sur les réseaux sociaux. Il suffit d'insérer le symbole # avant un mot (sans espace) pour entrer un mot-clé dans une publication. Pour faire simple, lorsque vous n'utilisez pas de hashtag, votre publication ou photo n'est accessible qu'à vos abonnés.



N'inventez pas vos hashtags au hasard. Utilisez des sites spécialisés dans l'utilisation des hashtags.

Classique : Applications mobiles pour trouver les bons hashtags ? Leetags et Tagomatic



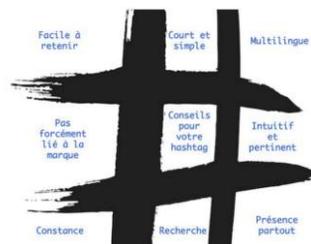
Leetags - Les meilleurs hashtags pour Instagram

Classification: Outils
PFS 3
Contient des annonces - Achats via l'application proposés
Cette application est compatible avec vos appareils.



Tagomatic

CoveLab
Gratuit - Inclut des achats intégrés



73

Comment l'IA peut vous aider à trouver les bons hashtags ?

- Analyser les tendances actuelles et identifier les hashtags les plus pertinents

Donne-moi une liste de 15 hashtags pertinents pour un hébergement touristique de type château dans le Tarn qui propose des espaces bien être et spa

→ Identifier les hashtags les plus pertinents pour le Tarn, le type d'établissement (hébergement, restaurant, domaine viticole) et les thématiques spécifiques (oenotourisme, gastronomie, activités de plein air, etc.).

→ Générer des listes de hashtags pertinents, en combinant des hashtags populaires, des hashtags de niche et des hashtags locaux spécifiques à la région du Tarn.

Voici une sélection de 15 hashtags bien ciblés pour un hébergement touristique type château avec spa/bien-être dans le Tarn, optimisés pour Instagram, Facebook ou TikTok :

🏰 Hashtags liés au lieu et au type d'hébergement

- #ChateauDeCharme
- #SejourAuChateau
- #ChateauTarn
- #TarnTourisme
- #SudOuestFrance

🏡 Hashtags autour du bien-être et du spa

- #EscapadeBienEtre
- #SpaWeekend
- #RelaxationTotale
- #DetenteEtBienEtre
- #SlowTourisme

🌿 Hashtags inspirationnels / tendance slow life

- #VieDeChateau
- #NatureEtBienEtre
- #TourismeDeCharme
- #WeekEndRomantique
- #RechargeTesBatteries



74

Temps 2: Créer du contenu engageant et différenciant avec l'IA

Concevoir un contenu à forte valeur ajoutée
Jouer sur l'émotion et la proximité
Collaborer avec des influenceurs ou des partenaires locaux

75

**Vous êtes PRÊTS à publier mais vous n'avez pas d'idées ?
Peur de la feuille blanche ? Voici quelques idées...avec l'IA**



Vous êtes prêts à écrire
quelque chose...
Lancez vous !
Mais avant la feuille
blanche, quelques bons
conseils...



Temps 2 > Concevoir un contenu à forte valeur ajoutée

76

Sans IA Mais..... on à l'impression de tourner en rond....

Planning éditorial : Utiliser et gagner du temps avec Les Marronniers :

<https://qualifio.com/blog/fr/calendrier-marketing-2020/>



Découvrez notre calendrier marketing 2020



77

Comment l'IA peut vous aider à trouver du contenu engageant et différenciant ?

- Génération d'idées de contenu originales et adaptées sur une période définie

Identifier les problèmes rencontrés par vos « clients » et demander à l'IA de générer des solutions sous forme de post.

Adopter un style et un ton de post qui caractérise votre établissement

Avec un retro planning

Propose 5 idées de posts Facebook pour un restaurant dans le Tarn mettant en avant les produits locaux de saison et l'accord mets et vins avec des vins de la région

1. Post "Accord Parfait de la Semaine"

Photo alléchante du plat + verre de vin

Texte type :

Cette semaine, notre chef sublime le veau fermier du Tarn avec une purée de panais twistée à l'huile de noix locale.
 ✨ Accord parfait avec un verre de Gaillac rouge AOP – un duo qui va vous faire fondre !
 🍷 Réservez votre table et goûtez l'accord qui fait vibrer nos papilles tarnaises.
 #FerroirTarnais #AccordMetsVins #GaillacVibes

2. Post "Dans le panier du chef" (focus produits de saison)

Photo du marché ou du panier du chef

Texte type :

Ce matin, notre chef est revenu du marché avec :
 🌿 Asperges blanches de Lautrec
 🧀 Fromage de brebis local
 🍏 Pommes du Tarn croquantes
 ✨ À découvrir dès ce soir dans un menu éphémère 100% saison & terroir !
 🍷 Et on vous réserve un petit blanc sec de Gaillac pour sublimer tout ça 🍷
 #CuisineDeSaison #FiersDeNosProducteurs #LocavoreTarn

3. Post "1 minute en cuisine" (format Reels/Facebook vidéo)

Courte vidéo du chef qui dessine une assiette avec explication en voix off

Texte type :

En direct des coulisses !
 On vous montre comment on marie l'agneau fermier avec une réduction au vin de Gaillac et des légumes du moment.
 🍷 Et devinez quoi ? Ce plat est à la carte cette semaine 🍷
 #DansLaCuisine #MetsEtVins #SaveursDuTarn

4. Post "Focus Vigneron partenaire"

Portrait du vigneron + bouteille mise en avant

Texte type :

Connaissez-vous le Domaine Plageoles à Cahuzac-sur-Vère ?
 🍷 Ce mois-ci, on met à l'honneur leur vin blanc perlé, parfait avec notre carpaccio de truite locale.
 ✨ Le Tarn, c'est aussi un terroir viticole exceptionnel – et on adore le faire découvrir dans vos assiettes !
 #AccordsLocaux #GaillacWineLovers #PartenairesDuTerroir

5. Post "Menu spécial week-end terroir"

Carnoussel photo des plats + ambiance resto

Texte type :

Ce week-end, on vous propose un menu 100% Tarn :
 1) Entrée : œuf parfait, crème d'asperge & croustillant de lard
 2) Plat : magret de canard, jus corsé au vin rouge
 3) Dessert : croustade aux pommes flambée au Gaillac doux
 🍷 Accord mets-vins inclus : 3 verres sélectionnés avec amour.
 🍷 Réservez maintenant !
 #MenuTerroir #WeekEndGourmand #WineAndDineTarn

78

Comment l'IA peut vous aider à générer des visuels attrayant pour illustrer vos posts?

- Créer des visuels uniques et attrayants pour illustrer les posts

Accompagner vos posts de visuels de paysages, de plat,,....

Transcender l'émotion vécues par des visuels



Crée une image réaliste d'un coucher de soleil sur les paysages de la vallée du Tarn, avec une ambiance chaleureuse et accueillante

tu peux me générer un post sur instagram pour accompagner ce visuel ?

Yes ! Voici une proposition de **post Instagram** pour accompagner ce visuel d'un coucher de soleil sur la vallée du Tarn :

🌅 Magie du soir dans la vallée du Tarn

Quand le soleil embrasse les collines et que la lumière dorée caresse les toits en tuiles... on se dit qu'il n'y a pas de plus belle invitation à la détente. 🌄 🍷

Ici, chaque fin de journée est une promesse de douceur, entre nature généreuse, villages pleins de charme et art de vivre occitan 🤍

📍 #ValléeDuTarn #SunsetVibes

🏡 #MomentsMagiques #SlowTourisme

🌟 #InspirationVoyage #Occitanie

🗨️ Et toi, tu viens quand découvrir ce coin de paradis ? 🍷

79

Comment l'IA peut vous aider à collaborer avec des influenceurs ou des partenaires locaux

- Aider à identifier et à contacter des profils pertinents pour votre activité

Rédiger des messages d'approche personnalisés pour contacter des influenceurs ou des partenaires potentiels.



Rédiger un court e-mail à un blogueur voyage spécialisé dans les activités de bien être pour lui proposer une collaboration avec notre hôtel spa situé au cœur de la vallée du Tarn

Voici une version courte, directe et engageante de ton e-mail pour un.e blogueur.se bien-être :

Objet : Une parenthèse bien-être à vivre dans la vallée du Tarn ?

Bonjour [Prénom],

Je me permets de vous contacter depuis notre hôtel spa niché au cœur de la vallée du Tarn, un véritable havre de paix dédié au ressourcement et à l'évasion.

En découvrant votre blog, nous avons été séduits par votre approche authentique du voyage bien-être, et nous serions ravis de vous proposer une collaboration.

Au programme : immersion dans notre univers, accès à notre spa, soins signature, et découverte des trésors naturels alentours. Une belle occasion de créer du contenu aligné avec votre ligne éditoriale. Partant.e pour en discuter ? Nous serions ravis de vous accueillir pour une escapade relaxante !

Bien à vous,

[Ton prénom]

[Poste / Hôtel Spa Nom]

[Téléphone] | [Email] | [Site Web] | [Compte Insta si r...inent]

80

Temps 3 : Transformer les likes en réservations concrètes avec l'aide de l'IA

Appels à l'action efficaces
Utiliser les témoignages et les avis clients

81

Comment l'IA peut vous aider à rédiger des appels à action clairs, percutant ?

- Rédiger des appels à l'action clairs, percutants et adaptés à différents objectifs (réservation, demande d'informations, visite, etc.)



Rédiger des appels à l'action clairs, percutants et adaptés à différents objectifs (réservation, demande d'informations, visite, etc.)

Rédige 3 exemples d'appels à l'action différents pour un post Facebook promouvant un forfait week-end dans un château dans le Tarn

Voici 3 idées d'appels à l'action (CTA) punchy et adaptés pour un post Facebook qui vend du rêve autour d'un forfait week-end dans un château dans le Tarn :

🔥 CTA 1 – Version émotion & évasion

- 🌟 Offrez-vous une parenthèse enchantée au cœur du Tarn !
- 👉 Réservez votre week-end royal dès maintenant et vivez la vie de château.
- 📅 Places limitées, à vous de jouer !

🍷 CTA 2 – Version gourmande & cocooning

- 🍷 Séjour de charme, dîner aux chandelles, et vue imprenable sur la vallée...
- 🗨️ Dites "oui" à un week-end d'exception !
- 👉 Cliquez ici pour découvrir l'offre en détail et réserver votre moment d'évasion.

📅 CTA 3 – Version FOMO + idée cadeau

- 📅 Et si vous offriez (ou vous offriez) un week-end inoubliable ?
- 👉 Cette offre spéciale château n'est dispo que pour quelques jours !
- 👉 Réservez en 2 clics avant qu'il ne soit trop tard !

82



Les prompts (la véritable intelligence)

© Copyright BCC - Tous droits de reproduction réservés 2025



83

Ex. Prompt structuré

Appel à l'action pour un hébergement (Chambre d'hôtes)

Rôle donné à l'IA :

Tu es un hôte chaleureux et un expert en marketing pour les petites structures d'hébergement dans le Tarn.

Contexte :

La chambre d'hôtes spécialisée en œnotourisme "[Nom de la Chambre d'Hôtes]" a encore quelques disponibilités pour le week-end prochain.

Objectif :

Créer un appel à l'action efficace pour un post Instagram afin d'inciter les personnes intéressées à réserver.

Action demandée à l'IA :

Rédige une phrase courte et percutante pour encourager la réservation..

Contraintes :

- Utilise un ton élégant et évocateur.
- Mentionne brièvement les arômes et les accords mets possibles.
- Intègre un appel à l'action subtil pour visiter le site web ou la cave.
- Propose 3 hashtags pertinents liés à la dégustation des vins de Gaillac

Format de sortie :

Une phrase concise et incitative

🍷 Laissez-vous envoûter par les arômes fruités des vins de Fronton et leurs accords savoureux... il reste encore quelques chambres pour un week-end tout en élégance — réservez votre parenthèse sur notre site ou lors d'une visite à la cave.
#VinsDeFronton #RouteDesVins #EscapadeGourmande



84

Ex. Avoir des idées de publication pour vos réseaux sociaux

85

AVOIR DES IDÉES DE PUBLICATION

Tu es un spécialiste du Community Management dans le tourisme. Je souhaite écrire des posts sur les réseaux sociaux d'un gîte XXXXX sur le thème de la pêche à la truite.

Je souhaite créer des publications inspirantes et engageantes sur le réseau social Instagram

Propose au moins 5 idées de publication qui cadrent avec le thème donné et la plateforme

Précise le type de publication

Explique brièvement la stratégie derrière chaque idée pour engager l'audience

Suggère des hashtags pertinents ou des appels à l'action pour chaque publication

1. 🌊 "L'instant parfait au bord de l'eau"

Type de publication : Photo inspirante (pêcheur au lever du soleil, brume sur la rivière, canne posée sur un rocher)

Stratégie : Susciter l'émotion et l'envie d'évasion. Ce contenu storytelling joue sur la contemplation et la reconnexion à la nature.

Texte suggéré :

"Le bruit de l'eau, le calme du matin, et cette première touche... C'est ça, le bonheur simple. 🌿"

CTA : "Et vous, quel est votre spot préféré pour pêcher la truite ? 🐟"

Hashtags : #PêcheTruite #NatureTarn #GiteFario #SlowTourisme #PassionPêche #WeekendNature

3. 🏡 "Week-end pêche & détente"

Type de publication : Reel ou mini-vlog d'une journée type : lever du soleil → pêche → barbecue → apéro au gîte

Stratégie : Jouer sur le lifestyle : montrer la *slow life* du Tarn et les plaisirs simples d'un séjour authentique.

Texte suggéré :

"Une journée idéale : pêche, nature et convivialité. 🌊🍷 Vous venez quand ?"

CTA : "Identifiez la personne avec qui vous partageriez ce moment 🍷"

Hashtags : #GiteFario #PêcheEtDétente #WeekendTarn #NatureEtBonheur #SlowLife

....

86



4^{ème} partie pour les Pros



87

Programme (30')

Objectif :

- **Trouver les problématiques de recherche d'une audience cible concernant une thématique précise avec l'IA**

Déroulé :

1. Passage des moteurs de recherche à de la recherche conversationnelle

- Comment l'IA va impacter les recherches sur Internet
- Comment anticiper et se préparer à cette r..évolution technologique en terme de visibilité sur le web

2. [Rappel] Comment on s'en sert?

- Principes de base et techniques pour construire un prompt efficace pour son SEO
 - Prompt structuré pour trouver les mots clefs
 - Ex de prompt structuré « SEO » pour un hébergeur, professionnel des activités de pleine nature, association,....

88



De quoi parle-t-on ?

© Copyright BOC / CROKOM - Tous droits de reproduction réservés 2025



89

Transformation de la recherche !

Moteur de recherche

Moteur de réponses

Google AI overview
Moteur de réponses
Trafic site web

© Copyright BOC - Tous droits de reproduction réservés 2025

90

J'aimerais tellement...

Ne plus chercher des heures sur le web

Google

hiking calanque marseille what to know before visiting

Images

Perspectives

Videos

Shopping

News

Maps

Books

Flights

Finance

Generative AI is experimental. Learn more

Here are some things to know before hiking the Calanques in Marseille:

Trail closures

The Calanques National Park may be closed from June 1 to September 30 to prevent fire risk. You can check the national park's website for trail closures in advance. Trails may be closed if it's hot or the mistral wind is blowing.

Road closures

Some roads through the Calanques may be closed to motorized traffic at certain times of the year.

Show more

Position zéro IA

Position zéro initiale

It is essential to have hiking shoes, a sufficient supply of water and, depending on the season, to wear a hat and sunglasses. From Place Castellane (metro line 1 or 2 or tram line 3) – take Bus n°19 to the terminus " Madrague de Montredon"(the GR 98 starts here).

Office de Tourisme de Marseille
<https://www.marseille-tourisme.com>

Access to the Calanques - Marseille Tourisme

About featured snippets Feedback

91

Aucune date officielle n'a encore été annoncée pour le lancement en France de l' "AI Overview", la nouvelle fonctionnalité de Google qui intègre des résumés générés par intelligence artificielle directement dans les résultats de recherche. Alors que cette technologie est progressivement déployée dans de nombreux pays, y compris plusieurs voisins européens, l'Hexagone reste pour l'instant en attente.

Depuis le début de l'année 2025, Google a accéléré le déploiement de ses "AI Overviews" à l'échelle mondiale <https://www.sebastien-vallat.com/google-ai-overviews-deploiement-massif/>. Des pays comme l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et la Suisse ont vu apparaître ces résumés conversationnels en haut de leurs pages de résultats <https://peakace.fr/blog/data-et-ia/ai-overview-comprendre-tester-monitorer-avant-son-arrivee-en-france/>. Cependant, la France fait figure d'exception notable dans ce déploiement européen.

La principale raison invoquée par Google pour justifier ce délai est une "incertitude juridique" <https://leclaireur.fnac.com/article/597549-pourquoi-la-recherche-par-ia-de-google-nest-elle-pas-disponible-en-france/>. Sans donner plus de précisions, cette déclaration laisse supposer que des questions liées à la réglementation, notamment le droit d'auteur et la gestion des données personnelles dans le cadre du RGPD et du futur "AI Act" européen, sont au cœur des discussions <https://www.visible.io/google-ai-overview-quelles-consequences-pour-les-entreprises-francaises/>.

Cette situation offre un sursis aux entreprises et aux professionnels du référencement (SEO) en France, leur laissant un temps précieux pour se préparer à l'arrivée de cette technologie qui promet de bouleverser les usages de la recherche en ligne

<https://promatec.digital/blog/2025/09/25/ai-overviews-france-septembre-2025/>

En résumé, bien que le déploiement soit en cours dans une grande partie de l'Europe, les utilisateurs français devront encore patienter avant de voir les "AI Overviews" apparaître dans leurs résultats de recherche, sans qu'un calendrier précis n'ait été communiqué par Google.

92

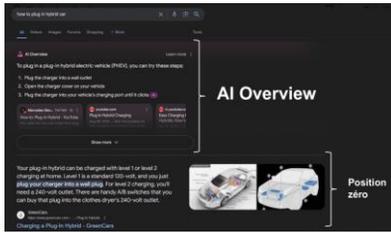
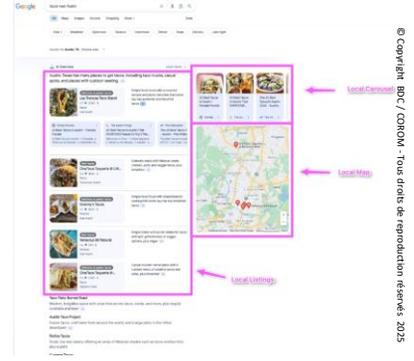
Quelques chiffres....

Google AI Mode bientôt généralisé, enterrant la recherche traditionnelle

Des dirigeants de Google évoquent une transition rapide vers un "AI Mode" dans Search, déjà adopté par 100 millions d'utilisateurs, menaçant le trafic organique classique. (2025, Technology.org)

1. Une baisse de 15,49 % du taux de clic (CTR) moyen

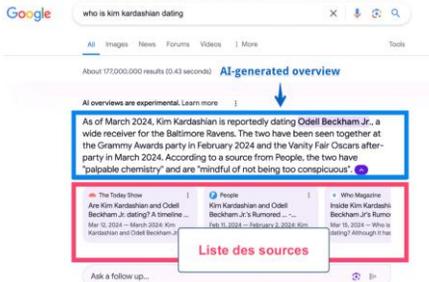
- Les mots-clés qui déclenchent des « AI Overviews » (aperçus générés par l'IA) dans les résultats de recherche de Google voient leur taux de clic moyen chuter de 15,49 %. Une étude sur 700 000 mots-clés a confirmé que lorsque ces résumés IA apparaissent, la probabilité que les utilisateurs cliquent sur les liens traditionnels des sites web diminue de manière significative. Cela a un impact direct sur le trafic organique (source Amsive, 2025)



Quelques chiffres....

2. 58 % des recherches se terminent sans aucun clic

- Cette statistique met en lumière la prévalence croissante des « recherches zéro-clic ». Cela signifie que plus de la moitié des utilisateurs trouvent la réponse à leur question directement sur la page de résultats de recherche, sans avoir besoin de visiter un site web.
- Les moteurs de recherche comme Google fournissent des réponses directes et des résumés qui satisfont l'intention de l'utilisateur immédiatement, réduisant ainsi le besoin de naviguer plus loin.



Quelques chiffres....



3. 80 % des consommateurs se fient aux résultats de l'IA pour 40 % de leurs recherches

- Selon une étude de 2025, une large majorité de consommateurs (80 %) utilise et fait confiance aux résultats générés par l'IA pour une part substantielle de leurs recherches (40 %).
- Ce chiffre illustre un changement fondamental dans le comportement des utilisateurs : ils se tournent de plus en plus vers l'IA pour obtenir des réponses directes et synthétisées, contournant ainsi les listes de liens traditionnelles.

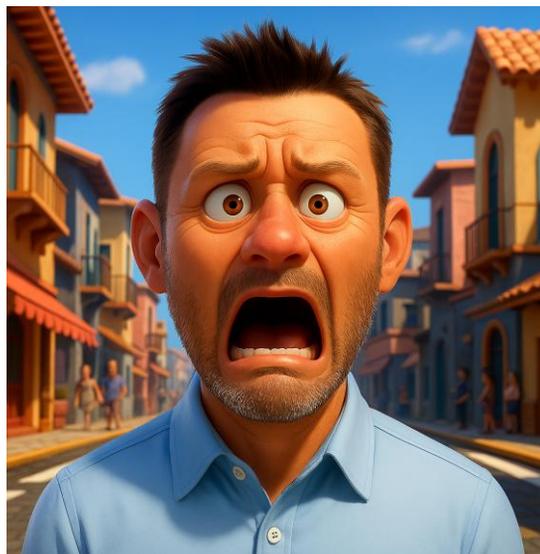


95

Menaces ou opportunités ?

- Le trafic baisse, mais **la qualité monte**. Moins de clics, mais **des utilisateurs mieux qualifiés et plus engagés** lorsqu'ils rencontrent votre marque dans les AIO.

Les études réalisées montrent que **plus de la moitié des sources citées viennent de sites positionnés entre la 11e et la 50e place dans Google**. Cette particularité redistribue les cartes en matière de visibilité.



96

E-E-A-T : ÉVOLUTION DES STRATÉGIES SEO

Les critères de Google pour évaluer la qualité des contenus web

- **L'Expérience** (du propriétaire sur le sujet) : du contenu détaillé rédigé par des experts ayant une expérience avérée dans leur domaine :
- **L'Expertise** : une réelle maîtrise du sujet traité en profondeur
- **L'Autorité** : valorise les sites considérés comme des références dans leur secteur : OGD au top!
- **Fiabilité** : l'assurance d'un diffuseur de confiance

Création de contenus riches, précis, détaillés, différenciants, ciblés
qui répondent aux besoins des utilisateurs



97

E-E-A-T : ÉVOLUTION DES STRATÉGIES SEO

Les critères de Google pour évaluer la qualité des contenus web

- **L'Expérience** (du propriétaire sur le sujet) : du contenu rédigé par des experts ayant une expérience avérée dans leur domaine :
 - Des **rédacteurs spécialisés** plutôt que du contenu générique
 - Mettre en avant l'**expertise** et les qualifications **des auteurs**
 - Privilégier le **contenu pratique et détaillé** plutôt que superficiel
- **L'Expertise** : une réelle maîtrise du sujet traité
 - **Approfondir les sujets** avec des **analyses fouillées**
 - Citer des **sources fiables** et reconnues si possible
 - Adopter un **ton pédagogique** pour transmettre leur savoir-faire
- **L'Autorité** : valorise les sites considérés comme des références dans leur secteur
 - Des **liens entrants** de sites influents
 - Du **contenu repris et partagé par d'autres autorités**
 - Présence sur les **réseaux sociaux**
- **Fiabilité** : l'assurance d'un diffuseur de confiance
 - Afficher les coordonnées et informations légales
 - Notes et modération des commentaires et avis



98



Les prompts

(la véritable intelligence)

© Copyright BCC - Tous droits de reproduction réservés 2025



99

**Trouver les requêtes
conversationnelles**

100

LE PROMPT

Pour trouver les requêtes conversationnelles précises par rapport à une cible, thématique et à une localité

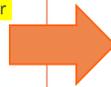
Tu es un expert en SEO conversationnel. Tu maîtrise parfaitement les critères EEAT. Tu es spécialisé dans le tourisme. Ta mission est d'optimiser la visibilité d'un site sur les moteurs de réponse (Google IA mode, Perplexity, ChatGPT Search).

Je veux que tu me proposes une liste de requêtes conversationnelles et entités locales longue traîne autour du thème : **activités pour les couples au chateau de XXXXXXXX**

1/ Identifier les questions exactes que des couples poseraient à un moteur conversationnel
 2/ Générer des mots-clés GEO combinant activité + public cible + localisation
 3/ Détecter les intentions liées au parcours utilisateur : **préparer, comparer, réserver, se déplacer, vivre l'expérience.**
 4/ Intégrer des entités locales (parcs, musées, rivières, événements, lieux emblématiques)

Format attendu :

- Liste de 20 à 30 requêtes conversationnelles.



1. Requêtes conversationnelles (20-30)

Questions réalistes qu'un couple poserait à un moteur conversationnel :

- Que faire en amoureux au Château de Tausziés ?
- Peut-on réserver une dégustation de vin pour deux au Château de Tausziés ?
- Quels sont les meilleurs moments pour visiter le Château de Tausziés en couple ?
- Existe-t-il des chambres romantiques au Château de Tausziés ?
- Le Château de Tausziés propose-t-il des activités bien-être pour les couples ?
- Où dîner en amoureux près du Château de Tausziés ?
- Quelles expériences insolites vivre en couple à Gaillac ?
- Comment organiser un week-end romantique autour du Château de Tausziés ?
- Quels sont les tarifs pour une nuit en duo au Château de Tausziés ?
- Peut-on offrir un coffret cadeau romantique au Château de Tausziés ?
- Quels vins déguster en duo au Château de Tausziés ?
- Est-ce possible de privatiser un espace du Château pour un dîner en amoureux ?
- Y a-t-il des balades romantiques autour du vignoble de Gaillac ?
- Le Château de Tausziés est-il adapté pour une demande en mariage ?
- Quels événements pour couples sont organisés au Château de Tausziés ?
- Que visiter à Gaillac après un séjour au Château de Tausziés ?
- Comment se rendre au Château de Tausziés depuis Toulouse en couple ?
- Y a-t-il une piscine ou un spa pour un week-end détente en amoureux ?
- Quels lieux culturels visiter à proximité du Château de Tausziés en duo ?
- Peut-on prolonger un séjour romantique par une balade dans les vignobles de Gaillac ?
- Le Château de Tausziés propose-t-il des ateliers culinaires pour deux ?
- Comment réserver une expérience romantique au Château de Tausziés ?
- Quels sont les avis des couples ayant séjourné au Château de Tausziés ?
- Le Château de Tausziés est-il proche du Tarn et des balades en bord de rivière ?
- Quels hébergements insolites en amoureux existent autour de Gaillac ?
- Y a-t-il des visites guidées privées pour couples au Château de Tausziés ?
- Que faire à Gaillac un week-end romantique ?
- Est-ce que le Château de Tausziés propose des brunchs en amoureux ?
- Quelles activités romantiques combiner avec un week-end au Château de Tausziés ?
- Peut-on organiser un anniversaire de mariage au Château de Tausziés ?

101

2. Mots-clés GEO longue traîne (10)

Combinaisons optimisées activité + couple + localisation :

- Dégustation de vin romantique Château de Tausziés
- Séjour en amoureux vignobles de Gaillac
- Nuit romantique Tarn Château de Tausziés
- Balade en couple dans les vignes de Gaillac
- Expérience œnouristique romantique Gaillac
- Week-end amoureux au château près d'Albi
- Dîner romantique Château de Tausziés Tarn
- Coffret cadeau romantique Gaillac château
- Atelier dégustation vin en couple Tarn
- Hébergement romantique avec piscine Gaillac



3. Intentions liées au parcours utilisateur

- Préparer** : trouver idées d'activités, comparer options romantiques.
- Comparer** : prix des chambres, offres coffret cadeau, autres châteaux à Gaillac.
- Réservé** : chambre romantique, dégustation de vin, expérience privée.
- Se déplacer** : accès depuis Toulouse, parking, transport local.
- Vivre l'expérience** : dégustation, balade dans les vignes, dîner romantique, visite culturelle.

4. Entités locales à intégrer

- Ville & territoire** : Gaillac, Tarn, Occitanie
- Culture** : Musée des Beaux-Arts de Gaillac, Abbaye Saint-Michel
- Nature & balades** : Vignobles de Gaillac, Rivière Tarn, Forêt de Grésigne
- Événements** : Festival des Lanternes, marchés de producteurs, fêtes viticoles
- Patrimoine** : Cordes-sur-Ciel, Albi (classée UNES ↓)

5. Snippets optimisés (50-80 mots)

Voici 5 textes prêts à apparaître dans Google IA Mode / Perplexity :

Snippet 1

Offrez-vous un moment hors du temps au **Château de Tausziés**, au cœur des vignobles de Gaillac. Séjournez dans une chambre élégante, savourez une dégustation de vins en amoureux et profitez des paysages romantiques du Tarn. Idéal pour un week-end détente, une demande en mariage ou un anniversaire de couple.



Snippet 2

Vous cherchez une escapade romantique près d'Albi ? Le **Château de Tausziés** propose des expériences uniques pour les couples : nuit dans un cadre raffiné, atelier de dégustation de vins de Gaillac, dîner en duo dans un décor champêtre. Le tout à deux pas des sites emblématiques du Tarn.

Snippet 3

Le **Château de Tausziés** est une adresse incontournable pour un séjour en amoureux. Dégustez les meilleurs vins de Gaillac, dormez dans une chambre romantique et découvrez les balades autour des vignobles. Une expérience alliant détente, culture et gastronomie pour un week-end inoubliable.

Snippet 4

Envie d'un week-end romantique en Occitanie ? Le **Château de Tausziés** vous accueille dans un cadre idyllique avec ses vignes, sa piscine et ses chambres élégantes. Idéal pour se retrouver en couple et explorer les trésors du Tarn, de Cordes-sur-Ciel à Albi classée UNESCO.

Snippet 5

Coffrets cadeaux, séjours romantiques, dégustations privées... Le **Château de Tausziés** met à l'honneur l'art de vivre en amoureux. Une adresse parfaite pour célébrer une étape de vie ou simplement profiter d'une parenthèse à deux au cœur du vignoble de Gaillac.

102



« On n'aurait jamais imaginé que ... »



103



En 2025 id-rezo et l'intelligence artificielle c'est :

- + de **1500 personnes** formées à l'IA
- + de **7000 heures** de formation
- **97%** de taux de satisfaction
- **+150 prompts** disponibles
- Des formations **100% tourisme**
- Formations adaptées aux **Professionnels du tourisme et Institutionnels**

<https://intelligence-artificielle-tourisme.com/>



Etc.



Des questions ?

Arnaud MAES

Consultant tourisme – E-tourisme & IA

Humain en chair et en os

Co-fondateur de la marque « id-rezo »

Professeur Associé – Université de Montpellier

<https://www.linkedin.com/in/ArnaudMaes>

<http://www.intelligence-artificielle-tourisme.com>

arnaud.maes.consulting@gmail.com



104