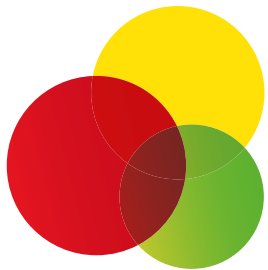


GÉRER SES RÉSEAUX SOCIAUX



VENTADOUR
ÉGLETONS
MONÉDIÈRES

Office de Tourisme

POURQUOI ÊTRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



Ce tutoriel est principalement pensé pour les deux réseaux sociaux principaux :

FACEBOOK & INSTAGRAM

FACEBOOK & INSTAGRAM, ce sont des chiffres astronomiques d'utilisation :



- **31 millions d'utilisateurs mensuels en France** (71% des internautes français)
- **2,7 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde**
- **160 millions d'entreprises sont présentes sur Facebook**



- **21 millions d'utilisateurs mensuels en France** (39% des internautes français)
- **1,08 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde**
- **25 millions de profils professionnels dans le monde**

Vous retrouverez plus de chiffres sur Facebook et Instagram :

- Facebook : <https://urlz.fr/e0uu>

- Instagram : <https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

Vous avez donc tout intérêt à être présent sur ces réseaux car :

- 1 - Ce sont des canaux de communication différents** de votre site Internet ou de vos supports de promotion
- 2 - Cela vous permet de toucher une nouvelle clientèle** : effet viral des réseaux sociaux
- 3 - Mais aussi de la fidéliser** : possibilité d'interaction avec les clients -> **excellent outil de relation client**
- 4 - C'est une aide au référencement** : une page Facebook/compte Instagram bien alimenté et relié au site Internet = **atout pour le référencement sur Google.**

LES ÉTAPES DE LA GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAPE 1 : LA STRATÉGIE

- 1 - QUI EST-CE QUE JE VEUX TOUCHER ?** Âge, sexe, centres d'intérêts, ...
- 2 - QUELLES INFOS JE SOUHAITE DONNER ? À QUELLE FRÉQUENCE ?**
Tous les jours, 2 fois/semaine, ...
- 3 - QUE FONT LES ÉTABLISSEMENTS CONCURRENTS ?**
Utile pour se donner des idées de publications (sans plagiat)
- 4 - COMBIEN DE TEMPS JE PEUX CONSACRER AUX RÉSEAUX SOCIAUX ? À LA CRÉATION DE CONTENU**

Vous aurez une première idée de ce que vous voulez/pouvez faire et sur quel réseau social.

ÉTAPE 2 : ÉTABLIR UN CALENDRIER ÉDITORIAL

L'objectif ? Vous permettre d'être régulier dans vos publications et d'avoir une vision à court, moyen et long terme de vos types de publications et de votre fréquence de publication.

TÉLÉCHARGER NOTRE MODÈLE DE CALENDRIER

ATTENTION :
Un calendrier n'est pas fixé dans le temps : il peut être modifié en fonction de vos objectifs, des publications que vous ne maîtrisez pas (actualités, partages de contenus, ...)

ÉTAPE 3 : SAVOIR UTILISER QUELQUES OUTILS DE PUBLICATION

CREATOR STUDIO

Outil gratuit pour créer, programmer, publier et gérer ses publications sur Facebook et Instagram.

[Découvrir le Creator Studio](#)

CANVA

Outil gratuit (à 95%) qui permet de faire de la création graphique (photos, infographies, vidéos, ...) en s'adaptant au format souhaité (publication Facebook, story Instagram, ...)

Vous pouvez aussi vous en servir pour vos supports de communication classiques : site web, flyer, ...

[Consultez notre tuto sur l'utilisation de Canva](#)

ÉTAPE 4 : LE CONTENU, LE NERF DE LA GUERRE

LE FORMAT

Les images ont plus d'impact que les mots. Veillez toujours à avoir une image dans votre publication (la question ne se pose pas sur Instagram, car sans photo, impossible de poster du contenu)

- **VÉRIFIEZ QUE VOS PHOTOS/IMAGES/VIDÉOS SOIENT AUX BONNES DIMENSIONS**
- **VOTRE CONTENU NE DOIT PAS ÊTRE FLOU/MAL CADRÉ**
- **LES TEXTES QUI ACCOMPAGNENT VOTRE CONTENU VISUEL DOIVENT ÊTRE CRÉATIFS ET DIRECTS**
- **VOS VIDÉOS DOIVENT DURER EN MOYENNE 15 À 30 SECONDES (DURÉE MOYENNE DE VISIONNAGE D'UN INTERNAUTE)**

LES THÉMATIQUES

Avoir des thématiques et sujets récurrents sur votre page, c'est un bon moyen de créer de l'interaction avec votre communauté.

Quelques exemples de thématiques

- PRÉSENTATION D'UN MEMBRE DE VOTRE ÉQUIPE
- ACTUALITÉ SUR VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ
- MENU DU JOUR POUR UN RESTAURANT, PRÉSENTATION D'UNE CHAMBRE POUR UN HÉBERGEMENT ...
- TÉMOIGNAGE CLIENT
- **LES MARRONNIERS** : fête des pères, fête des mères, nouvelle année, jour de la Terre, ...
- **PARTAGE DE CONTENUS TOURISTIQUES** : via les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme par exemple, de Corrèze Tourisme ou encore de prestataires d'activités du territoire.

EN CONCLUSION

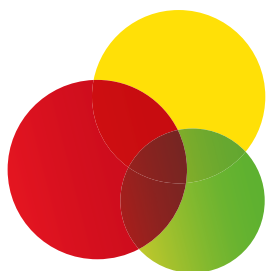
Les réseaux sociaux sont un moyen d'interagir avec vos clients (actuels et potentiels) et de communiquer de manière différente, plus informelle avec eux.

Si vous vous engagez sur les réseaux sociaux, pensez à :

- Être actif et le plus régulier possible
- Dégager du temps pour planifier les publications
- Converser avec vos fans (aimer des publications, répondre aux commentaires et aux messages, ...)

BESOIN D'AIDE SUPPLÉMENTAIRE ? D'UN CONSEIL ?

CONTACTER L'OFFICE DE TOURISME
05 55 93 04 34
communication@tourisme-egletons.com



VENTADOUR
ÉGLETONS
MONÉDIÈRES

Office de Tourisme