

ACADÉMIE DU JEUDI

LE 5 MAI 2022

Instagram, Facebook et LinkedIn: enjeux et utilisation

Une présentation par Saint-Emilion Tourisme



Saint-Emilion Tourisme
Office de Tourisme du Grand Saint-Emilionnais



La présentation d'aujourd'hui

SOMMAIRE

Concevoir ma stratégie de contenu

Instagram

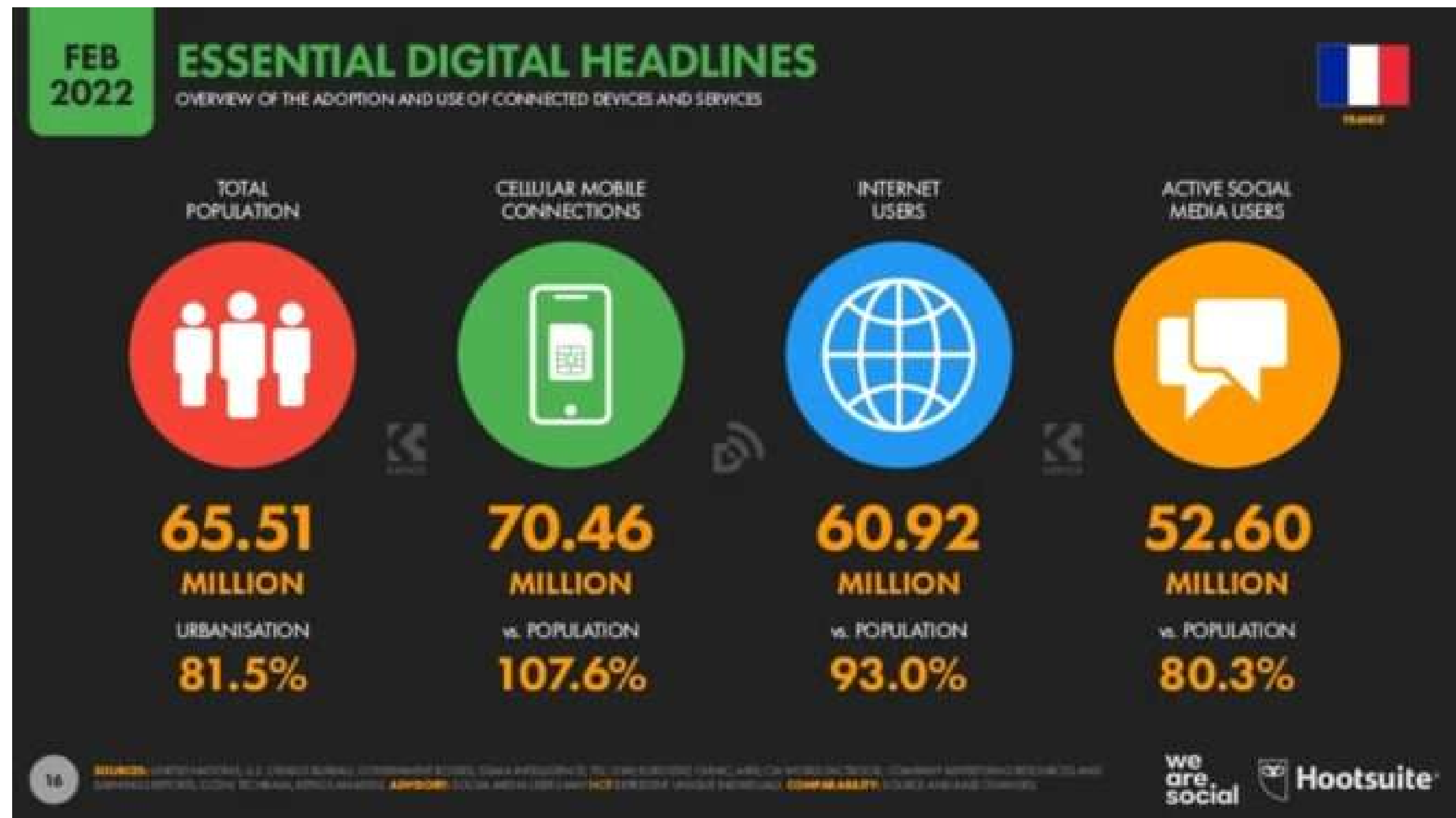
Facebook

Linkedin

D'autres réseaux à prendre en compte

Quelques chiffres

- **60,92 millions d'internautes**, soit 93 % de la population (+ 2,4 % par rapport à janvier 2021),
- **1,5 millions d'internautes supplémentaires**,
- **52,60 millions d'utilisateurs sur les réseaux sociaux**, soit 80,3 % de la population,
- **3 millions de nouveaux utilisateurs** des réseaux sociaux en France,
- **5h34 de temps passé en ligne par jour**, dont 2h19 via leur mobile,
- 86,5 % des utilisateurs accèdent à Internet via leur mobile

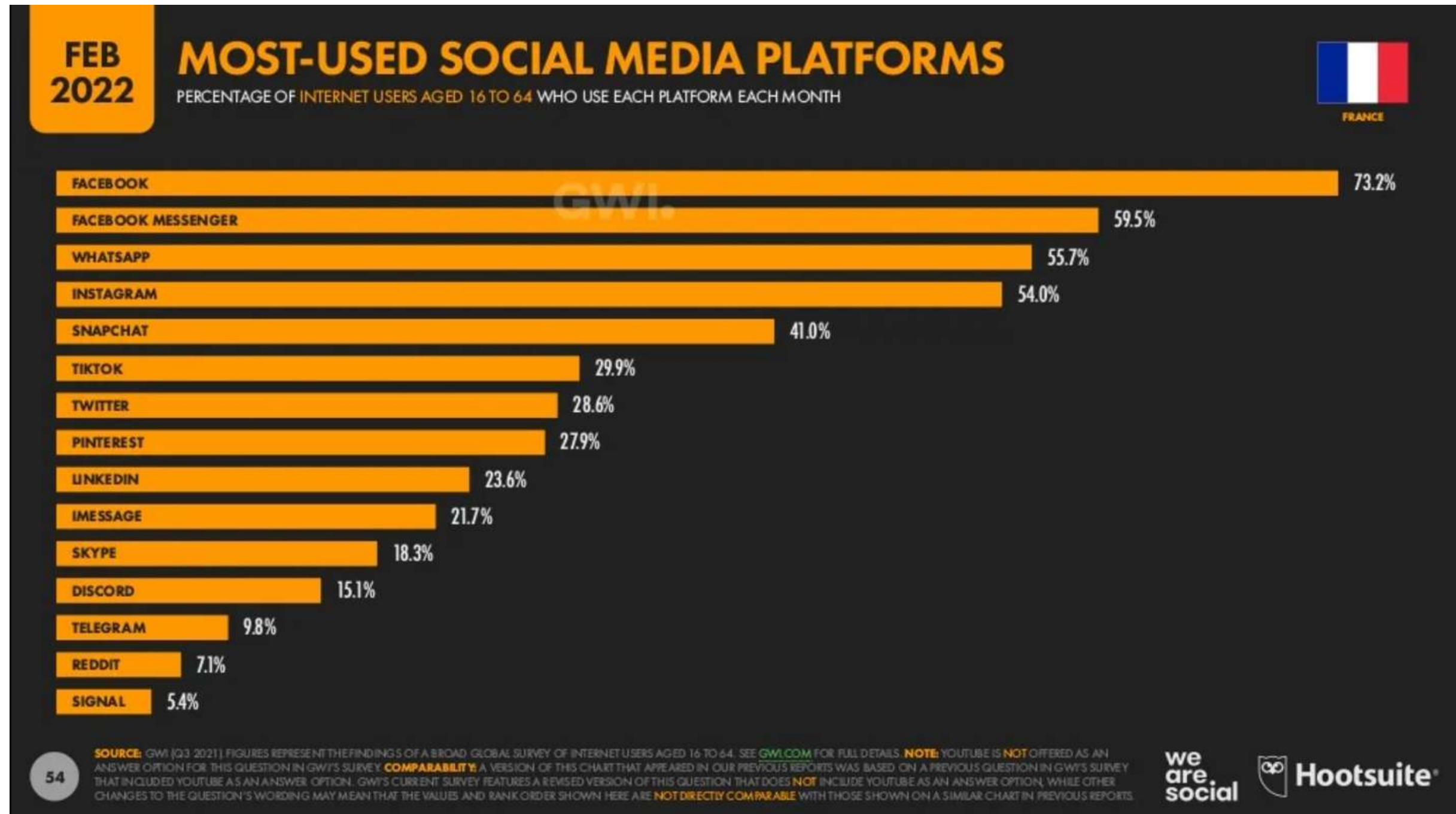


SOURCE : statistiques de l'usage du web et des réseaux sociaux à l'échelle mondiale

We Are Social et Hootsuite

Les plus consultés

Les quatre principales plateformes de la société Meta arrivent en tête du classement des réseaux sociaux les plus utilisés en France.



SOURCE : most used social media platforms

We Are Social et Hootsuite



Concevoir ma stratégie de contenu sur les réseaux sociaux

A quoi ça sert et comment faire ?

A quoi ça sert ?



CE QUE VOUS PRÉVOYEZ DE FAIRE ET ESPÉREZ ACCOMPLIR SUR LES RÉSEAUX

"Plus votre plan sera précis, plus il sera efficace"

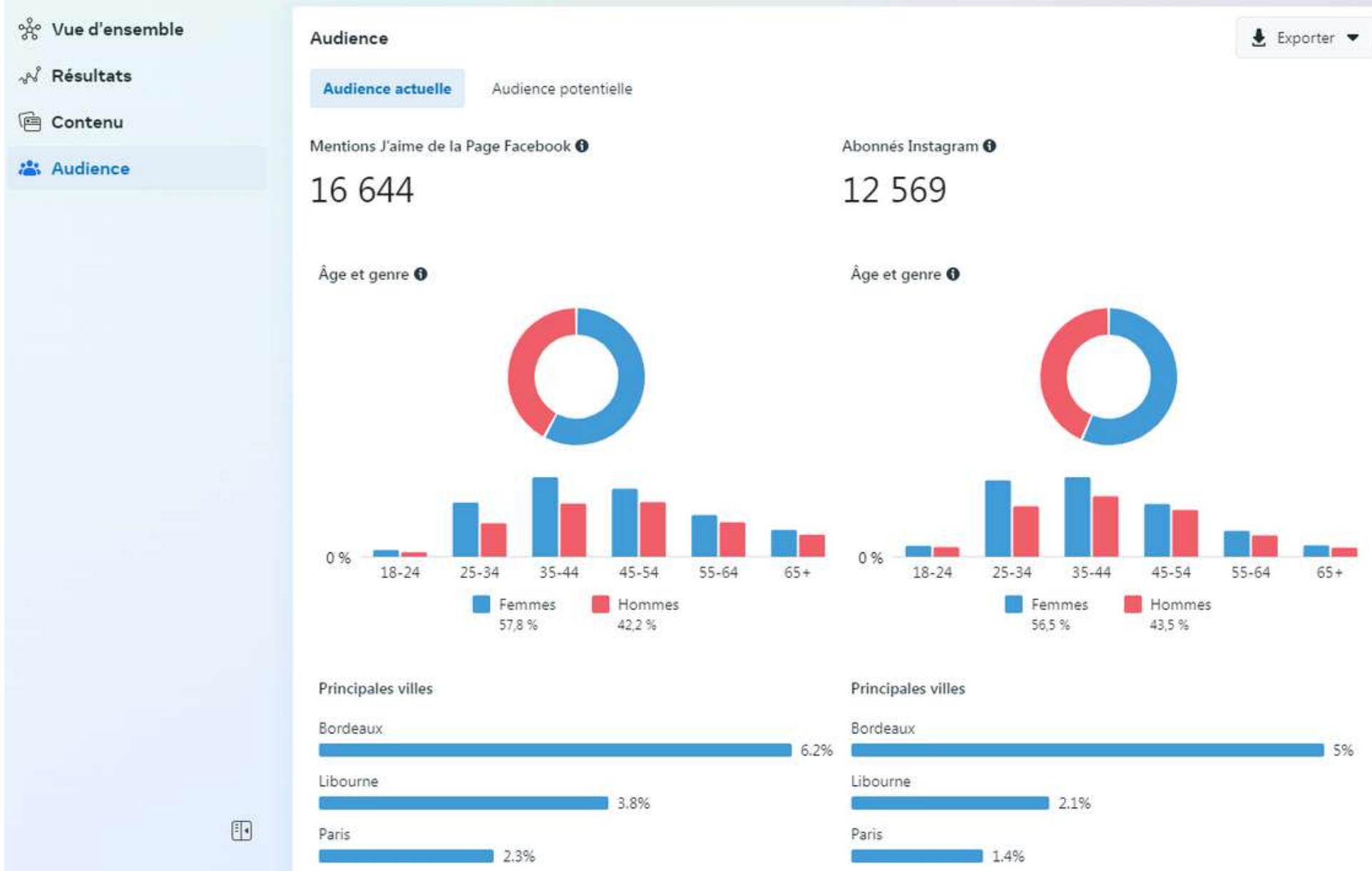
- *générer du trafic vers un site marchand, donc d'augmenter les ventes en ligne.*
- *améliorer la relation client*
- *développer une véritable communauté attachée aux valeurs de la marque*

Analyser

CIBLER SES INTERNAUTES



Qui sera notre cible ? Déterminer l'âge, sexe, localisation, quand et comment utilisent-ils les réseaux etc..) / Meta Business Suite



VEILLE CONCURRENTIELLE



S'intéresser à ce qui est fait par ses concurrents directs/indirects, suivre les tendances : SE DEMARQUER

#mysaintemilion
18 683 publications
Abonné(e)

Meilleures publications

- Person working with coffee beans in a large metal tray.
- A blue wooden door set in a stone wall.
- Aerial view of a village with stone buildings and a church tower.
- A close-up of a wine label for 'EAU-FIGEE' and 'ST.ÉMI'.
- A person riding a bicycle on a path next to a body of water.

Créer

IDENTITÉ VISUELLE

Cela traduit l'ADN de votre entreprise, son âme, ses valeurs. C'est ce qui permet de l'identifier au premier coup d'œil, avant même d'avoir lu votre nom.

"CRÉER UN UNIVERS GRAPHIQUE AUTOUR DE VOTRE ACTIVITÉ AUQUEL POURRONT S'IDENTIFIER VOS CLIENTS AU PREMIER COUP D'ŒIL"

Un logo
la typographie,
la concordance des couleurs,
la mise en page,
l'utilisation de signes distinctifs, pictogrammes, silhouettes... caractéristiques de
votre activité

Planifier via un calendrier éditorial

La structure de votre contenu

Quel est ou quels sont les formats que vous avez définis : des articles rédigés, des infographies , des photos, des vidéos ? De quoi allez vous parler à votre communauté et à vos prospects ? De votre marché, de vous, d'eux, des évènements du secteur ?

La fréquence de publication

Sur un site web, tout comme un podcast, l'importance est la régularité. En indiquant dans votre calendrier vos dates de publication, les dates phares de votre entreprise (anniversaire, lancement produit.), et celles de votre marché (évènements), vous vous donnez un cadre.

La republication de vos anciens articles



Parlez de vous sur votre site, faites un article à l'occasion d'un évènement que vous avez organisé ou auquel vous avez participé. L'année suivante, à l'approche du même évènement, « ressortez » votre news à ce sujet et refaites un peu de bruit sur le sujet.

Une gestion libre de votre outil

- Un tableur si vous êtes seul
- Un tableur dans un drive pour travailler à plusieurs type Google Sheet
- Google Calendar est également une option intéressante et gratuite.

<https://www.blogdumoderateur.com/calendrier-marketing-2022-liste-evenements-annee/>

MAI 2022

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
25	26	27	28	29	30	01 Fête du Travail Journée internationale du rire
02	03 Journée mondiale de la liberté de la presse et du Soleil	04 Star Wars Day	05	06 Journée mondiale du coloriage 	07	08 Armistice 1945 Journée mondiale de la Croix-Rouge
09 Fête de l'Europe 	10	11 Journée mondiale des espèces menacées	12	13	14 Finale de l'Eurovision	15 Journée internationale des familles
16 Roland Garros (jusqu'au 05/06)	17 Festival de Cannes (jusqu'au 28/05) Journée contre l'homo/trans/biphobie	18 Fête de la nature (jusqu'au 22/05)	19	20 Journée européenne de la mer et journée mondiale des abeilles Début du Grand Prix de Monaco	21 Nuit des musées Journée mondiale pour la diversité culturelle et du thé	22 Journée de la biodiversité
23	24 Journée du bricolage	25 Journée internationale des Geeks 	26 Ascension	27 Fête des voisins	28 Finale de la Ligue des Champions 2021-2022	29 Fête des Mères
30	31 Journée mondiale sans Tabac Journée maritime européenne	01	02	03	04	05

Mois	Jour	Date	Vacances Ferie	Header	Evénements / Fêtes	Visuel Pass Escapade Boutique/Ecrans	Visite / Activité OT	Visite / Activités partenaires	Promotion St Emilionnais	Adhérents PACK 3	Divers	Post Insta lié	Nb post	Post LinkedIn		
février	samedi	05/02/2022	x								LES ACTUS ST EMILIONNAISE / STORY					
février	lundi	07/02/2022	x	VACANCES				Château et Tour de Montaigne					6			
février	mercredi	09/02/2022	x					Déjeuners créateurs d'accords - Château La Rose Ponoet								
février	jeudi	10/02/2022	x									POST			Repas de Gala - PS	
février	vendredi	11/02/2022	x							Réel + vidéo FB monuments incontournables Les Lavoirs						
février	samedi	12/02/2022	x					Visites mercredis 18 et 23 février prochain, la visite Enquête dans les souterrains pour les 5-12 ans. + création agenda				LES ACTUS ST EMILIONNAISE / STORY				
février	dimanche	13/02/2022	x											POST		
février	lundi	14/02/2022	x	SAINT-VALENTIN	Saint-Valentin						Saint-Valentin - Saint-Emilion romantique - Tour du Roy point de vue pour les amoureux		6			
février	mardi	15/02/2022	x									POST				
février	vendredi	18/02/2022	x		Retour Grandes Heures - programme			Programme les Grandes Heures								
février	samedi	19/02/2022	x					Concert CDC pour les jeunes				LES ACTUS ST EMILIONNAISE / STORY				
février	dimanche	20/02/2022	x									POST				
février	lundi	21/02/2022	x	VACANCES			Tour du Roy						6			
février	jeudi	24/02/2022	x									POST			Lieu séminaire - Sémillon	
février	vendredi	25/02/2022	x					Châteaux du jour								
février	samedi	26/02/2022	x								PACK 3 - Château Corbin Michotte " Une réserve de biodiversité"	LES ACTUS ST EMILIONNAISE / STORY				
février	dimanche	27/02/2022	x									POST				
mars	lundi	28/02/2022	x	VACANCES	Journée mondiale sans Facebook			Ciné Club La Réserve					6			
mars	mardi	01/03/2022	x		Journée mondiale du compliment/Mardi gras						Photo pour journée mondiale du compliment	POST				
mars	mercredi	02/03/2022	x						Evénements mars							
mars	jeudi	03/03/2022	x									POST			Post LKDN Académie du Jeudi	
mars	vendredi	04/03/2022	x							Réel - bientôt le printemps balade dans ST-EMILION						
mars	samedi	05/03/2022	x								LA COTE BRAISEE - PACK 3	LES ACTUS ST EMILIONNAISE / STORY				
mars	dimanche	06/03/2022	x			Fête des Grands Mères								POST		
mars	lundi	07/03/2022							Bonne semaine !							

Etudier

STATISTIQUES

NOTORIÉTÉ :

Mentions

Hashtags

Portée des publications

ACQUISITION:

Evolution de la communauté

Croissance j'aimes et abonnés

Couverture/visites

INTERACTION:

Nombre d'interactions (partages, likes, commentaires...)

Progression

Taux d'engagement

CONVERSION:

Clics sur lien

Couverture

Exporter

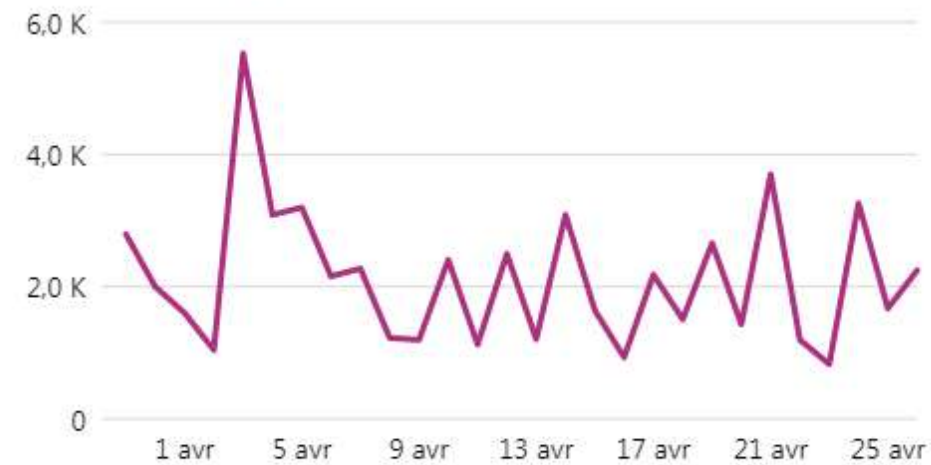
Couverture de la Page Facebook ⓘ

34 425 ↑ 17,5



Couverture Instagram ⓘ

18 234 ↑ 7,5

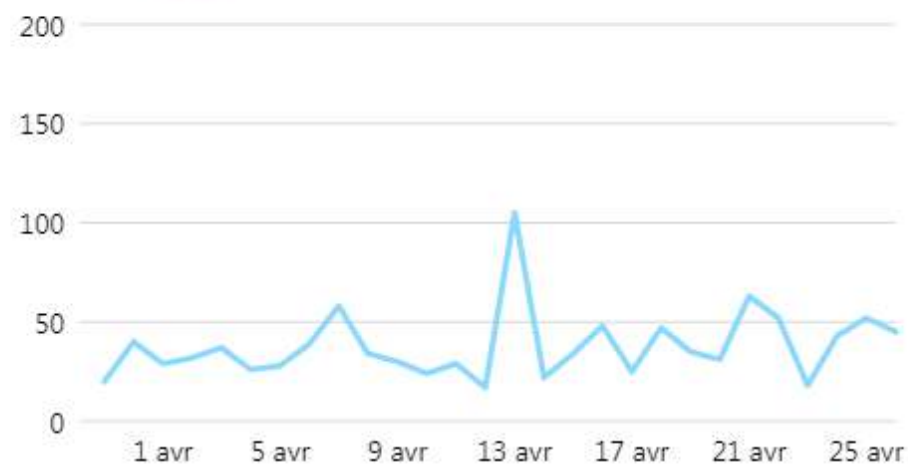


Visites de la Page et du profil

Exporter

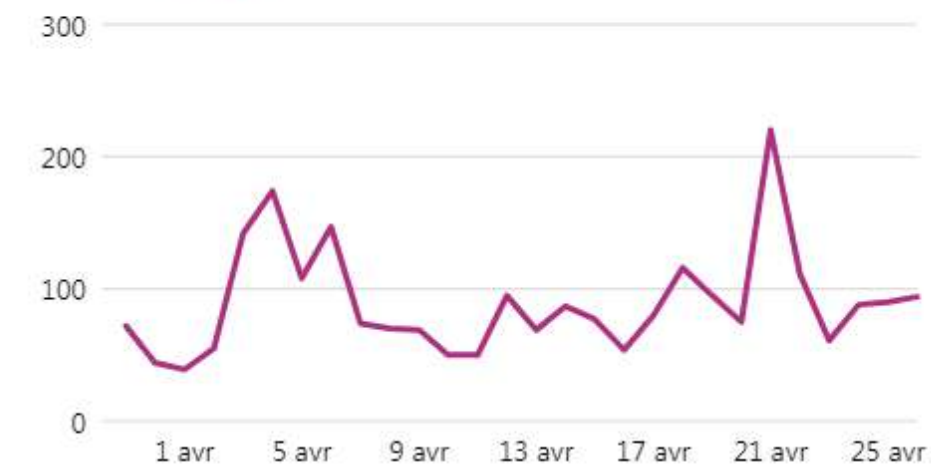
Visites de la Page Facebook ⓘ

1 063 ↑ 29,8



Visites de profil Instagram ⓘ

2 506 ↑ 58,3





Instagram

Les éléments clés



mysaintemilion

Modifier profil



992 publications

12,5k abonnés

554 abonnements

Saint-Émilion Tourisme

Follow our adventures in the Saint-Emilion Area !

Use #MySaintEmilion to be featured.

www.saint-emilion-tourisme.com

UN PROFIL CLAIR ET COMPLET

- **Votre nom et votre photo de profil** : choisissez un nom et une photo de profil représentatifs de votre structure. Pour une meilleure cohérence, ils doivent idéalement être les mêmes que ceux utilisés sur vos autres réseaux sociaux.
- **Votre nom d'utilisateur** : c'est le nom qui apparaît dans le fil d'actualité et qui sera le nom de votre compte. Assurez-vous que les utilisateurs puissent reconnaître votre entreprise facilement, qu'il soit court et facile à retenir.
- **Votre bio** : limitée à 150 caractères maximum, cette phrase d'accroche doit donner envie aux utilisateurs de vous suivre.
- **Votre site web** : la bio est le seul endroit où vous pouvez mettre un hyperlien cliquable, utilisez-le !

L'IMPORTANCE DES VISUELS



PHOTOS ET VIDEOS

Se créer une base

Visuels de qualité, montrant votre activité, éviter des images de basse qualité, retouches...

RESSOURCES GRAPHIQUES

Images/vidéos libres de droits

Pixabay, freepick, pexels, Vidsplay...

Idéal lorsque l'on ne dispose pas encore de visuel pour communiquer

CREATIONS

En respectant l'identité visuelle

Canva, suite Adobe

Pour faire parler ses publications



Facebook

Les éléments clés



2/3 des utilisateurs de Facebook déclarent
déclarent visiter la page Facebook d'une
entreprise locale au moins une fois par
semaine *

*<https://blog.hootsuite.com/fr/marketing-facebook/>

Comment communiquer avec votre communauté Facebook ?

CRÉER DU CONTENU

Créer du contenu visuel en lien avec votre charte graphique (logiciel : canva)

Une infographie a 40 fois plus de chances d'être partagée qu'une publication lambda.

ÊTRE TENDANCE

Faire des Facebook Live pour créer des moments uniques et capter votre public en temps réel (partager un évènement...)



PUBLIER RÉGULIÈREMENT

Publier un contenu réfléchi aux heures de "pointe", pour toucher le plus d'internautes

COMMUNIQUER AVEC DES VISUELS, PHOTOS & VIDÉOS

Favoriser des publications de contenus visuels (photos, vidéos...) : plus engageants, captivants...

"Un contenu vivant est un contenu qui vend !"

FAVORISER LES INTERACTIONS

Créer des contenus pertinents qui feront réagir les internautes (publications avec liens / story facebook...). Entretenir une bonne relation avec ses internautes grâce aux publications



SE MONTRER DISPONIBLE

Répondre aux commentaires et aux avis positifs & négatifs, jeux concours, utilisation des chatbot pour éviter l'attente et favoriser l'expérience client...



LinkedIn

 *LinkedIn*

Les éléments clés

Comment bien utiliser LinkedIn ?

CRÉER UNE PAGE COMPLÈTE

Le profil de votre entreprise : le premier point de contact (catégorie, coordonnées, description...)

CIBLER LE BON PUBLIC

Il est important de s'adresser à la bonne cible en fonction du contenu publié (option de ciblage naturel pour les publications LinkedIn)

RÉFLÉCHIR À SON CONTENU

Favoriser des publications de contenus visuels (photos, vidéos...) : plus engageants, captivants...

"Votre profil LinkedIn est votre vitrine, ne négligez ni la forme ni le fond."

Yannick BOUSSIÈRE



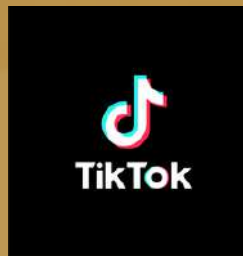
Selon LinkedIn, les publications contenant des images reçoivent 98% de commentaires supplémentaires par rapport à celles qui n'en ont pas.

CONSTRUIRE SON RÉSEAU PRO

Le profil de votre entreprise : le premier point de contact, il doit donc être complet (catégorie, coordonnées, description...) Avoir un profil actif pour développer son réseau

CRÉER DES ARTICLES

Créer son propre contenu pour aider les autres à développer leur entreprise, relayer des idées, des astuces... Cela vous aider à démontrer votre expertise et à valoriser vos compétences d'analyse sur un sujet donné.



Tik-Tok, Twitter, Youtube...

Les éléments clés

Tik-Tok



"tik-tok permet à chacun d'être un créateur et encourage les utilisateurs à partager leurs passions et leur créativité à travers leurs vidéos"

PRINCIPE & UTILISATION

- Courtes vidéos
- Berceau des tendances, des défis et des vidéos virales
- Simplicité d'utilisation qui rend cette plateforme attractive (montage vidéo)

STORYTELLING

- Partager et promouvoir son activité
- Le contenu est roi (tutoriel, défi...)

PEU D'INVESTISSEMENT

- Pour accroître sa notoriété

OBERLO

Utilisateurs mensuels de TikTok



TikTok compte

800 MILLIONS

d'utilisateurs actifs dans le monde.

(Datareportal, 2020)

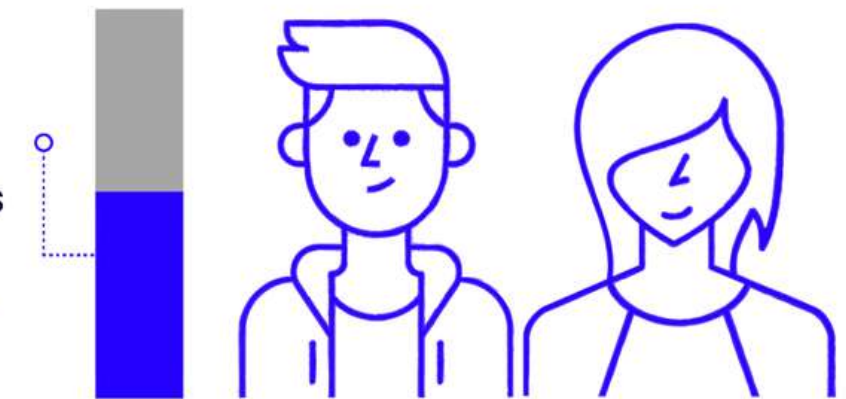
OBERLO

TikTok, l'appli préférée des adolescents dans le monde

41%

des utilisateurs de TikTok ont entre 16 et 24 ans.

(Globalwebindex, 2019)



OBERLO

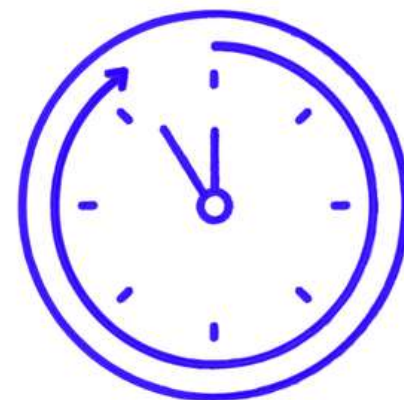
Temps moyen passé sur TikTok chaque jour

Les utilisateurs de TikTok passent en moyenne

52 MINUTES

par jour sur l'appli.

(BusinessofApps, 2019)



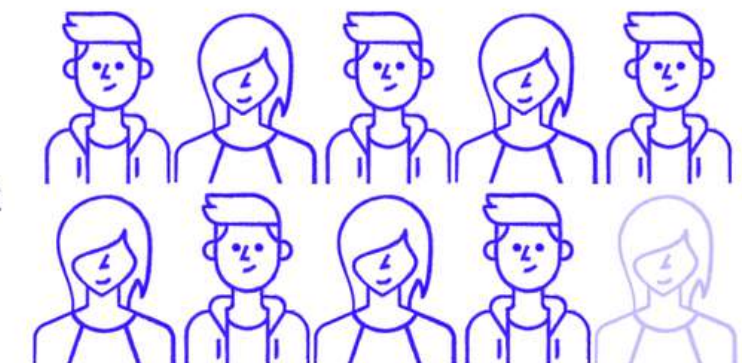
OBERLO

Un usage quotidien de TikTok

90%

des utilisateurs TikTok s'y connectent tous les jours, et à plusieurs reprises dans la journée.

(Tiktok, 2019)



Twitter

UN PROFIL COMPLET

Pseudo, photo de profil, image d'en tête, URL, lieu...

MONTREZ SA PERSONNALITÉ

Soyez original, adoptez un autre ton, soyez humain

VISUELS ET HASTAGS

« une image vaut mille mots » avec limitation des caractères

Les #, outil incontournable pour booster votre engagement et votre visibilité sur la plateforme.

"Les utilisateurs de Twitter veulent savoir que derrière votre compte, une personne réelle les écoute et échange avec eux."

OBERLO

Nombre d'utilisateurs Twitter



Twitter compte

330 MILLIONS

d'utilisateurs actifs mensuels, et 206 millions d'utilisateurs actifs quotidiens.

(Statista 2022)

OBERLO

La démographie de Twitter :

Âge

38,5%

des utilisateurs de Twitter ont entre 25 et 34 ans

(Statista 2022)



Youtube

SE DEMARQUER

- Par rapport à ses concurrents
- Avec un contenu de qualité (différent de tiktok)

VENDRE

- Votre contenu et votre message vidéo sont partie intégrante du parcours du client, et peuvent le décider à acheter votre produit ou faire appel à vos services.
- Si vous essayez d'accéder à un nouveau marché ou d'augmenter l'exposition d'un produit, vous pouvez faire une vidéo dédiée à ce produit et à ses avantages
- Plus votre contenu est créatif, plus il y a de chances que votre public soit accro à votre style et curieux d'en savoir plus. Assurez-vous d'intégrer un "click to action" pour inciter votre public à cliquer et accéder à votre boutique en ligne.

90% des utilisateurs disent découvrir de nouvelles marques ou de nouveaux produits sur YouTube

OBERLO

Nombre d'utilisateurs
actifs mensuels



YouTube compte
2 MILLIARDS
d'utilisateurs dans le monde.
(Digital report, 2020)

OBERLO

Les 18-34 ans les plus engagés
sur Youtube en France

91%

des 18-34 ans regardent des
contenus Youtube au moins
une fois par mois, avec en
moyenne 46 minutes de
visionnage chaque jour

(Médiamétrie, 2019)





Avez-vous des questions ?



On se follow ?

 @MYSAINTEMILION

 SAINT-EMILION TOURISME

 @SAINTEMILIONTOURISME

 @SAINT_EMILION

Quand publier sur LinkedIn



LU

MA

ME

JE

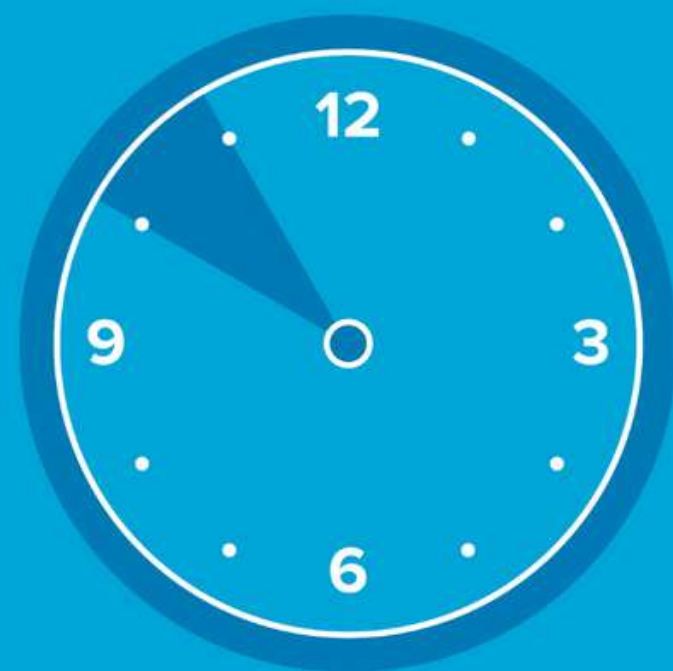
VE

SA

DI

Meilleurs jours

Pires jours



10h00 - 11h00

pendant les heures de bureau



Le week-end et les heures après le travail sont souvent les pires moments pour publier sur LinkedIn.



LinkedIn est utilisé par les recruteurs, les commerciaux et les entrepreneurs, ce qui explique son utilisation pendant les heures de bureau.

Quand publier sur Instagram

Instagram

LU

MA

ME

JE

VE

SA

DI

Meilleurs jours

Pire jour



11h00 - 13h00

pendant le déjeuner

19h00 - 21h00

après le travail

ME

Le mercredi obtient le meilleur taux d'engagement sur Instagram.



La plupart des abonnés Instagram se connectent sur un appareil mobile. Pour cette raison, ils évitent de parcourir leur compte pendant les heures de bureau.

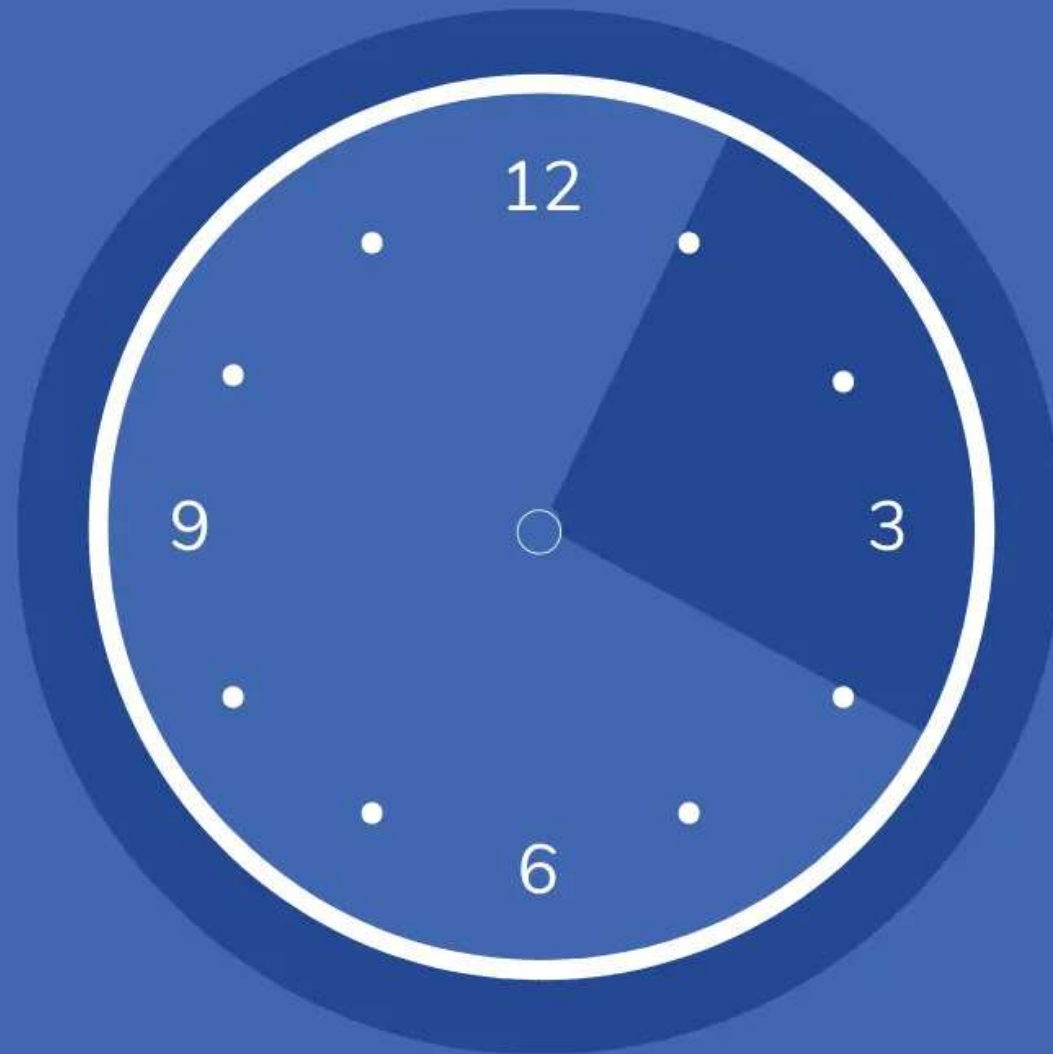
Pire jour

Meilleurs jours

L



M



13h00 - 16h00
pendant les heures de travail



De nombreux utilisateurs de Facebook se connectent au bureau pendant les heures creuses.



Le week-end est le moment idéal pour publier sur Facebook dont notamment à 15h00 le dimanche.