« Comment développer sa visibilité sur les réseaux sociaux ? »

Atelier numérique
Team Presta - Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles

Mickaël Mugnaini
Fondateur

COMMUNICATION

06 25 08 77 09
contact@agence-az.com
www.agence-az.com

Office de Tourisme
Menton, Riviera & Merveilles
Andreia DE FREITAS ALVES
Chargée de Projets E-tourisme
8 AVENUE BOYER • 06500 MENTON
+33 (0)4 83 93 70 23
+33 (0)7 57 07 44 93
a.defreitas@menton-riviera-merveilles.fr
www.menton-riviera-merveilles.fr

MENTON, RIVIERA & MERVEILLES
OFFICE DE TOURISME

Office de Tourisme
Menton, Riviera & Merveilles

Andreia DE FREITAS ALVES

Chargée de Projets E-tourisme

8 AVENUE BOYER • 06500 MENTON

+33 (0)4 83 93 70 23

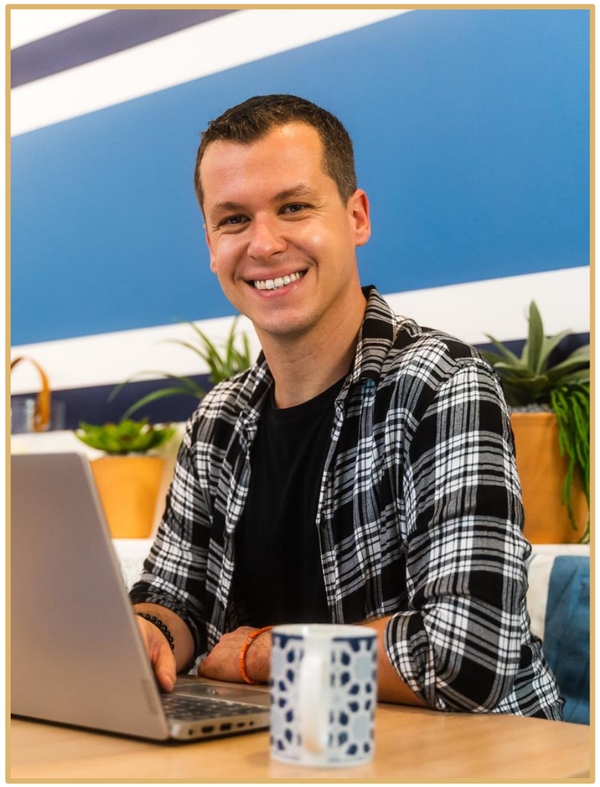
+33 (0)7 57 07 44 93

a.defreitas@menton-riviera-merveilles.fr

www.menton-riviera-merveilles.fr

MENTON, RIVIERA
& MERVEILLES

OFFICE DE TOURISME



Mickaël Mugnaini
Fondateur

COMMUNICATION

Agence niçoise spécialisée dans les relations presse & la communication digitale

L’agence AZ Communication

COMMUNICATION

Relations Presse & Communication

Marketing d’influence
& Collaborations blogueurs

Community management
& Communication digitale

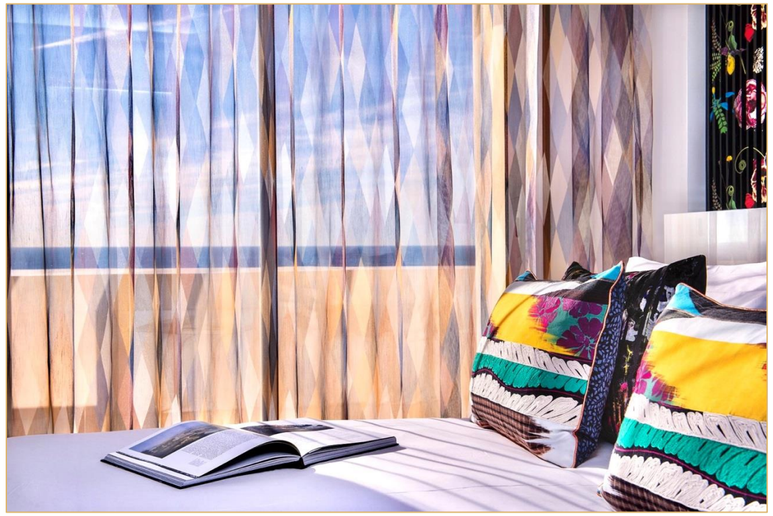
Organisation d’Evénements
Presse & Influenceurs

Direction artistique & Identité
visuelle

Redaction SEO de contenus
web & articles de blog

L’agence AZ Communication

COMMUNICATION



Programme de l’atelier

COMMUNICATION

1- Tour d’horizon des réseaux sociaux dans le monde

2- Définir la présence digitale d’un établissement touristique

3- Définir la stratégie éditoriale de son établissement

4- Créer un calendrier éditorial

5- Créer facilement des supports de communication

6- Créer du contenu original pour se démarquer

7- Agrandir sa communauté

COMMUNICATION

Tour d’horizon des réseaux sociaux

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

➢ **Les réseaux sociaux à travers le monde**

2,895 milliards	538 millions
2,291 milliards	454 millions
1,393 milliard	436 millions
1 milliard	400 millions

+ réseaux de discussion instantanée : WhatsApp, FB Messenger, …
+ réseaux destinés aux chinois : WeChat, QQ, Douyin, Sina Weibo, Qzone, …

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

➢ Les réseaux sociaux en France

40 millions	14 millions
39 millions	12,8 millions
22 millions	10 millions
22 millions	10 millions

+ réseaux de discussion instantanée : WhatsApp, FB Messenger, …
+ réseaux destinés aux chinois : WeChat, QQ, Douyin, Sina Weibo, Qzone, …

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

➢ **Pourquoi utilisons nous les réseaux sociaux ?**

1- Garder le contact

2- S’occuper

3- Trouver des informations

4- Se divertir

5- Trouver de l’inspiration

6- Faire du shopping

7- Partager des opinions, débattre

8- Regarder du streaming

9- Se faire des contacts

10- Suivre les actualités des marques

11- Networking

12- Partager sa propre vie

13- Suivre les actualités sportives

14- Suivre les actualités des célébrités

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

➢ **Qui suivons nous sur les réseaux sociaux ?**

1- Famille, amis, connaissances

2- Acteurs

3- Comptes de divertissement

4- Chanteurs, musiciens

5- Emissions ou chaînes TV

6- Chefs et restaurants

7- Marques que l’on consomme

8- Influenceurs

9- Sportifs

10- Marques que l’on souhaite consommer

11- Contacts professionnels

12- Société en rapport avec notre travail

13- Fitness & beauté

14- Journalistes et médias

COMMUNICATION

Définir la présence digitale d’un établissement touristique

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

Communiquer moins mais communiquer mieux
Sur quels canaux être présent ?

Réseau prioritaire n°1 ? **Combien de temps lui accorder par semaine ?**	**Pourquoi ce réseau ?**

Focus sur Facebook

COMMUNICATION

Les +	Les -
○ Le plus grand réseau consulté (+ de 2 milliards d'utilisateurs actifs) ○ Différents types de contenu possibles ○ Convient autant au B2B qu'au B2C ○ Facilité d'organisation d'événements et concours	○ En voie de "disparition" ○ Publicité payante ○ Faible portée organique ○ Peu d'outils à disposition pour l'obtention d'un rendu attractif

Focus sur Instagram

Les +	Les -
○ Le réseau très utilisé pour le marketing d'influence ○ De nombreux outils mis à disposition ○ Création de contenus visuels et créatifs ○ Forte interaction avec la communauté	○ Avoir une forte image de marque ○ Publicités payantes ○ Prévoir un temps de préparation pour les publications ○ Algorithme change régulièrement

Focus sur Twitter

Les +	Les -
○ Bouche à oreille instantané (retweets) ○ Forte visibilité (100 millions de tweets consultés chaque jours) ○ Audience très engagée ○ Réseau très utilisé par les journalistes et les médias	○ Volume de caractère faible (280 max) ○ Durée de vie d'une publication très courte ○ Présence de nombreuses publicités ○ Outils d'analyses limités

Focus sur Linkedin

Les +	Les -
○ Crédibilise l'image de marque en la rendant sérieuse et professionnelle ○ Excellente indexation par Google ○ Effectue un tri par domaines d'activité ○ Contenu qualitatif	○ Faible interaction avec la communauté ○ Portée des publications restreinte ○ Orienté B2B ○ Publicité payante

Focus sur You Tube

Les +	Les -
○ Le réseau N°1 pour le contenu vidéo ○ Bon référencement Google ○ Publicités efficaces ○ Possibilité de reposter les contenus sur d'autres réseaux sociaux	○ Investissement considérable pour un rendu vidéo qualitatif ○ Faible interaction avec la communauté ○ Nombreuses publicités ○ Concurrencé par Tik Tok ainsi que les formats IGTV et réels d'Instagram

Focus sur Tik Tok

COMMUNICATION

Les +	Les -
○ LE réseau en vogue ○ En forte croissance ○ Favorise et facilite la créativité ○ Format de vidéo rapide	○ Tranche d'âge faible ○ Nécéssite du temps et de la créativité ○ Algorythme difficile à comprendre ○ Publicités payantes

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

Etablir les réseaux les plus adaptés à votre établissement

<u>Réseau prioritaire n°1 ?</u> **Combien de temps lui accorder par semaine ?**	**Pourquoi ce réseau ?**

Présence sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION

Réseaux **prioritaires**

Réseaux **secondaires**

Rarement utiles pour les hôtels / restaurants

COMMUNICATION

Définir la stratégie éditoriale d’un établissement touristique

Stratégie éditoriale

COMMUNICATION

1/ Faire un état des lieux

2/ Définir ses objectifs

3/ Définir l'audience cible

4/ Etablir les KPI à observer

5/ Définir les éléments de langage

champ lexical, hashtags, ton

6/ Définir les types de contenus

à mettre en avant, à éviter

Stratégie éditoriale

COMMUNICATION

Définir sa ligne éditoriale
Créer son propre univers et le faire ressentir sur les réseaux sociaux.

Même si certaines publications peuvent occasionnellement être identiques, il faut créer du contenu original adapté à chaque réseau social.

La façon de « consommer » sur Facebook est différente d’Instagram, LinkedIn ou Twitter.

Stratégie éditoriale

COMMUNICATION

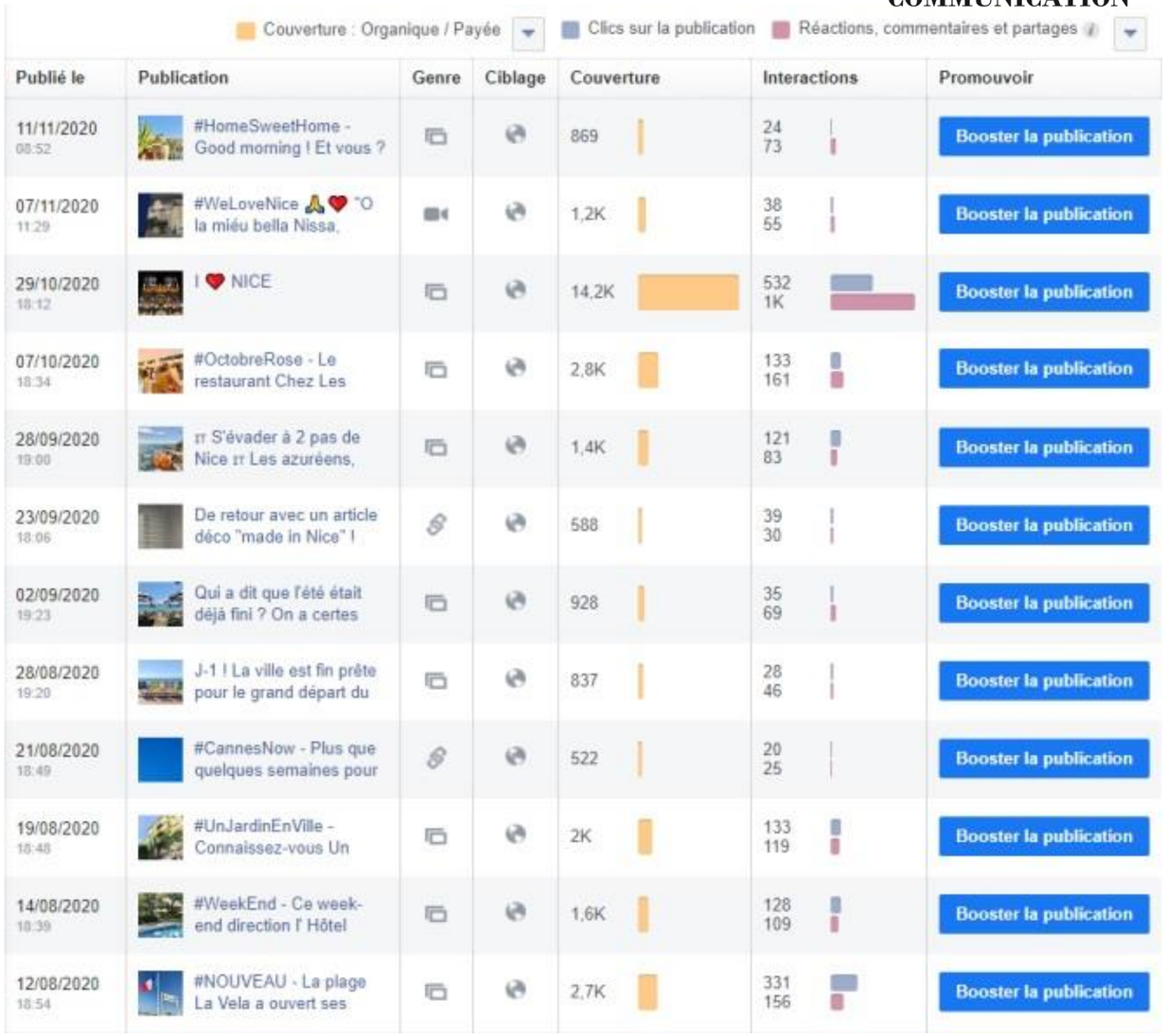
Analyser les statistiques

Regarder les publication qui ont le plus de vues afin de mieux adapter le format des suivantes

Privilégier les jours et horaires où votre communauté est connectée (Facebook ne montera que 5% à 8% de vos publications à vos abonnés alors ciblez bien!)

Privilégier les photos et vidéos, utiliser le minimum de texte

Selon votre budget, prévoir une campagne de sponsoring pour certaines de vos publications (pas de limite minimum de budget, il suffit de bien cadrer la cible)



Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Couverture	Interactions	Promouvoir
11/11/2020 08:52	#HomeSweetHome - Good morning ! Et vous ?			869	24 73	Booster la publication
07/11/2020 11:29	#WeLoveNice 🙏❤️ "O la miéu bella Nissa,			1,2K	38 55	Booster la publication
29/10/2020 18:12	I ❤️ NICE			14,2K	532 1K	Booster la publication
07/10/2020 18:34	#OctobreRose - Le restaurant Chez Les			2,8K	133 161	Booster la publication
28/09/2020 19:00	🇫🇷 S'évader à 2 pas de Nice 🇫🇷 Les azuréens,			1,4K	121 83	Booster la publication
23/09/2020 18:06	De retour avec un article déco "made in Nice" !			588	39 30	Booster la publication
02/09/2020 19:23	Qui a dit que l'été était déjà fini ? On a certes			928	35 69	Booster la publication
28/08/2020 19:20	J-1 ! La ville est fin prête pour le grand départ du			837	28 46	Booster la publication
21/08/2020 18:49	#CannesNow - Plus que quelques semaines pour			522	20 25	Booster la publication
19/08/2020 18:48	#UnJardinEnVille - Connaissez-vous Un			2K	133 119	Booster la publication
14/08/2020 18:39	#WeekEnd - Ce week-end direction l' Hôtel			1,6K	128 109	Booster la publication
12/08/2020 18:54	#NOUVEAU - La plage La Vela a ouvert ses			2,7K	331 156	Booster la publication

Stratégie éditoriale

COMMUNICATION

The Deck Hotel by HappyCulture, Nice est à **The Deck Hotel by HappyCulture, Nice**.
Publié par Mickael Mugnaini · 20 octobre, 18:02 · Nice ·

#OffreExclusive - BE NICE, BE FRENCHIE
Envie d'un bol d'air frais au bord de la Mer ? de balades et de couchers de soleil ? de spécialités gastronomiques niçoises ?

Alors direction Nice, la capitale de la Côté d'Azur et tombez sous le charme de la douceur automnale en réservant notre offre exclusive BE NICE, BE FRENCHIE !

➡️Petit déjeuner box offert

➡️ Jusqu'à -15% de réduction sur toutes les catégories de chambre

➡️ Offre flexible, annulable sans frais jusqu'à la veille de votre date d'arrivée 18h00.

➡️ Valable pour tout séjour jusqu'au 15/11/2020, exclusivement sur notre site internet ou pas téléphone auprès de la #DeckTeam

The Deck Hotel by HappyCulture, Nice
📍 2 rue Maccarani, 06000 Nice
☎️ +33 (0)4 92 14 40 20
@ bonjour@deck-hotel.com
💻 www.deck-hotel.com

#ILoveTheDeck #HappyCulture #CotedAzurFrance

Rappeler régulièrement les coordonnées

L'utilisateur ne doit pas avoir à les chercher, il doit pouvoir réserver impulsivement

Comment la mettre en application ?

COMMUNICATION

Créer un calendrier de publications

Donner des rendez-vous réguliers

Publier moins mais publier mieux
(3 publications par semaine et par canal)

Varier les types de publications

Se réserver un créneau dans la semaine pour programmer ses publications d’une semaine à l’autre

COMMUNICATION

Comment créer le calendrier éditorial d’un établissement ?

Calendrier éditorial

COMMUNICATION

Répertorier

1/ Les marronniers

2/ Les événements propres à la destination

3/ Les actualités de l’établissement

Calendrier éditorial

MMUNICATION

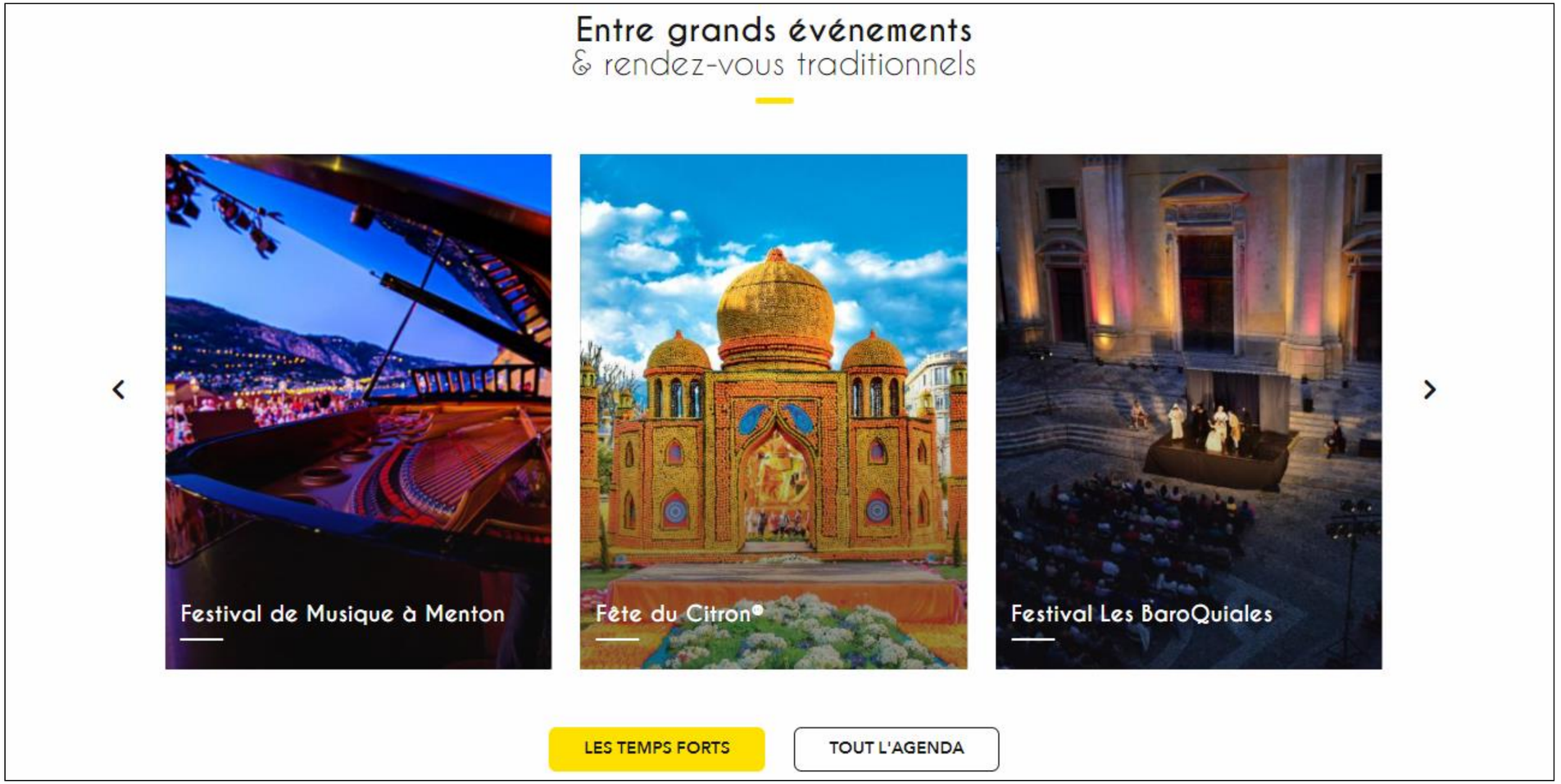
2021

Janvier

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1 Jour de l'an	2 Début du Rallye Dakar
3 Rentrée des Vacances de Noël	4 Journée mondiale du Braille	5 CES Las Vegas	6 Epiphanie	7	8	9
10 Journée de Tintin	11	12	13 Journée mondiale sans pantalon	14	15	16
17 Blue Monday Début de l'Open d'Australie	18	19 Journée internationale du Pop-Corn	20 Nuit de la lecture	21 Journée internationale du câlin	22 Journée de la coopération franco-allemande	23 Journée de l'écriture manuscrite
24 Journée internationale du sport et de l'éducation	25	26	27 Festival de la BD Journée de la mémoire de Holocauste	28 Journée mondiale de la protection des données	29	30
31						

Calendrier éditorial

COMMUNICATION



Calendrier éditorial

COMMUNICATION

Calendrier éditorial

COMMUNICATION

PLANNING ÉDITORIAL

Media	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche

Calendrier éditorial

COMMUNICATION

PLANNING ÉDITORIAL

Media	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche

Calendrier éditorial

COMMUNICATION

PLANNING ÉDITORIAL

Media	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	✓		✓		✓		
		✓		✓		✓	
		✓			✓		✓
	✓			✓			

AZ COMMUNICATION

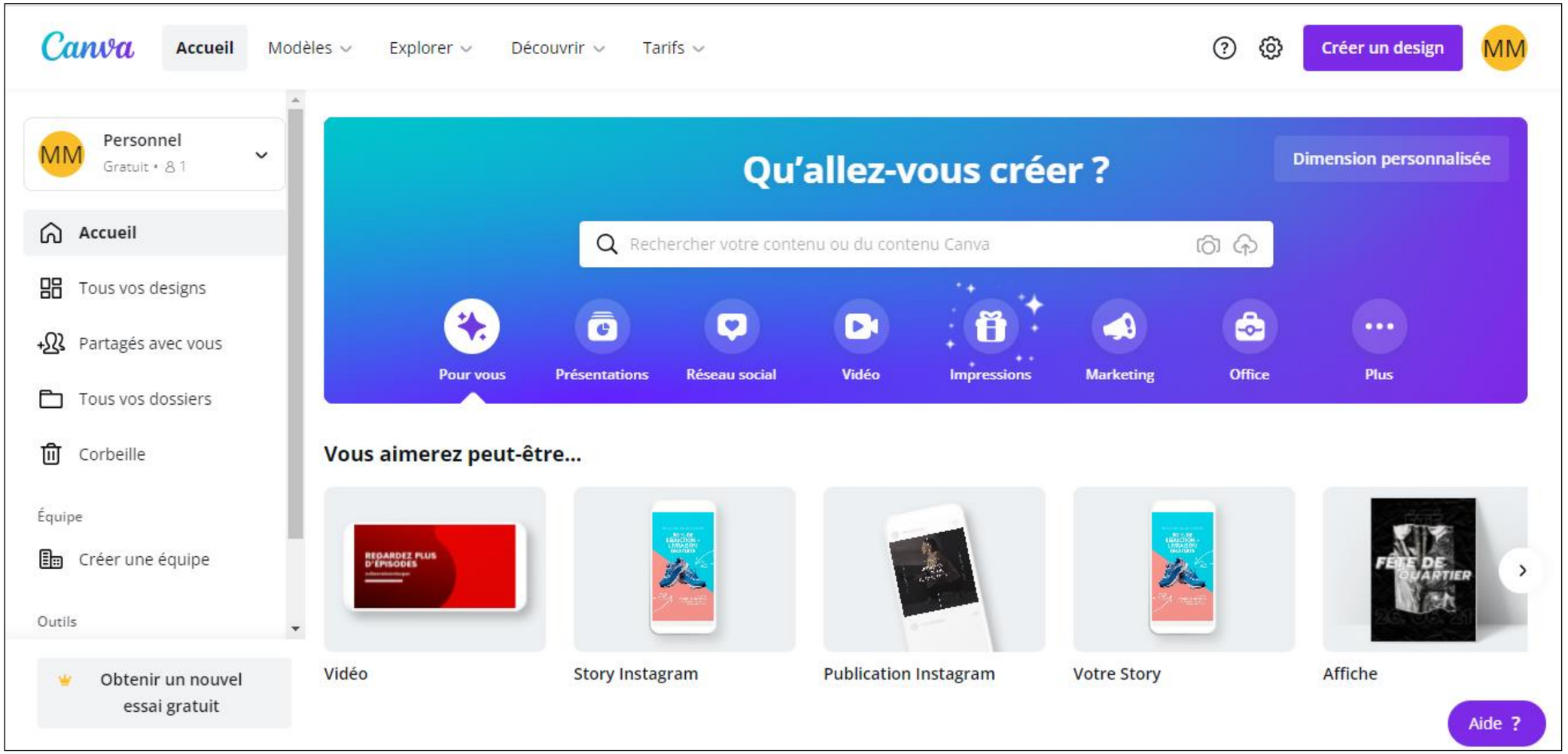
Créer des supports de communication

Créer des supports de communication

COMMUNICATION

Créer des supports de communication

COMMUNICATION

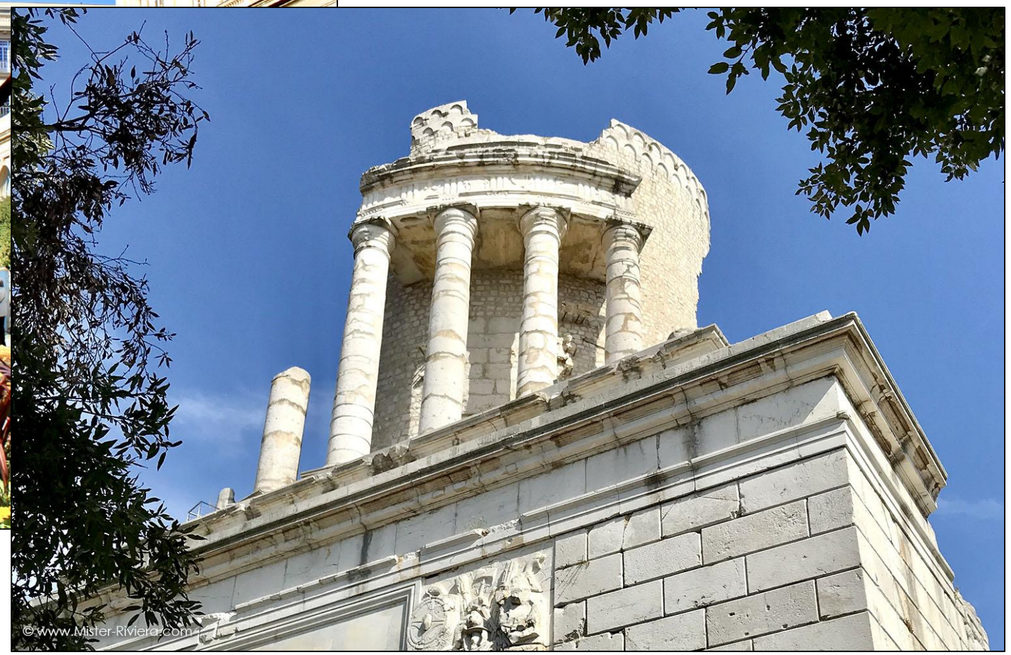


COMMUNICATION

Se démarquer avec des contenus originaux

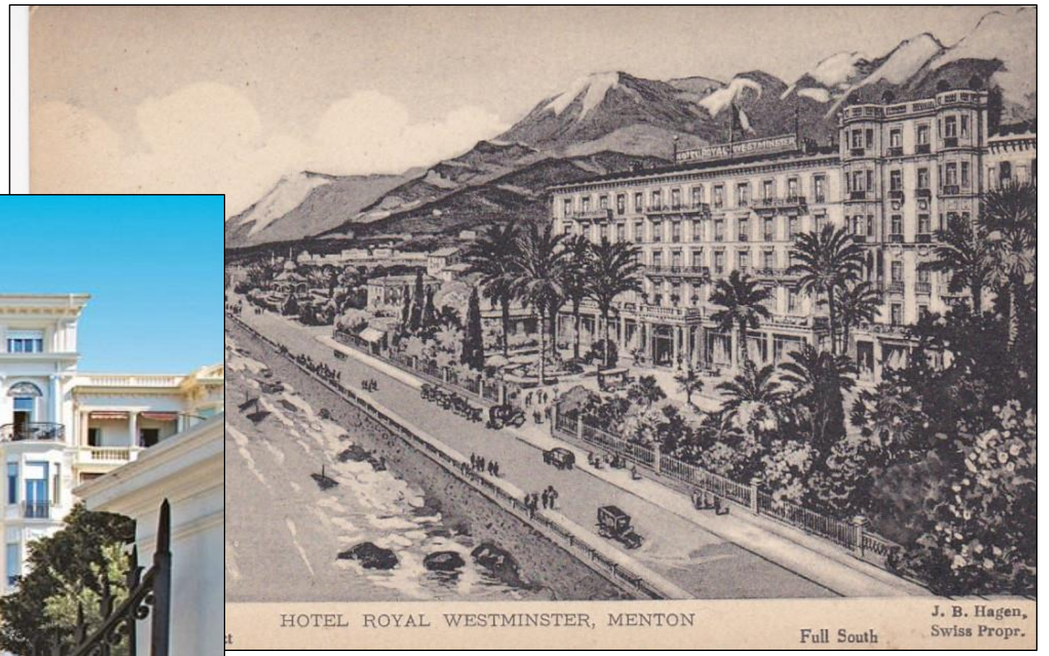
Comment se démarquer ?

COMMUNICATION



Comment se démarquer ?

COMMUNICATION



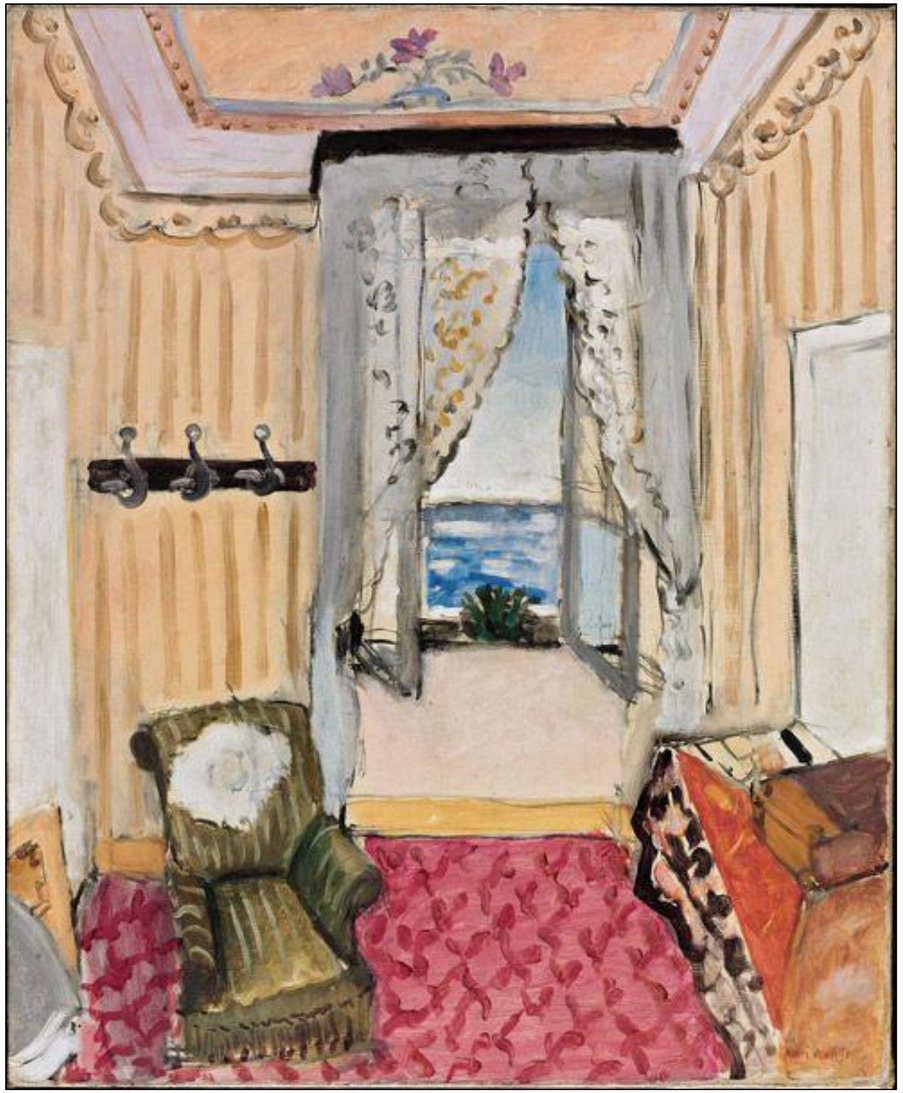
Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

anecdotes, souvenirs, anniversaires …

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION



Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

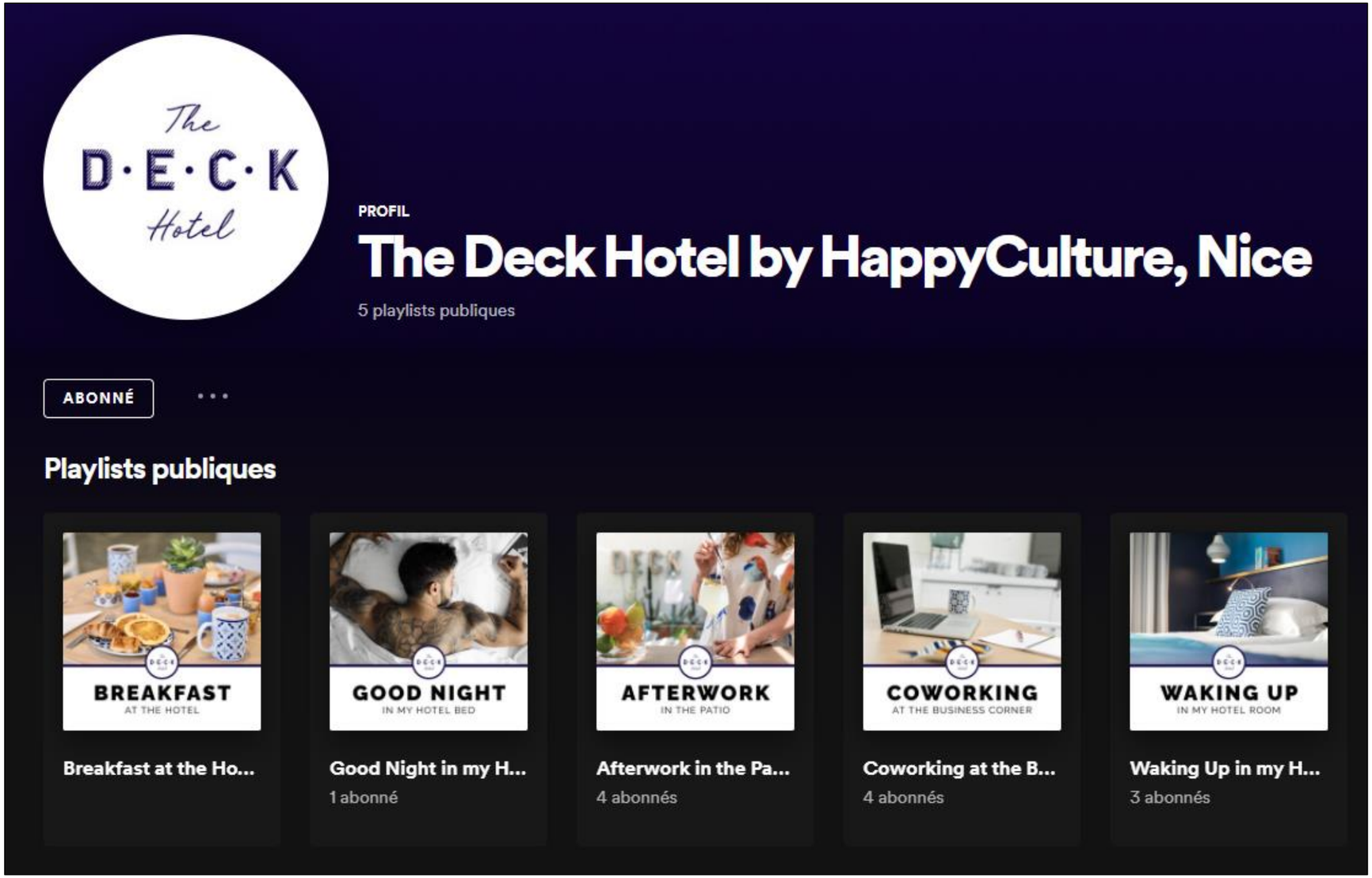
COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

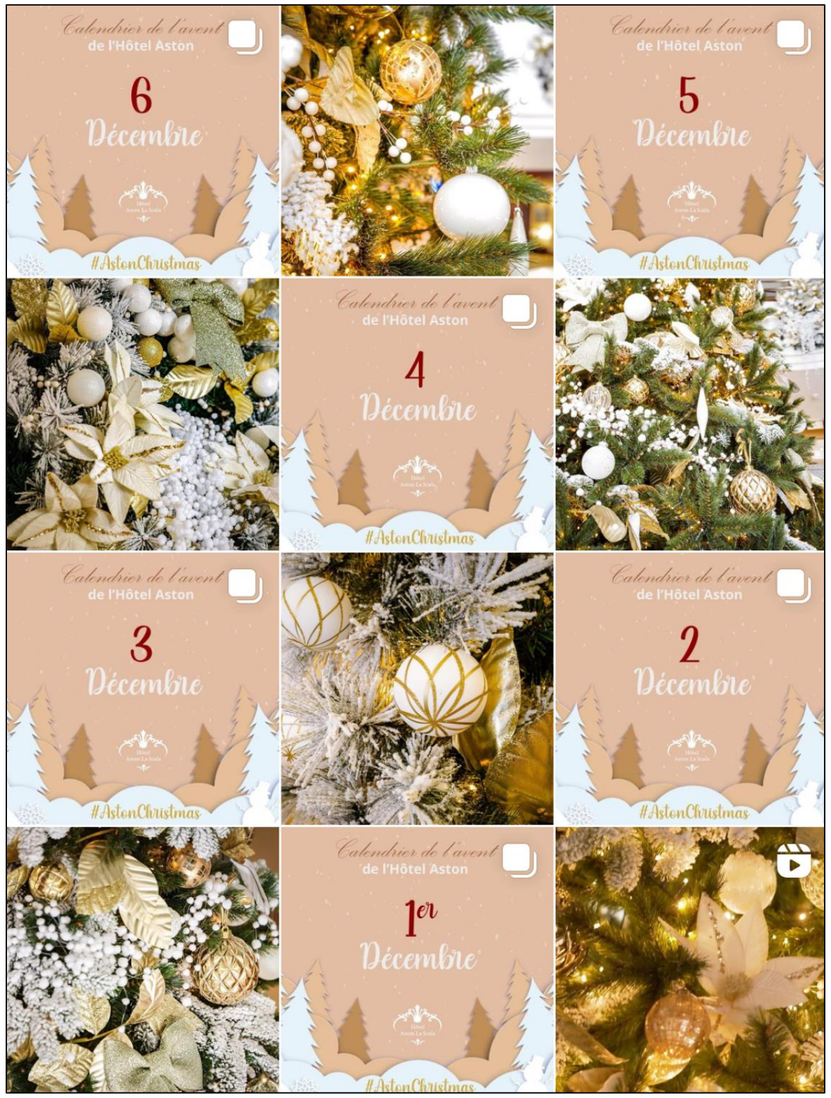
Comment se démarquer ?

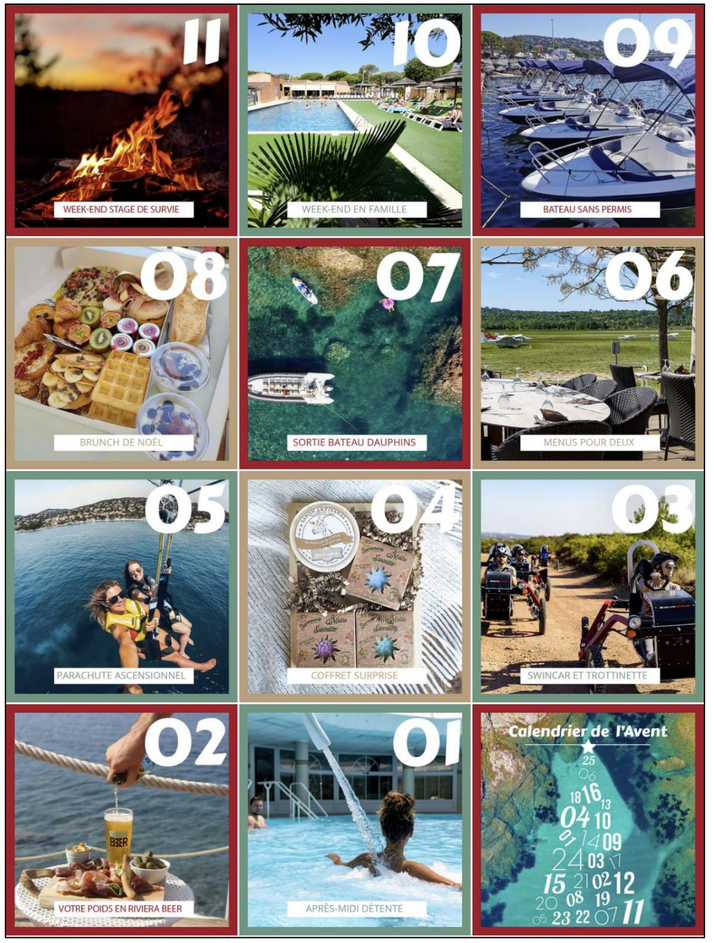
COMMUNICATION



Comment se démarquer ?

COMMUNICATION





Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

- **Pour ceux qui sont plus à l'aise, n'hésitez pas à vous amuser en vous adaptant aux tendances … et faites preuve de second degré**

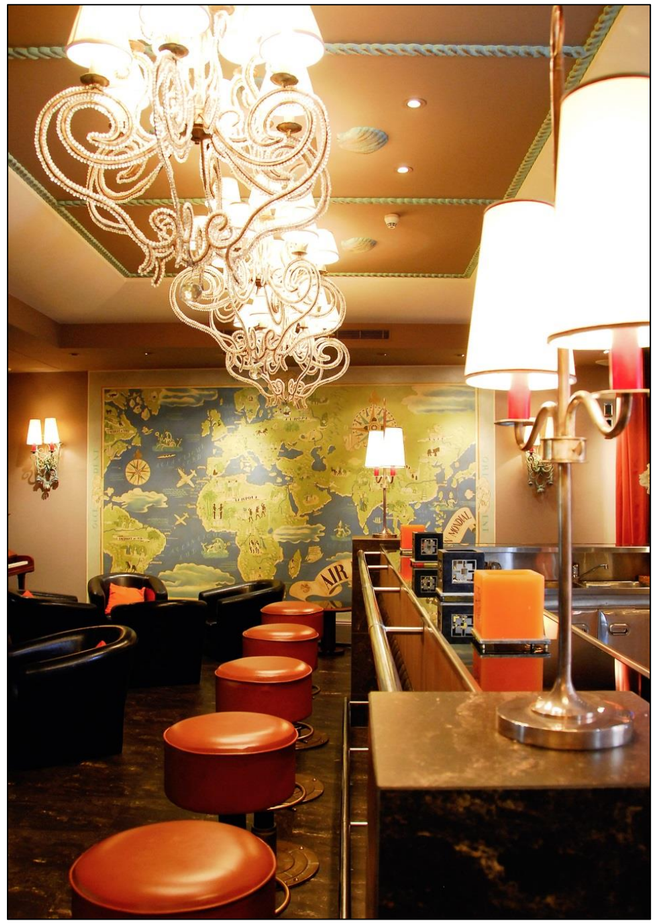
Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Attention à toujours rester en accord avec l'image de l'établissement !

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION



Et s’il n’y a pas d’histoire … créez votre propre storytelling !

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

OVNI

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Comment se démarquer ?

COMMUNICATION

Attention à votre communication en situation de crise … Il ne faut surtout pas :

Être alarmant et entretenir le côté anxiogène d'une situation qui l'est déjà

Donner un avis ou un jugement sur une actualité (gilets jaunes, attentats, covid, …)

Prendre parti pour une opinion politique ou religieuse

Vos réseaux doivent rester distrayants ! Comme dans vos établissements, vous devez apporter du bonheur aux gens …

COMMUNICATION

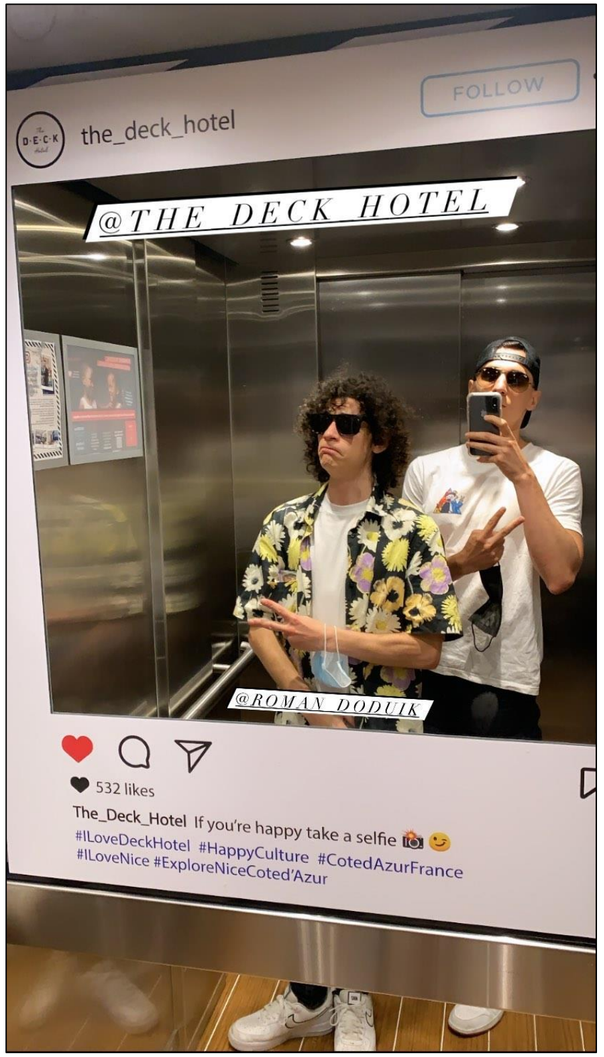
Agrandir sa communauté

Agrandir sa communauté

COMMUNICATION

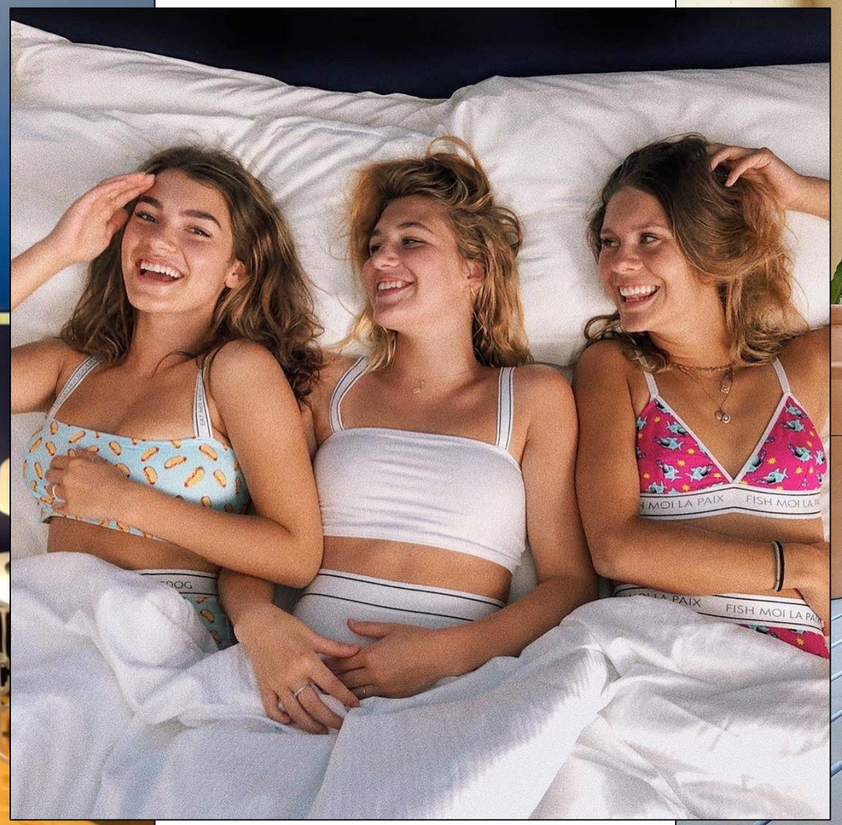
Agrandir sa communauté

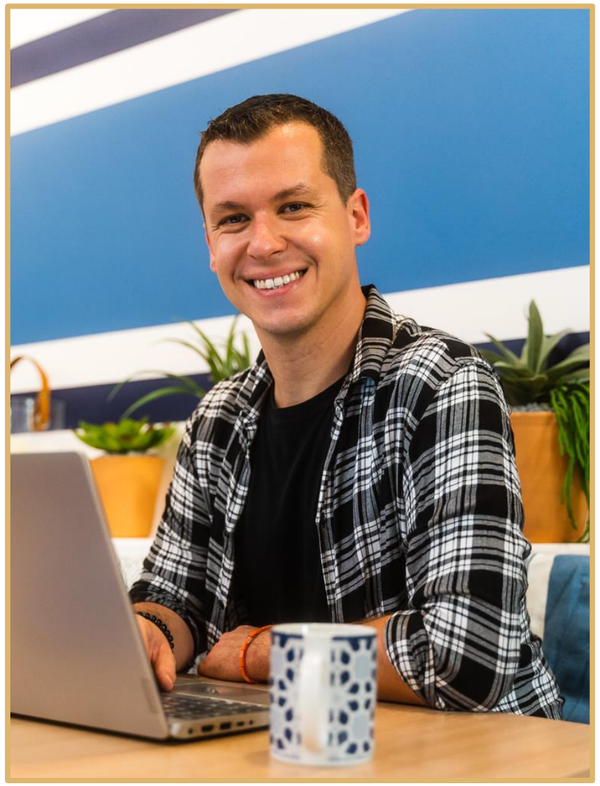
COMMUNICATION



Agrandir sa communauté

COMMUNICATION





Mickaël Mugnaini

Fondateur

COMMUNICATION

06 25 08 77 09

contact@agence-az.com

www.agence-az.com