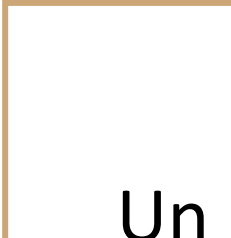




Saint-Emilion Tourisme

PLANIFIER SA COMMUNICATION ANNUELLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Présentation conçue par Saint-Émilion Tourisme.
Reproduction interdite.
9 janvier 2020



Un état des lieux des tendances actuelles

- **2019** -



LES PRINCIPALES DONNÉES INTERNET EN 2019

DANS LE MONDE

Sur 7,676 milliards d'humains, on dénombre :

- 5,112 milliards d'utilisateurs de téléphones (67%)
- 4,388 milliards d'internautes (57%)
- 3,484 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux (45%)
- 3,256 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobile (42%)

EN FRANCE

Sur 65,36 millions d'habitants, on dénombre :

- 64,70 millions d'abonnements mobiles (99%)
- 60,42 millions d'internautes (92%)
- 38 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux (58%)
- 33 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobile (50%)

LE TOP 10 DES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2019

Parmi les plateformes les plus populaires, on retrouve la galaxie d'applications Facebook, YouTube et de nombreux réseaux asiatiques.

1. Facebook – 2,32 milliards
2. YouTube – 1,90 milliard
3. WhatsApp – 1,5 milliard
4. Facebook Messenger – 1,30 milliard
5. WeChat / Weixin – 1,08 milliard
6. Instagram – 1 milliard
7. QQ – 803 millions
8. Qzone – 531 millions
9. TikTok / Douyin – 500 millions
10. Sina Weibo – 446 millions

JAN
2019

CHANGE IN ACTIVE USERS BY SOCIAL PLATFORM

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN THE NUMBER OF ACTIVE USERS* REPORTED BY EACH SOCIAL PLATFORM

FACEBOOK



we
are
social

+1.7%
+37 MILLION

WECHAT



we
are
social

+2.3%
+25 MILLION

INSTAGRAM



we
are
social

+4.4%
+38 MILLION

QQ



-0.1%
-600 THOUSAND

SINA WEIBO



we
are
social

+3.5%
+15 MILLION

TWITTER



we
are
social

-2.7%
-9 MILLION

SNAPCHAT



we
are
social

-12%
-41 MILLION



LINE*



+0.6%
+1 MILLION

82

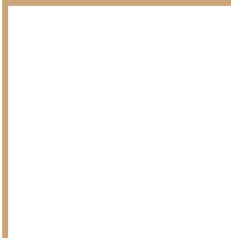
SOURCES: FACEBOOK, WECHAT, QQ, SINA WEIBO, TWITTER, LINE: LATEST EARNINGS ANNOUNCEMENTS (AS AT JANUARY 2019); INSTAGRAM, SNAPCHAT: LATEST DATA FROM SELF-SERVE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2019). ***ADVISORY:** FIGURES FOR EACH PLATFORM ARE DERIVED FROM VARYING DEFINITIONS OF 'ACTIVE USER'. ACTIVE USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. FIGURES FOR LINE ARE BASED ON THE COMPANY'S SELF-DECLARED 'FOUR KEY COUNTRIES' (AS REPORTED IN COMPANY EARNINGS RELEASES), NOT TOTAL GLOBAL USERS.

 **Hootsuite** 



**ET VOUS,
OÙ ÊTES-VOUS
PRÉSENTS ?**

**ET COMBIEN DE
TEMPS
PASSEZ-VOUS À
GÉRER VOS
RÉSEAUX
SOCIAUX PAR
SEMAINE ?**



Le calendrier éditorial ou marketing

- *un outil
indispensable* -



QU'EST-CE QU'UN CALENDRIER ÉDITORIAL OU MARKETING ? ET POURQUOI L'UTILISER ?

C'est un outil dont se servent particulièrement les agences de marketing et les grandes structures.

Il permet de répertorier et d'identifier les principaux événements qui auront lieu pendant l'année. Ces événements impactent forcément l'activité commerciale et feront ainsi preuve d'une communication particulière.

Ce calendrier permet d'anticiper, de s'organiser et de mettre en place des actions commerciales ainsi qu'une communication bien ciblée. Il permet ainsi de capitaliser sur des occasions de faire parler de soi et créer du contact avec ses clients.

Si chaque mois dispose de son activité "traditionnelle" : la fameuse Galette des rois en janvier, la Saint Valentin en février, la Saint Patrick en mars ... Il y a bien sûr des événements plus insolites tels que la fête du Pop Corn le 17 janvier, la journée du Nutella le 5 février ou encore la journée sans Facebook le 28 février.



JANVIER 2020

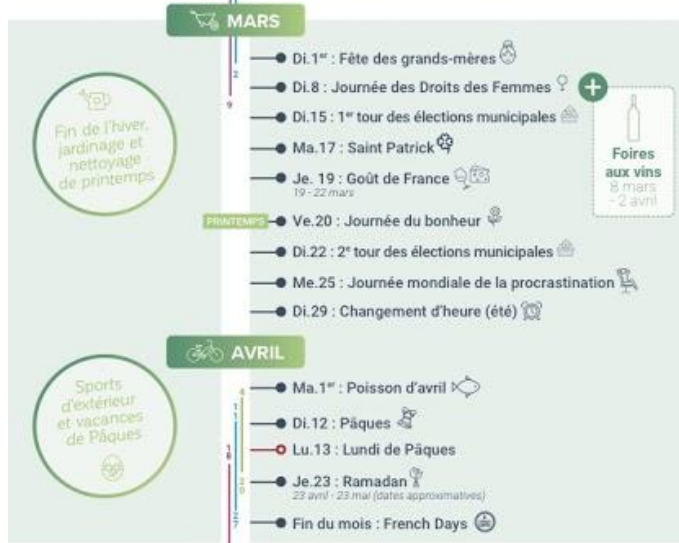
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
30	31	01 Jour de l'an 	02	03	04 Journée mondiale du travail	05 Rallye Paris - Dakar (jusqu'au 17/01) 77e Golden Globes
06 Epiphanie 	07 CES Las Vegas (jusqu'au 10/01)	08 Soldes d'hiver (jusqu'au 04/02)	09	10	11	12 Journée mondiale des reux
13 Journée mondiale sans pantalon	14 Paris Men Fashion Week (jusqu'au 19/01)	15	16	17 Journée internationale de la cuisine italienne	18 La nuit de la lecture	19 Journée mondiale du pop-com 
20 Blue Monday Open d'Australie (jusqu'au 02/02)	21 Journée internationale du café	22	23	24	25 Nouvel an chinois	26 62e cérémonie des Grammy Awards
27 Community Management Appreciation Day	28 Journée de la protect. des données Inbound Marketing France	29	30 Madôy Keynote Festival de la BD d'Angoulême (jusqu'au 02/02)	31	01	02
03	04	05	06	07	08	09

Les principaux calendriers que vous trouverez en ligne se présentent de la façon suivante.

Où les trouver :

<https://www.blogdumoderateur.com/calendrier-marketing-2020/>

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



D'autres prendront plus une forme de rétroplanning annuel.

Où les trouver :

<https://blog.mediapost.fr/>

<https://fr.semrush.com/blog/2020-calendrier-content-community-manager/>

COMMENT UTILISER UN CALENDRIER ÉDITORIAL ?

Un calendrier marketing ou éditorial ne s'utilise pas tel quel mais doit être complété par les événements relatifs à sa structure ou à son territoire. Une fois tous ces événements relevés, il faut voir s'ils correspondent au calendrier de l'entreprise puis, si c'est le cas, fixer un objectif cohérent pour chacun d'entre eux.

Cet objectif peut être multiple :

- générer du trafic,
- fidéliser un public,
- informer des personnes,
- générer des ventes ...

Cet objectif peut alors se développer en action marketing pour laquelle il faut définir un canal (réseaux sociaux, promotion sur le web, publication papier ...) et une méthode appropriée (renseignements informatifs, jeux concours, invitations ...).



EXEMPLE DE SAINT-ÉMILION TOURISME

Mois	Jours	Semaine thématique	Fêtes / Evènements	Produits / News OT	Divers	Nbr Posts/Sem
décembre	31/12/2019					
janvier	01/01/2020					
janvier	02/01/2020					
janvier	03/01/2020					
janvier	04/01/2020					
janvier	05/01/2020					

EXEMPLE DE SAINT-ÉMILION TOURISME #2

Mois	Dates	Semaine thématique	Fêtes / Evènements	Produits / News OT	Divers	Nbr Posts/Sem	
juin	17/06/2019	20 ANS UNESCO				6	
juin	18/06/2019				La dégustation pour les nul.les		
juin	19/06/2019						
juin	20/06/2019		Fête du Solstice au Menhir de Pierrefitte (18h30-minuit)				
juin	21/06/2019				Article UNESCO MAG : 2 sites UNESCO		
juin	22/06/2019				Article UNESCO MAG : Juridiction		Vos visuels du territoire
juin	23/06/2019				Mois des Best Of		
juin	24/06/2019		UNESCO - cette semaine LIEN PROGRAMME GLOBAL EVENEMENT			Article UNESCO MAG : qu'est-ce que l'inscription	7
juin	25/06/2019		UNESCO - cette semaine VISITES OT (+ PARTENAIRES - lien que faire) Annonce prix 5€ et 10€ pour visites spéciales	Visite Saint-Emilion souterrain (vidéo)			
juin	26/06/2019		UNESCO - cette semaine INFOS PRATIQUES (PARKING + NAVETTE)			Article UNESCO MAG : histoire de l'inscription	
juin	27/06/2019	UNESCO - cette semaine PASS DEGUSTATION			Article france info		
juin	28/06/2019	UNESCO - cette semaine INFOS PRATIQUES			Article UNESCO MAG : les enfants et l'unesco		
juin	29/06/2019	UNESCO - cette semaine FEU D'ARTIFICE					
juin	30/06/2019						



La planification de ses publications

***- avoir une vision globale
de sa communication -***



UN OUTIL DE GESTION GLOBAL

Plusieurs outils existent - gratuits et/ou payants - pour vous accompagner dans la planification des publications sur vos réseaux sociaux. La référence dans le domaine est **HOOTSUITE**.

Avantages :

- C'est une plateforme qui agrège un grand nombre de réseaux sociaux sur un seul tableau de bord (de Twitter à Facebook, en passant par LinkedIn, Instagram, etc.).
⇒ 3 réseaux dans la version gratuite et jusqu'à 40 réseaux différents dans la version Premium.
- La programmation des posts est très simple, manuelle ou automatique.
- Il existe une rubrique « Statistiques » : on peut y voir quels posts génèrent le plus d'engagement, mieux cerner son audience, ou voir quel est le réseau social qui a le plus d'impact en fonction du type de publication.

Inconvénients :

- Il faut du temps pour comprendre toutes les fonctionnalités de l'outil tant elles sont nombreuses : onglets de flux et flux par onglet, intégration d'applications, etc.
- La version gratuite est intéressante, mais dès qu'on monte en gamme, les prix montent eux aussi très vite.

COMPARAISON DES ALTERNATIVES À HOOTSUITE

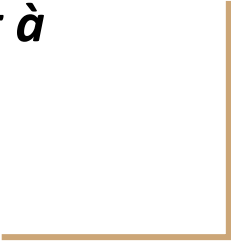
Plateforme	Prix	Réseaux pris en charge	Recommandé pour
Buffer	Version gratuite (fonctionnement restreint), Normal 10 Euro/Mois, Business 100–400 Euro/Mois, Entreprise 900 Euro/Mois	Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Instagram et Pinterest	Utilisateurs individuels, petites équipes, petites et moyennes entreprises, associations
Stacker	Version gratuite (jusqu'à 4 comptes), Amazing 10 Euro/Mois, Team 50 Euro/Mois, Studio 100 Euro/Mois, Agency 250 Euro/Mois	Facebook, Twitter, LinkedIn et Pinterest	Utilisateurs individuels, petites équipes, petites entreprises, associations
Kuku	Version gratuite (un seul compte), Normal 10 euros/Mois un utilisateur	Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Tumblr, vk.com et ok.ru	Utilisateurs individuels, petites équipes, petites entreprises, associations
SocialPilot	Version gratuite (fonctionnement très limité), Basic 5 euros/Mois, Growth Hacker 10 euros/Mois, Business 15 euros/Mois	Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tumblr, vk.com et ok.ru	Petites équipes, petites et moyennes entreprises, grandes entreprises, associations
AgoraPulse	Version gratuite (14 jours), Micro 30 euros/Mois, Small 50 euros/Mois, Medium 100 euros/Mois, Large 200 euros/Mois	Facebook, Twitter et Instagram	Utilisateurs individuels, petites équipes, petites entreprises, associations





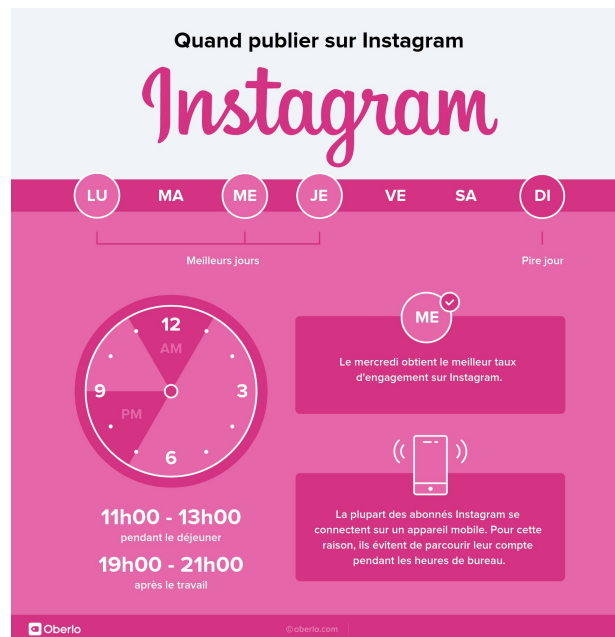
L'heure des publications

- *un élément à étudier* -



QUAND POSTER SUR LES DIFFÉRENTS RÉSEAUX ?

Etre actif sur les réseaux sociaux ne suffit pas pour avoir de l'engagement. Il est essentiel de **connaître les meilleures heures de publication** pour en optimiser la portée. Les pics de connexion sont en ce sens un bon indicateur.



Source : <https://www.oberlo.fr/blog/meilleurs-moments-pour-publier-sur-les-reseaux-sociaux>

N'OUBLIEZ PAS D'ÉTUДИER VOTRE CIBLE !

Les pics de connexion donnent simplement une idée globale du moment où les internautes sont les plus actifs sur les réseaux sociaux. Poster pendant ces pics ne suffit pas pour garantir le succès de votre publication !


La clé est de **connaître parfaitement sa cible** afin d'adapter l'heure de vos publications en fonction d'elle.

Pour déterminer le profil de votre cible, voici les éléments que vous pourrez étudier :

- Les canaux de communication privilégiés
- La façon dont elle préfère communiquer
- Sa journée type pour connaître les heures de connexion

Bon à savoir : *Facebook vous propose désormais des jours et des heures de publications en fonction de votre audience lorsque vous planifiez un post !*





La création d'un lien entre ses réseaux sociaux

- *un réel gain
de temps*
- 



COMMENT LIER SES RÉSEAUX SOCIAUX ENTRE EUX ?

De plus en plus de réseaux sociaux vous permettent de “LIER” vos différents comptes afin qu’un même post se publie automatiquement (ou avec sélection) sur plusieurs réseaux sociaux simultanément.

Parmi les liens les plus simples à mettre en place :

- Facebook ⇒ Twitter
- Twitter ⇒ Facebook
- Instagram ⇒ Facebook
- Instagram ⇒ Twitter

A



RETENIR

Lier l’intégralité de ses comptes entre eux peut s’avérer être inutile. Il est essentiel de réfléchir à une bonne stratégie et identifier quel contenu doit être relayé vers quel compte.



EXEMPLE : LIER INSTAGRAM À FACEBOOK ET TWITTER

La démarche est très simple à partir d'Instagram :

1. Accédez à votre profil et appuyez sur  .
2. Appuyez sur  Paramètres.
3. Appuyez sur Compte, puis sur Comptes liés.
4. Appuyez sur Facebook et saisissez vos informations de connexion Facebook et Twitter.



EXEMPLE : LIER TWITTER À FACEBOOK

La démarche est très simple à partir de Twitter :

1. En cliquant sur votre profil, faites apparaître le menu et cliquez sur Paramètres du menu.
2. Ensuite, allez sur l'onglet Applications dans le menu à gauche.
3. Dans la liste des applications, allez dans la partie Facebook Connect puis cliquez sur « Connecter ce compte à Facebook »
4. Un popup s'ouvre à ce moment-là. Si vous êtes déjà connecté sur Facebook, vous verrez votre profil apparaître. Autrement, connectez-vous à votre profil Facebook avec vos identifiants et cliquez sur « Connexion »
5. Une fois connecté, un message vous indiquera que Twitter recevra certaines informations de votre compte Facebook, notamment vos profil public et anniversaire. Cliquez sur « Continuer en tant que votre nom » pour continuer.
6. Toujours dans cette même fenêtre, Twitter vous demande à quel niveau de confidentialité il peut publier sur Facebook pour vous (Public, amis, vous uniquement et personnalisé). Sélectionnez votre préférence et cliquez sur «OK».
7. Enfin, la dernière étape est de choisir les autorisations de Twitter. Vous aurez la possibilité de publier les Retweets sur Facebook et/ou publier vos Tweets sur vos profils Facebook. Si vous avez une page Facebook, vous pouvez également autoriser à publier sur une de vos pages (sauf les messages privés et mentions qui ne seront pas publiés)
8. Vos modifications seront enregistrées automatiquement

Source : <https://digitiz.fr/blog/liier-twitter-a-facebook/>

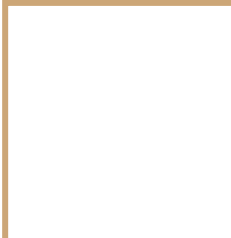
EXEMPLE : LIER FACEBOOK À TWITTER

La démarche est très simple à partir de Facebook :

1. Connectez-vous sur votre profil personnel Facebook
2. Copiez l'URL suivante : <https://www.facebook.com/twitter> et collez là dans un nouvel onglet.
3. Selon que vous souhaitez lier votre profil ou votre page, cliquez sur « Lier mon profil à Twitter » ou sur « Lier une page à compte Twitter » en sélectionnant ensuite la page à lier.
4. Sur la page qui s'ouvre, cliquez sur « Autoriser l'application » afin d'autoriser Facebook à publier sur le compte Twitter
5. Enfin, modifiez les paramètres pour définir les types de publication Facebook à relayer sur votre profil Twitter

Source : <https://digitiz.fr/blog/liar-twitter-a-facebook/>





Tous à vos
questions !

- *nous sommes là pour
y répondre* -

