CLUB TOURISME PRO ISTRES

FACEBOOK
Créer et animer sa page

Animation Numérique de Territoire

ISTRES TOURISME

Programme

PRESENTATION

- Poids des réseaux sociaux
- Présentation de Facebook
- Quels intérêts de se lancer ?

CRÉER SON PROFIL ET SA PAGE

- Création
- Paramétrages
- Les bonnes questions à se poser

ANIMER SA PAGE ET BIEN COMMUNIQUER

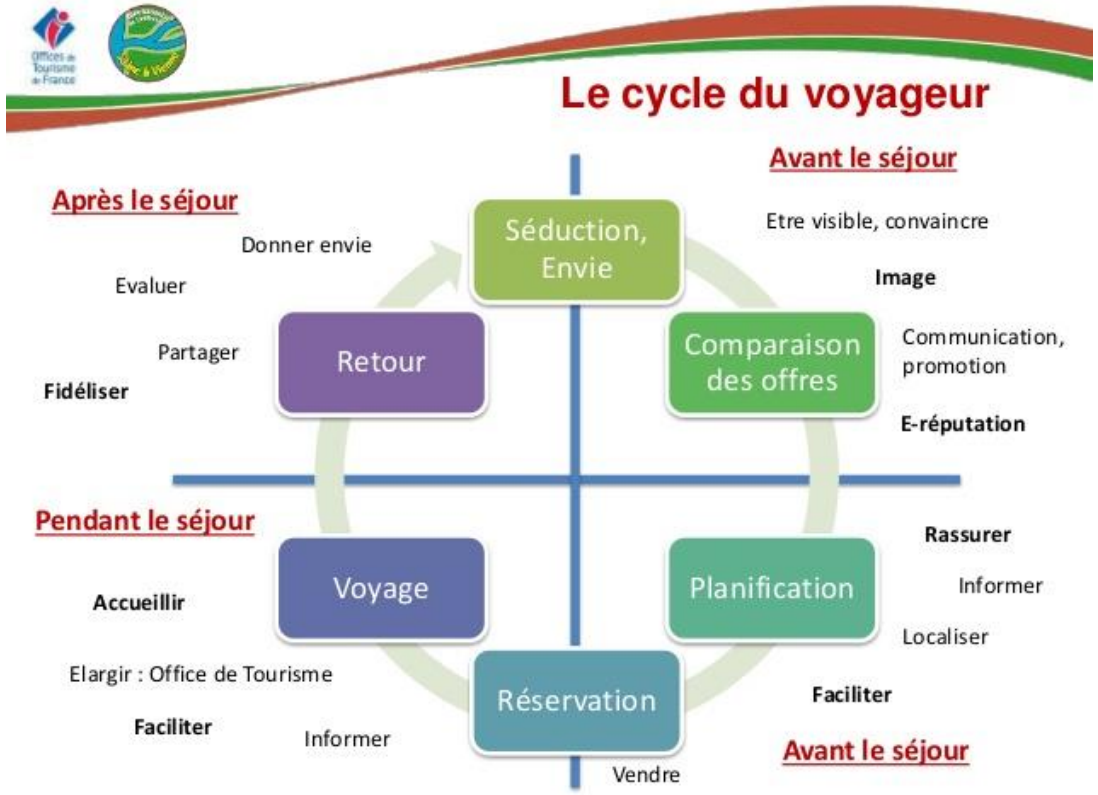
ASTUCES POUR ANIMER ET MONTRER SON ACTIVITE

LES RESEAUX SOCIAUX

Des réseaux qui dominent le monde

Et le nombre d'internautes en France est de 56,4 millions !

Des réseaux importants sur le cycle du voyageur



Les réseaux sociaux interviennent pendant différentes phases : de la construction d'un projet au voyage en lui-même

Une influence énorme dans l'industrie touristique

En matière de tourisme… C'est le prolongement du « bouche à oreille »

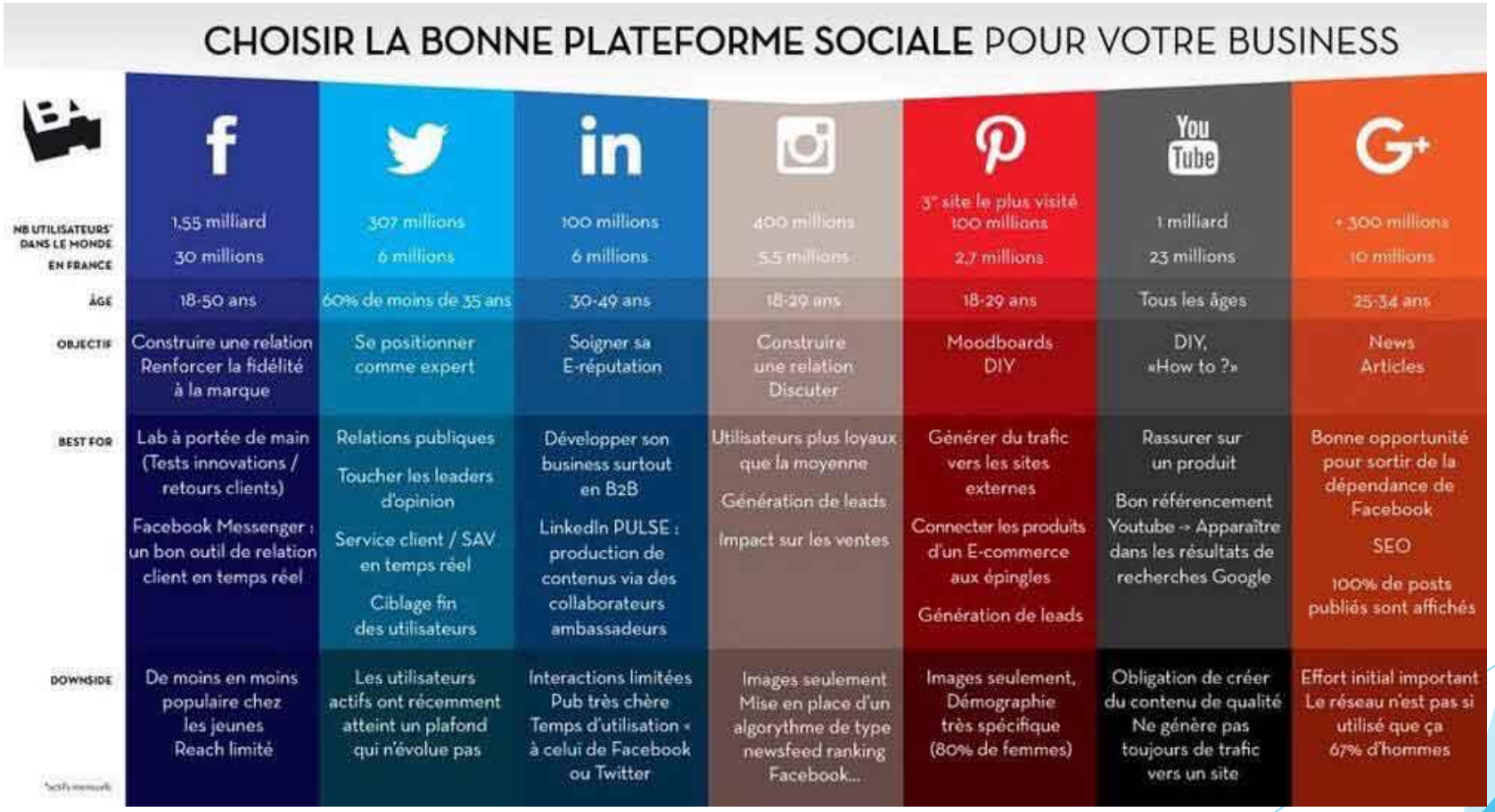
- 70% des français déclarent que les vacances de leurs amis et de leur famille sont une source d'inspiration
- 99% (des 20% les plus actifs sur FB) partagent quelque chose en rapport avec leur récent voyage (en direct ou au retour)

Objectifs des réseaux sociaux

- ❑ Gagner en crédibilité dans votre domaine
- ❑ Augmenter le trafic sur vos plateformes
- ❑ Développer votre visibilité internet
- ❑ Améliorer ou entretenir votre e-réputation
- ❑ Créer l'engagement de vos internautes
- ❑ Vendre vos produits ou services

- ❑ ***20% des français consultent les réseaux sociaux lors de la préparation de leur séjour !***

Différents réseaux pour différents objectifs



FACEBOOK

Facebook en France

Les chiffres pour la France :

- On compte en 2018, 38 millions d'utilisateurs actifs mensuels de Facebook (+6% par rapport à janvier 2017), soit 67% des internautes français.
- Et 22 millions d'actifs quotidiens sur le réseau social
- 51% de profils féminins et 49% masculins
- Les 25-34 ans sont plus de 9,8 millions à utiliser Facebook
- Les 18-24 ans et 34-44 sont quant à eux respectivement 7,4 millions

L'utilisation de Facebook par les Français :

- 82% d'entre eux accèdent au réseau social via leur mobile (ce nombre est en hausse de 6%)
- Les Français likent les pages Facebook 0,18% de fois en plus en moyenne, par mois (un tiers des pages voient leur reach boosté par l'utilisation du payant)
- De manière plus globale, le taux moyen d'engagement chez les Français est de 4,95%

Source : blog.digimind.com

Les objectifs de Facebook

- Fidéliser, créer du lien avec ses clients
- Valoriser et humaniser sa structure
- Faire connaître son activité et son site web
- Communiquer sur son actualité
- Échanger des messages en contrôlant leur visibilité
- Faire de ses clients des ambassadeurs
- Séduire de nouveaux clients

PROFIL, PAGE OU GROUPES

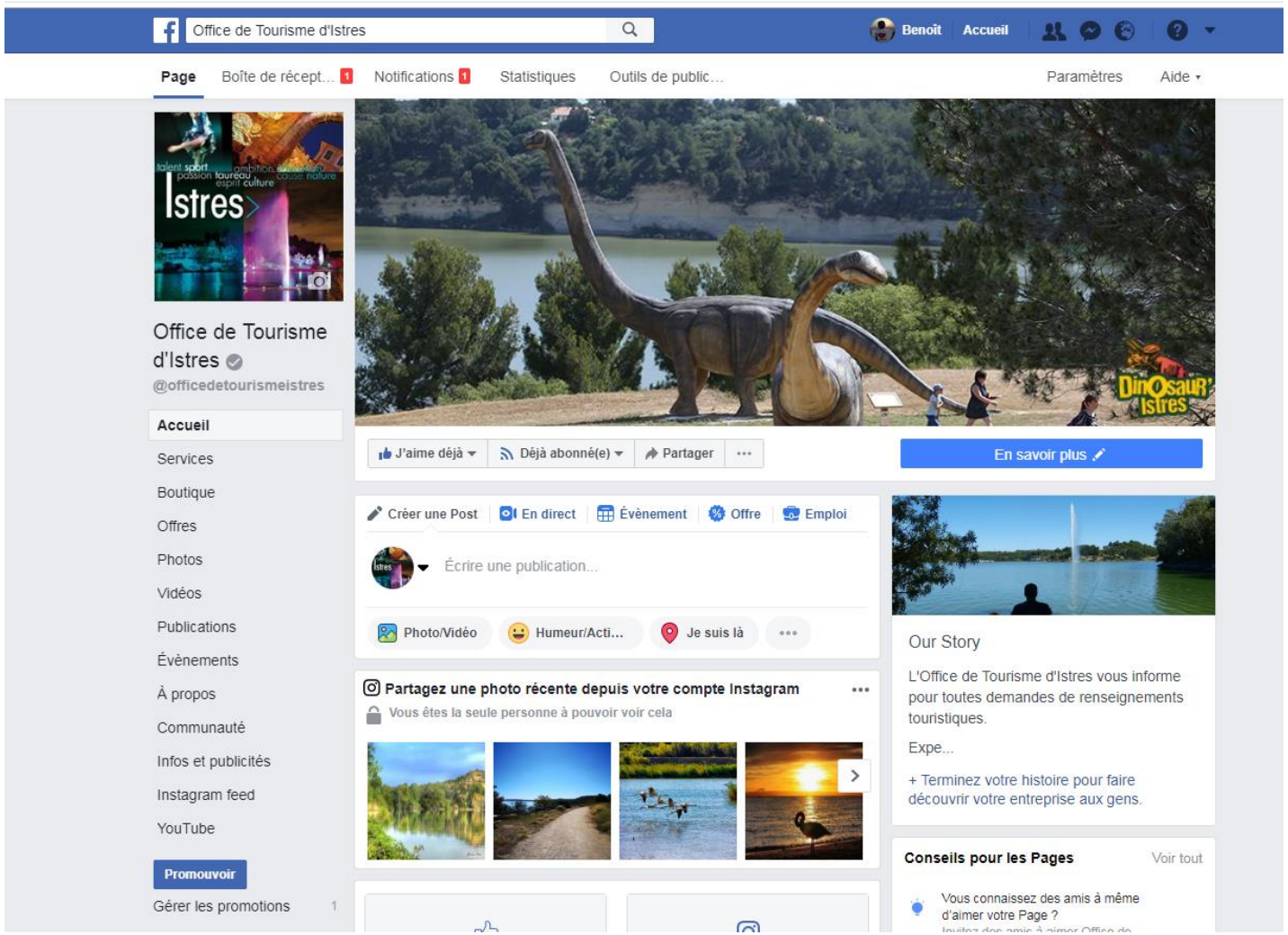
Présentation de Facebook

Profil, Page, Groupe?

	Le profil	Le groupe	La page
But	Communiquer avec son réseau personnel	Echanger entre personnes partageant une communauté d'intérêt	Développer une communauté autour d'une personne morale, d'un projet
Relation	Amis	Membres	Fans/abonnés (personnes qui aiment la page)
Mise en relation	On demande à devenir amis	On est invité par un membre ou on fait une demande validée par un administrateur	On s'abonne librement en cliquant sur « j'aime »
Réciprocité	Réciprocité	Non réciprocité	Non réciprocité
Administration	Un seul administrateur : vous	Un ou plusieurs administrateurs	Un ou plusieurs administrateurs

Profils facebook

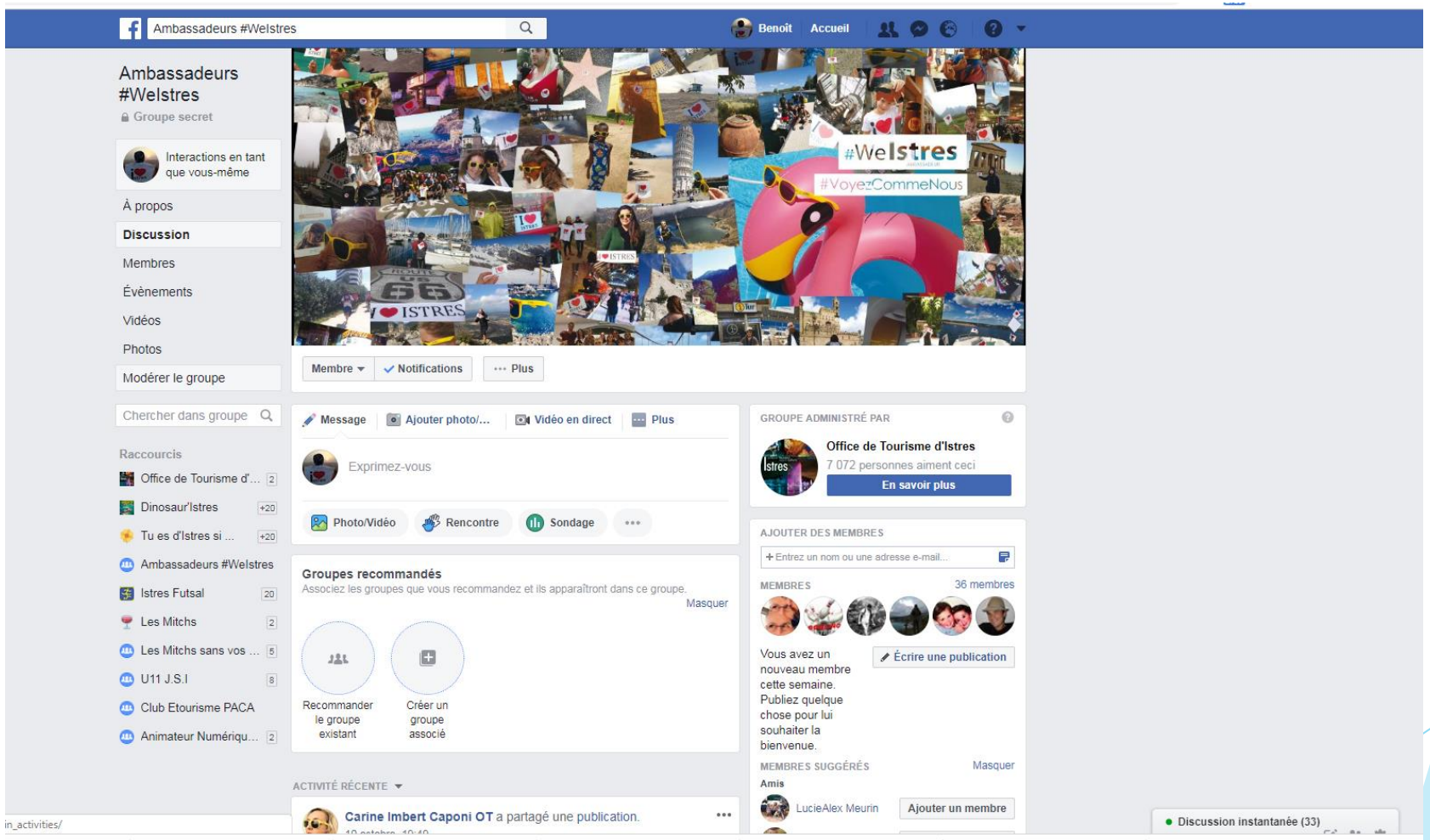
Pages Facebook



« Les Pages permettent aux entreprises, aux organisations et aux marques de partager leur actualité et de communiquer avec les usagers ».

Sources : Page d'aide Facebook

Groupes


Ambassadeurs #Welstres
Benoit
Accueil
Ambassadeurs #Welstres
Groupe secret
Interactions en tant que vous-même
À propos
Discussion
Membres
Évènements
Vidéos
Photos
Modérer le groupe
Chercher dans groupe
Raccourcis
Office de Tourisme d'...
Dinosaur'Istres
Tu es d'Istres si ...
Ambassadeurs #Welstres
Istres Futsal
Les Mitchs
Les Mitchs sans vos ...
U11 J.S.I
Club Etourisme PACA
Animateur Numériqu...
#Welstres
#VoyezCommeNous
Membre
Notifications
Plus
Message
Ajouter photo/...
Vidéo en direct
Plus
Exprimez-vous
Photo/Vidéo
Rencontre
Sondage
Groupes recommandés
Associez les groupes que vous recommandez et ils apparaîtront dans ce groupe.
Masquer
Recommander le groupe existant
Créer un groupe associé
ACTIVITÉ RÉCENTE
Carine Imbert Caponi OT a partagé une publication.
GROUPE ADMINISTRÉ PAR
Office de Tourisme d'Istres
7 072 personnes aiment ceci
En savoir plus
AJOUTER DES MEMBRES
Entrez un nom ou une adresse e-mail...
MEMBRES
36 membres
Vous avez un nouveau membre cette semaine. Publiez quelque chose pour lui souhaiter la bienvenue.
Écrire une publication
MEMBRES SUGGÉRÉS
Masquer
Amis
LucieAlex Meurin
Ajouter un membre
Discussion instantanée (33)

Choisir la page et non le profil

- Facebook interdit de promouvoir l'activité d'une société ou d'une marque via un profil perso
- Les personnes intéressées s'inscrivent en cliquant sur « j'aime »
- Google scanne les pages
- Possibilité d'obtenir des statistiques
- Meilleure visibilité : Même les internautes qui n'ont pas profil peuvent consulter les pages professionnelles.

- Si vous n'êtes pas une personne publique et que vous utilisez votre compte pour représenter autre chose que vous-même, **vous risquez de perdre définitivement l'accès à votre compte et à tous ses contenus si vous ne le convertissez pas en Page.**

Pourquoi une page ?

- **Créer du lien, mieux connaître et avoir l'avis de vos clients** pour >>>améliorer vos services

- Donner une **image active** et **moderne** de votre activité
- Effectuer une **veille**
- **Attirer** et **fidéliser** toujours plus de clients
- **Développer votre activité**
- **Une meilleure visibilité**

Avant de vous lancer : se poser les bonnes questions !

- **Quels sont vos objectifs ?**

Créer une nouvelle relation avec vos clients ?

Générer du trafic sur votre site internet ? Accroître votre notoriété ? …

- **Gardez une cohérence entre vos différents supports de communication**

- **Quelle est votre cible ?**

Vos clients ? (pour garder le contact, fidéliser)

Les amis de vos clients ? (pour la recommandation) Des futurs clients ?

- **Qu'avez-vous à dire ?**

> Quel message ? Des messages cohérents en listant les contenus et thématiques que vous souhaitez aborder

Panne d'inspiration ? Pensez à partager les publications de vos partenaires !

- **De combien de temps disposez-vous ?**

10 min par jour ? un jour sur 2 ou 3 ?

> **Soyez régulier et de gardez le rythme !**

Observez vos clients :

– Qu'est ce qui les intéresse ?

– Qu'est ce qui les touche ?

– Qu'est ce qui les motive ?

CRÉER SA PAGE

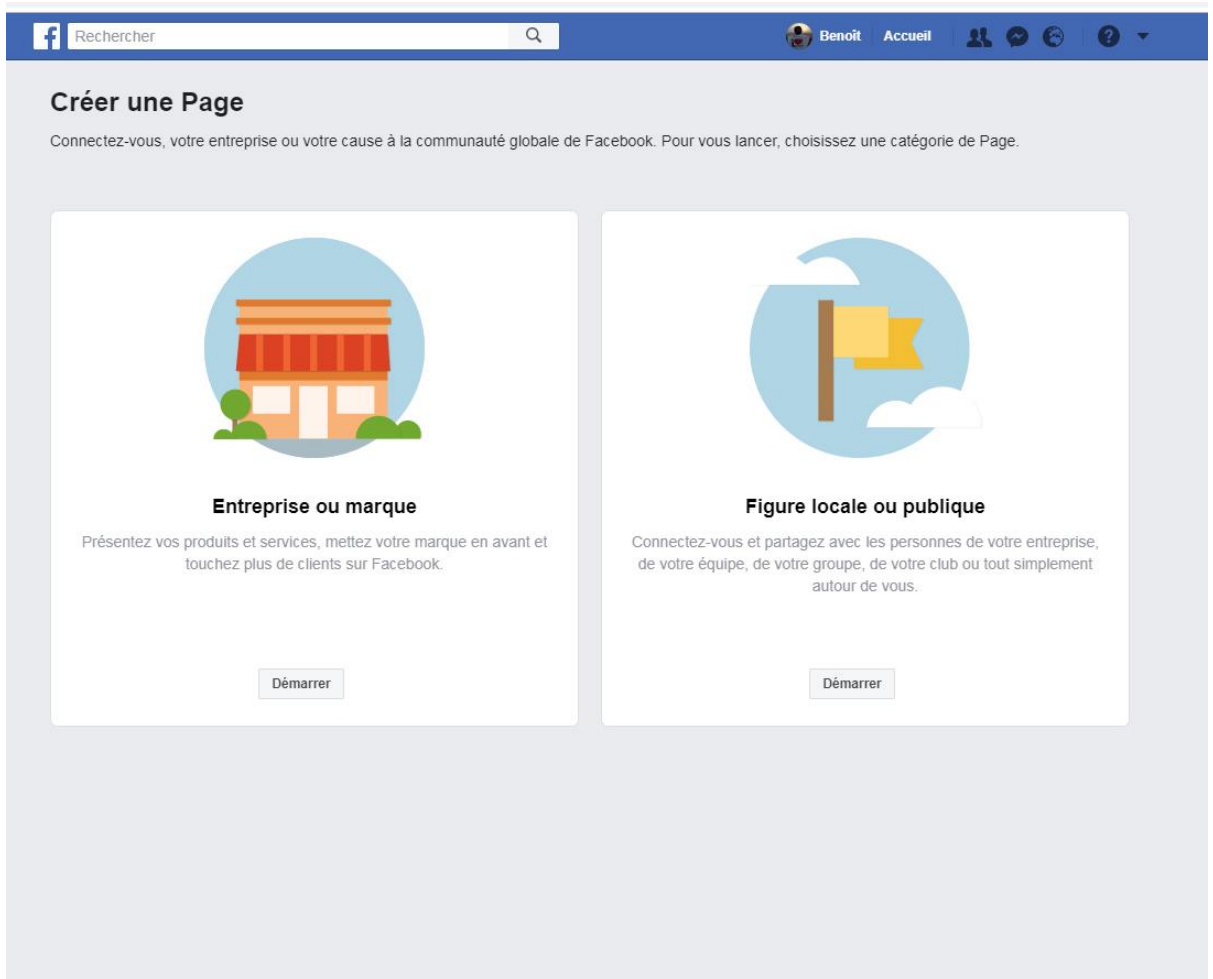
On se lance !

- Vous avez déjà un profil ! Connectez-vous !

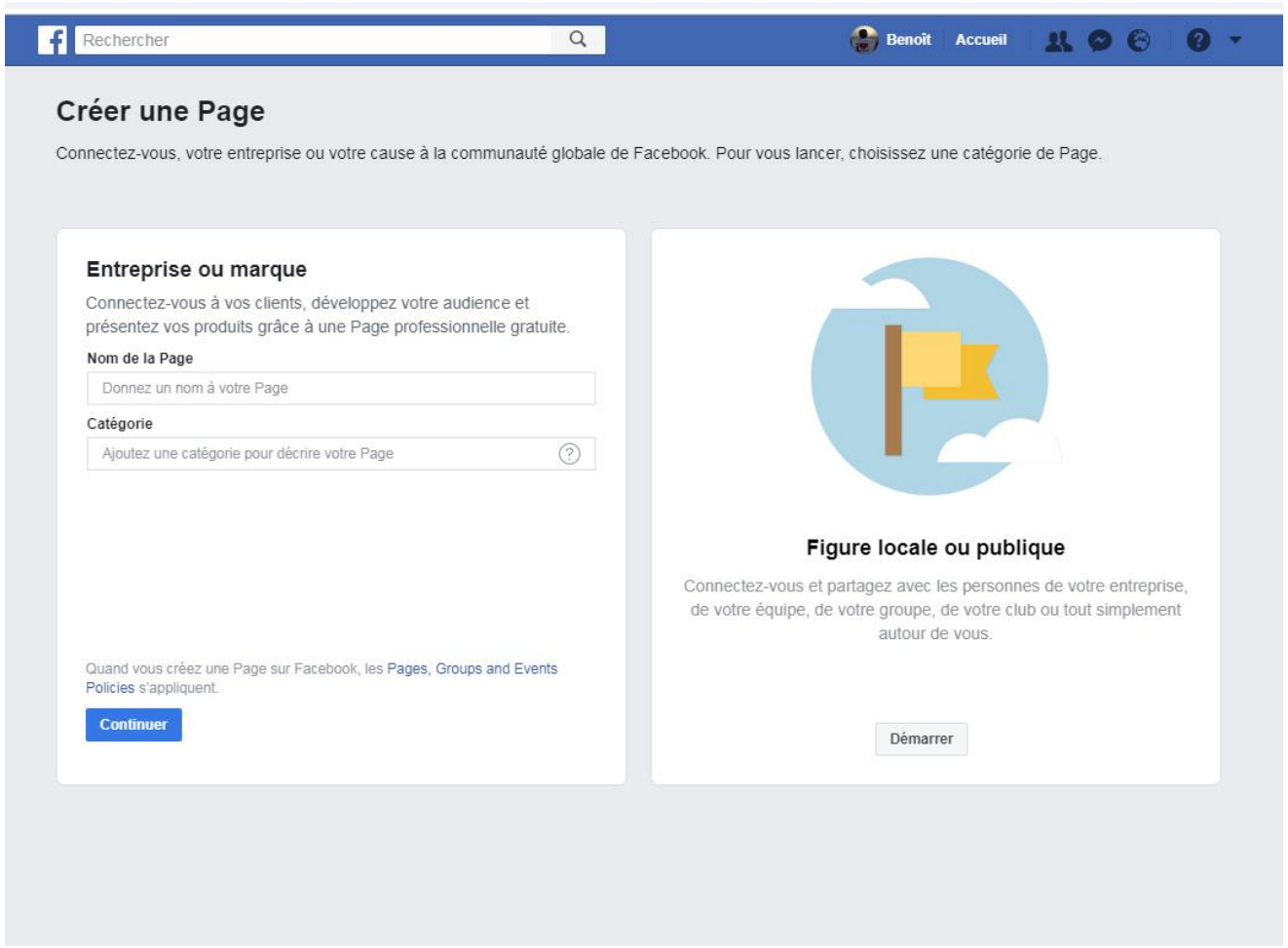
- On créé sa page !

- Connectez vous avec votre adresse mail et votre mot de passe
- Vous allez créer et gérer une Page Facebook depuis votre compte personnel !

Créer sa page



Créer sa page

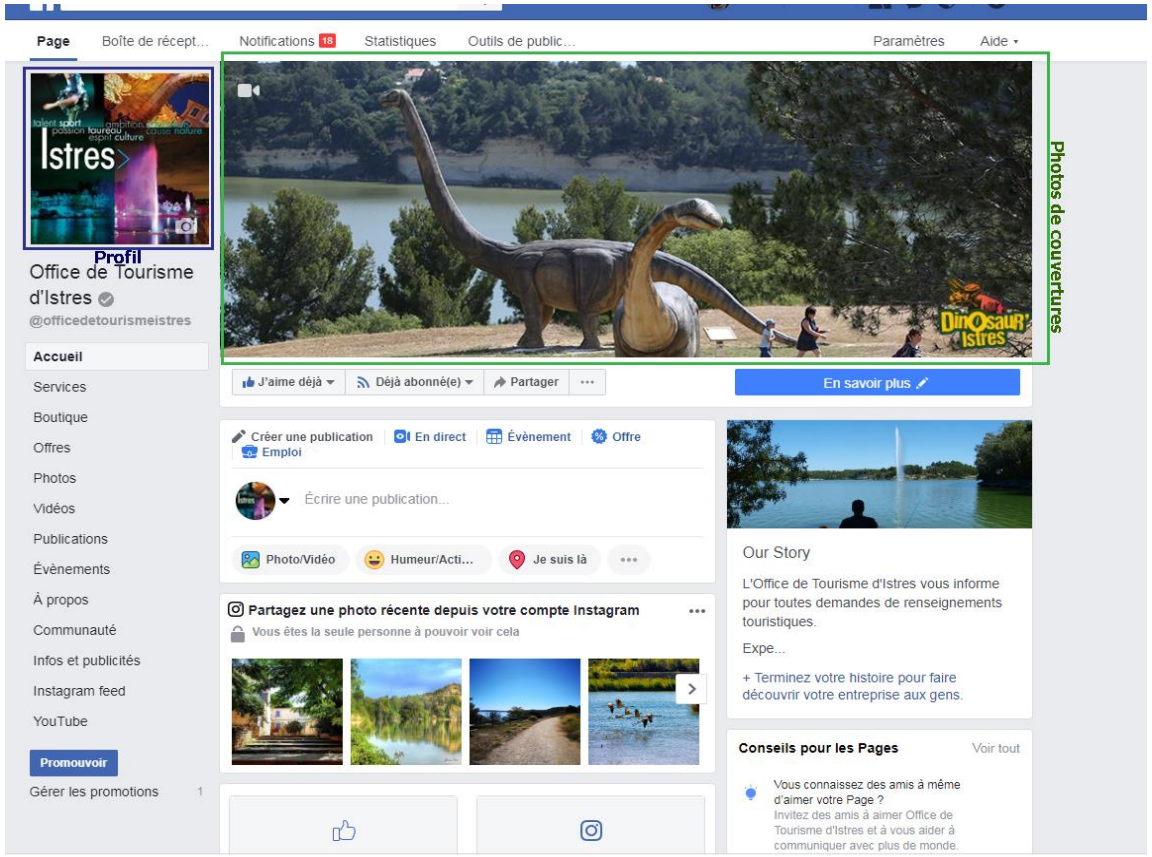


Création de la page

Photos de profil :

- ✓ **C'est votre identité numérique. Elle apparaît partout !**
- ✓ Doit permettre de vous identifier facilement. Il est présent sur tous les messages et commentaires que vous diffusez sur Facebook…

Soignez votre logo et votre couverture !

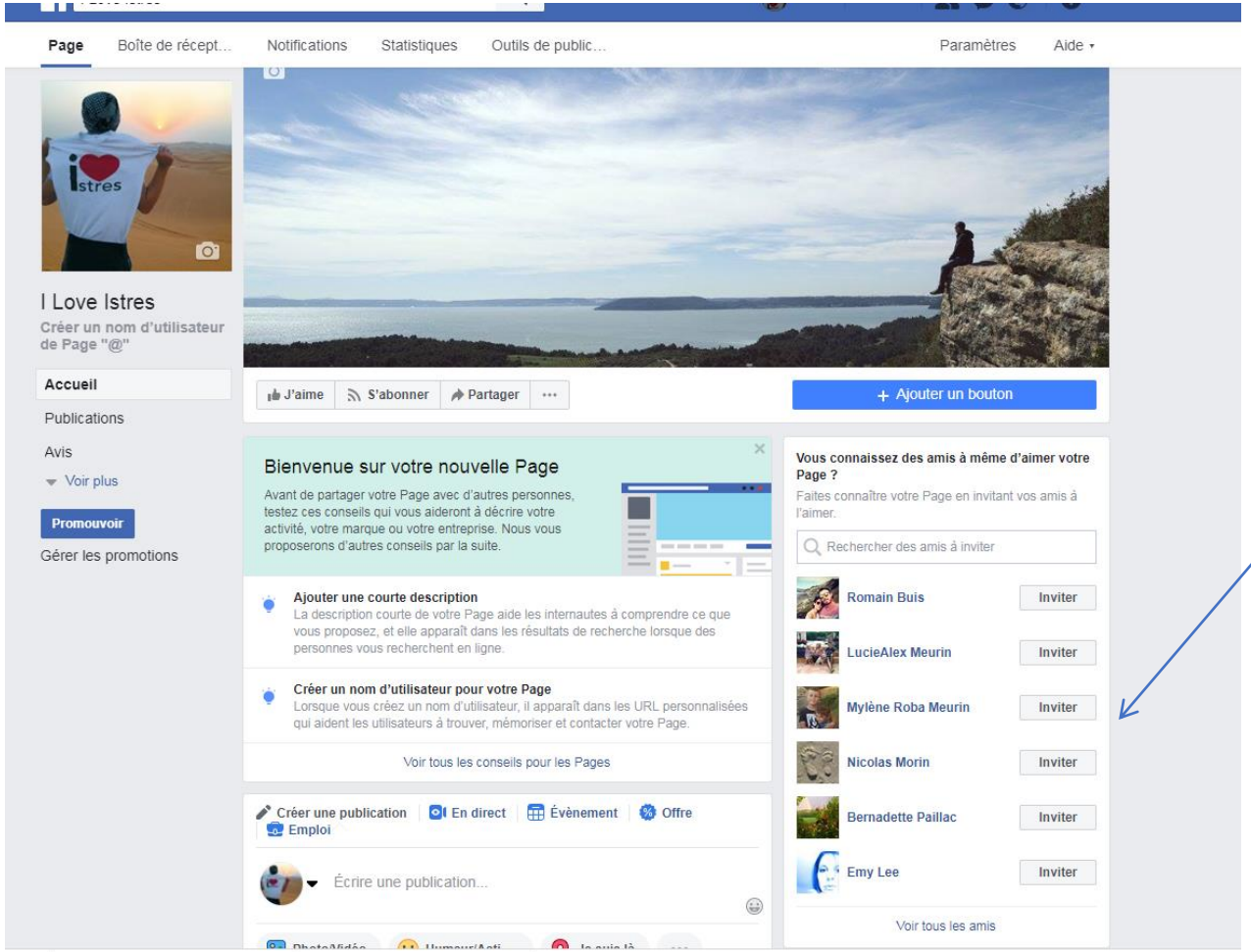


Bannière de couverture :

- ✓ **Première image que les internautes voient lorsqu'ils viennent sur votre page.**
- ✓ La changer régulièrement afin d'indiquer vos nouveautés, la saisonnalité de votre activité, etc…

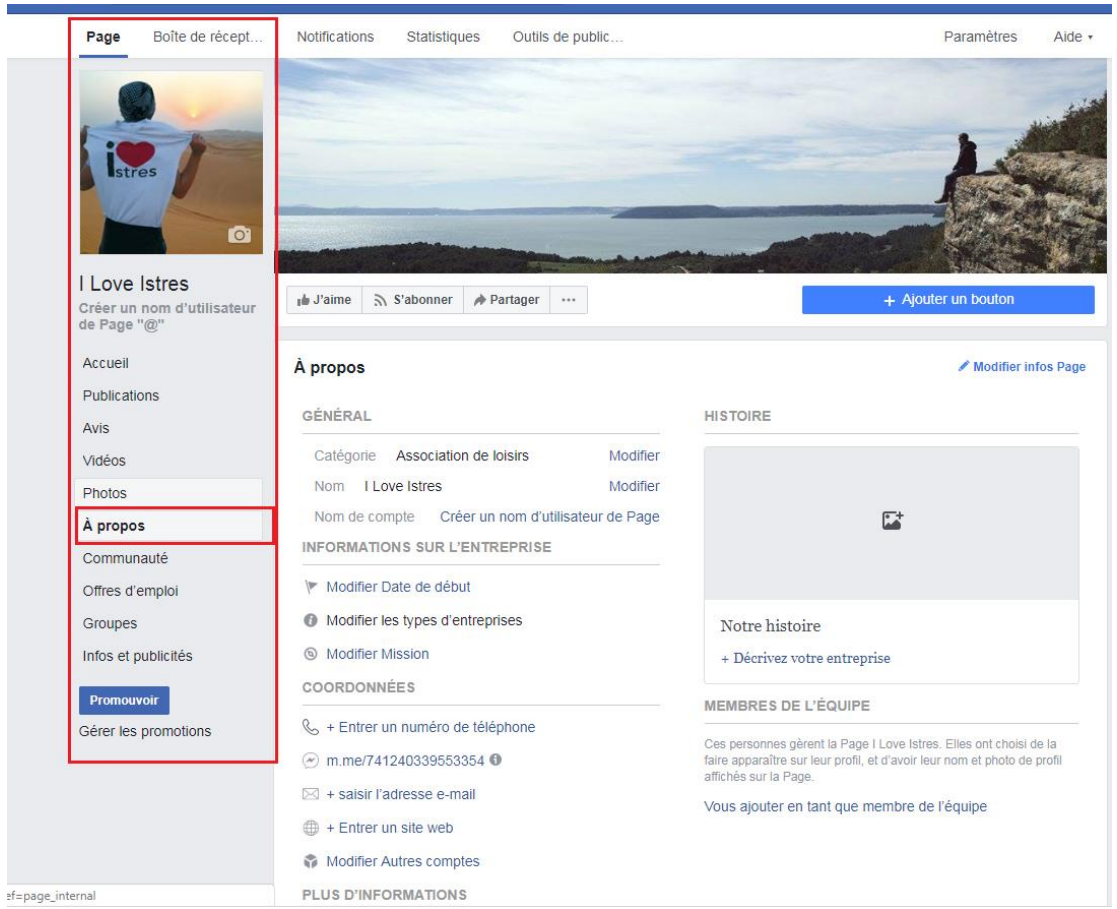
Cover photo 851 x 315
Profile photo 180 x 180
Link image 1200 x 627
Shared image 1200 x 900

Bienvenue sur votre page



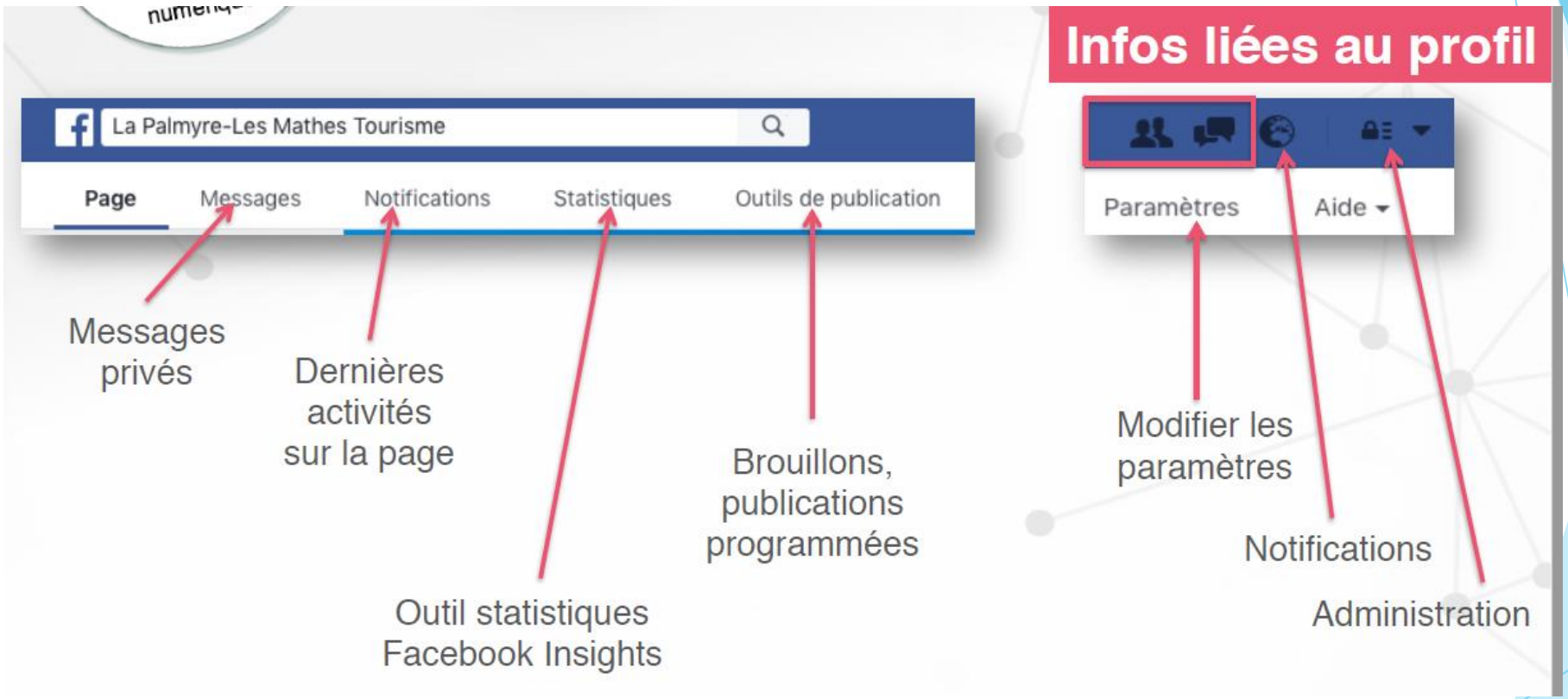
Inviter des amis à aimer votre page !

Construire son profil

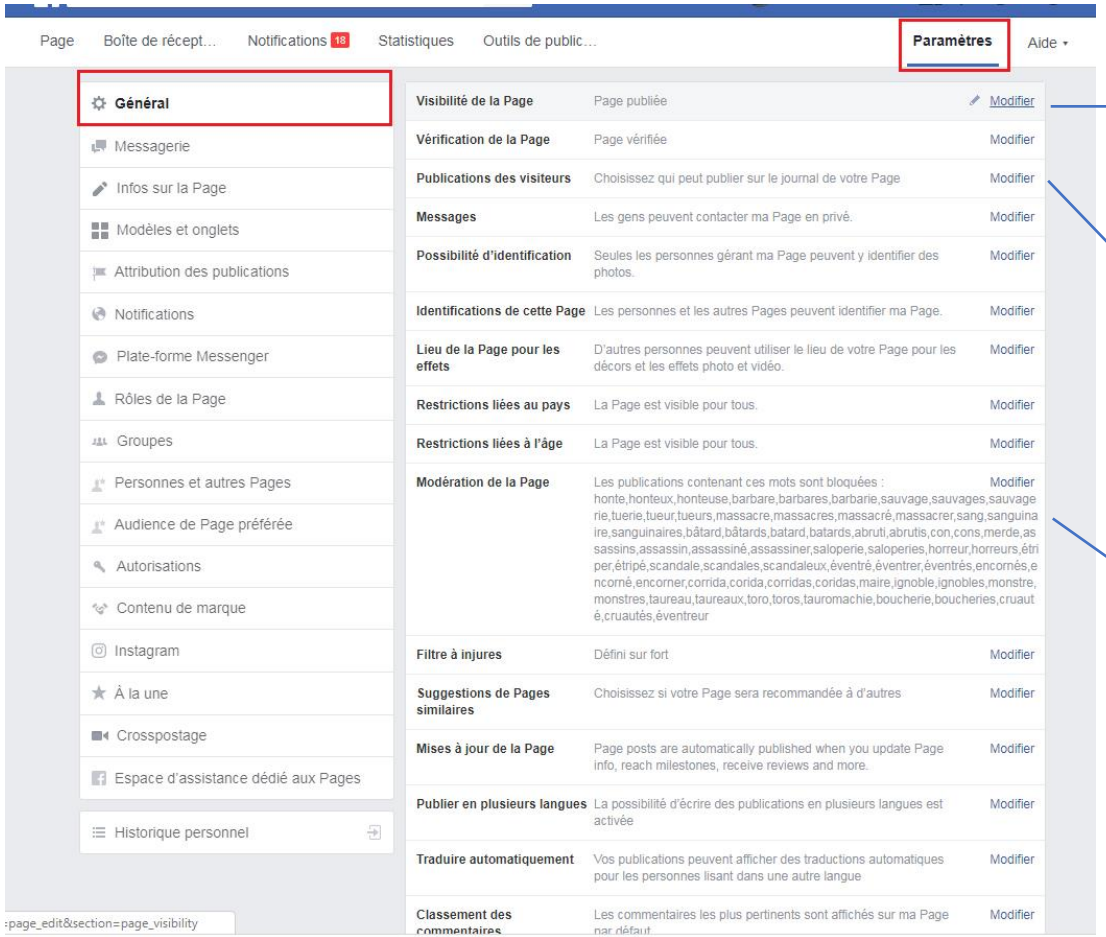


- ✓ L'onglet à propos est à remplir du mieux possible, afin que les internautes trouvent plus facilement votre page.
- ✓ Les catégories choisies et une partie des textes diffusés impactent directement le référencement de votre page via le moteur de recherche de Facebook.
- ✓ Les horaires, l'adresse de votre site internet et l'activité de votre société sont reprises et diffusées sur l'accueil de votre page

J'administre ma page



Déterminer les paramètres

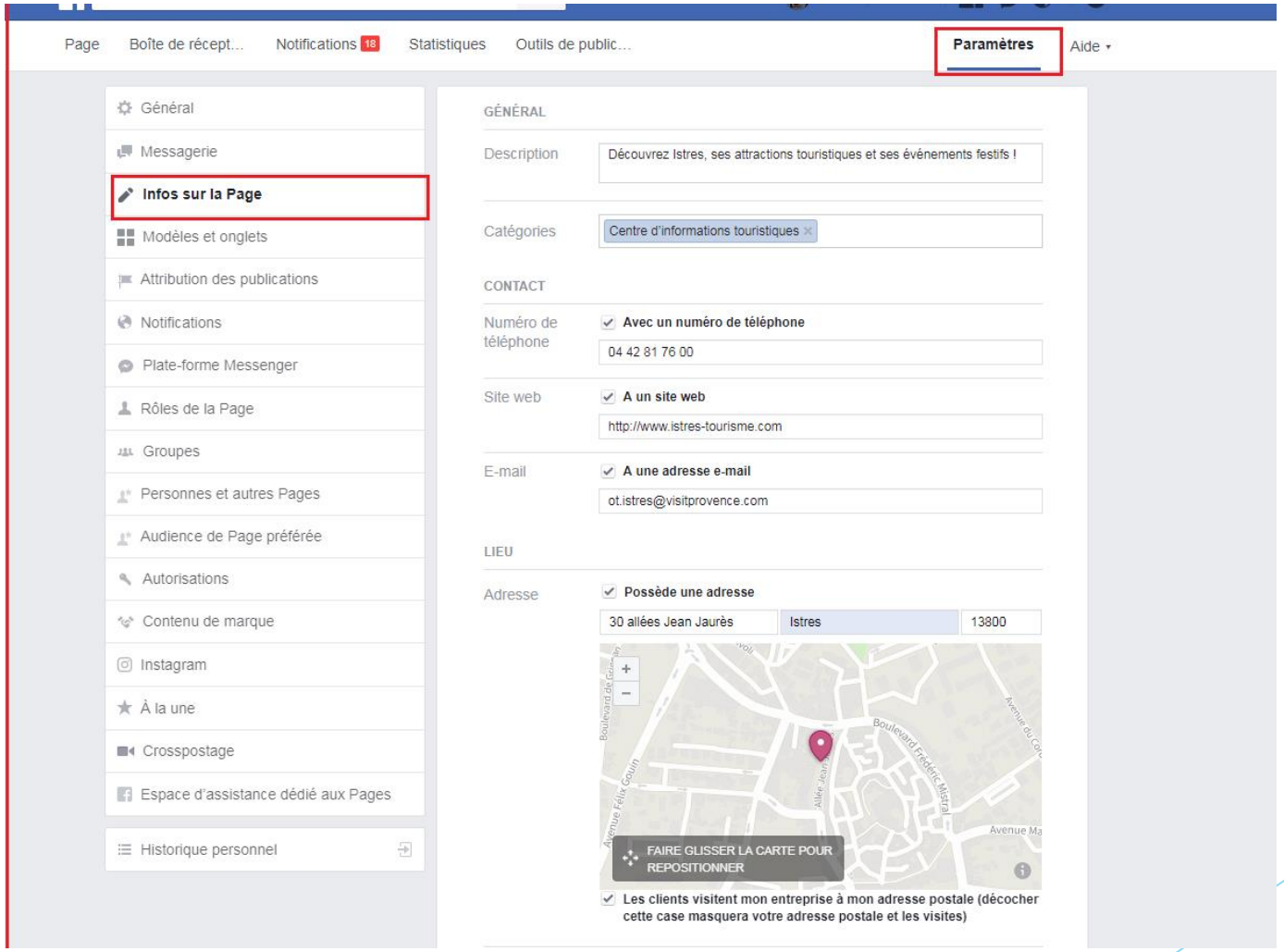


Il est possible de différer la mise en ligne de votre Page Fan, le temps d'en
peaufiner la présentation !

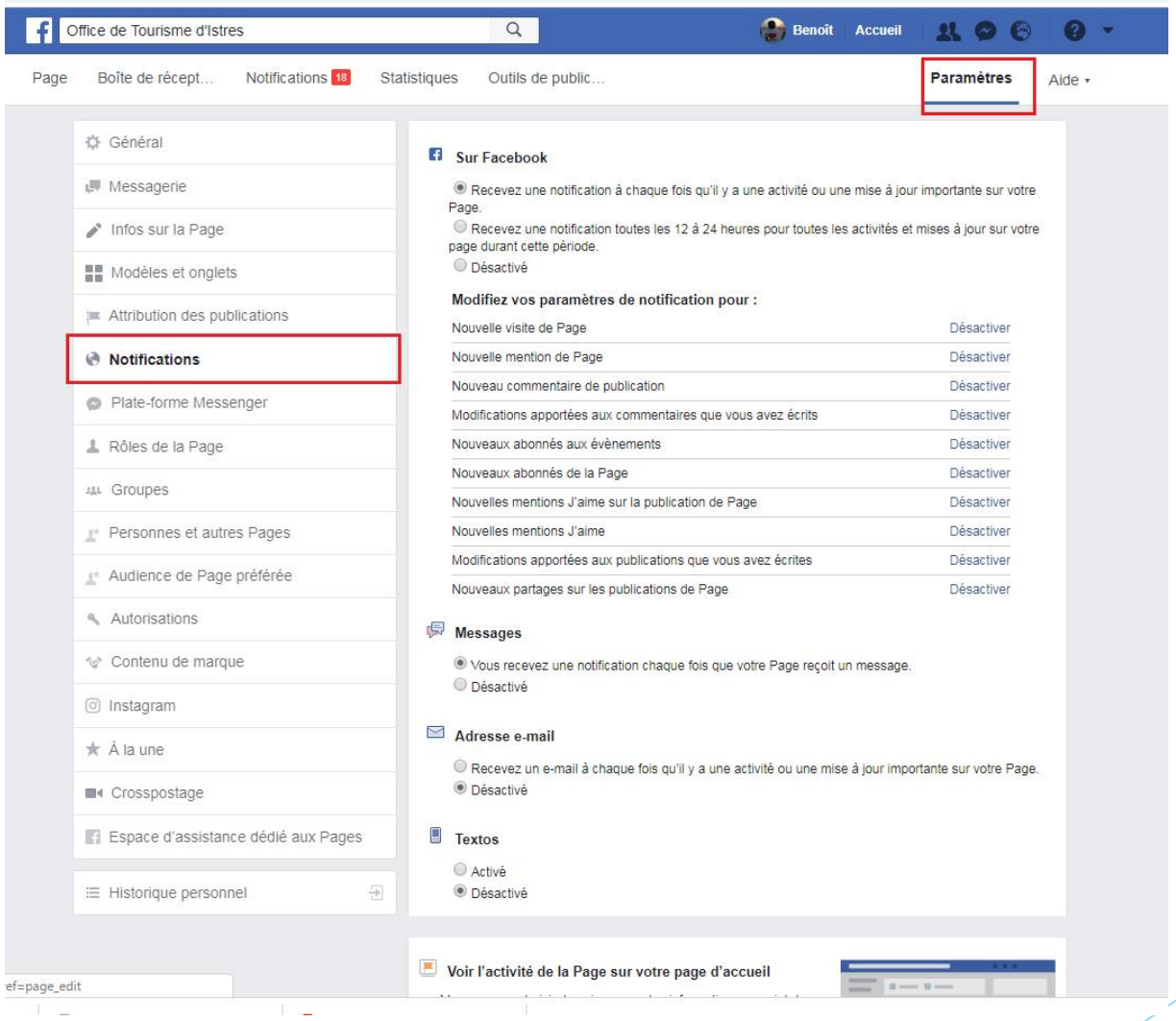
Déterminez ici si vos fans sont autorisés ou non à publier du contenu
dans votre Journal

Possibilité de modérer certains propos

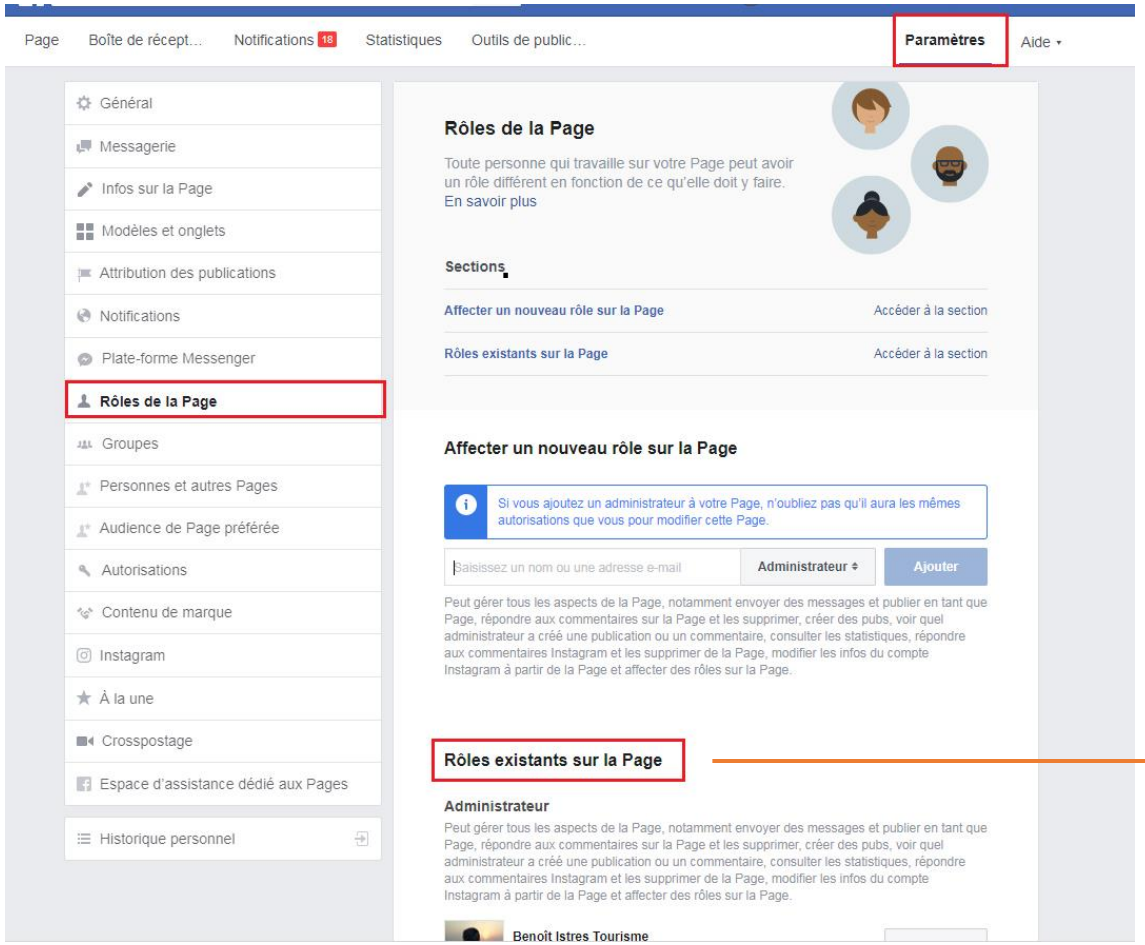
Mettre à jour les informations de la page



Vos paramètres notifications



Un ou plusieurs administrateurs ?



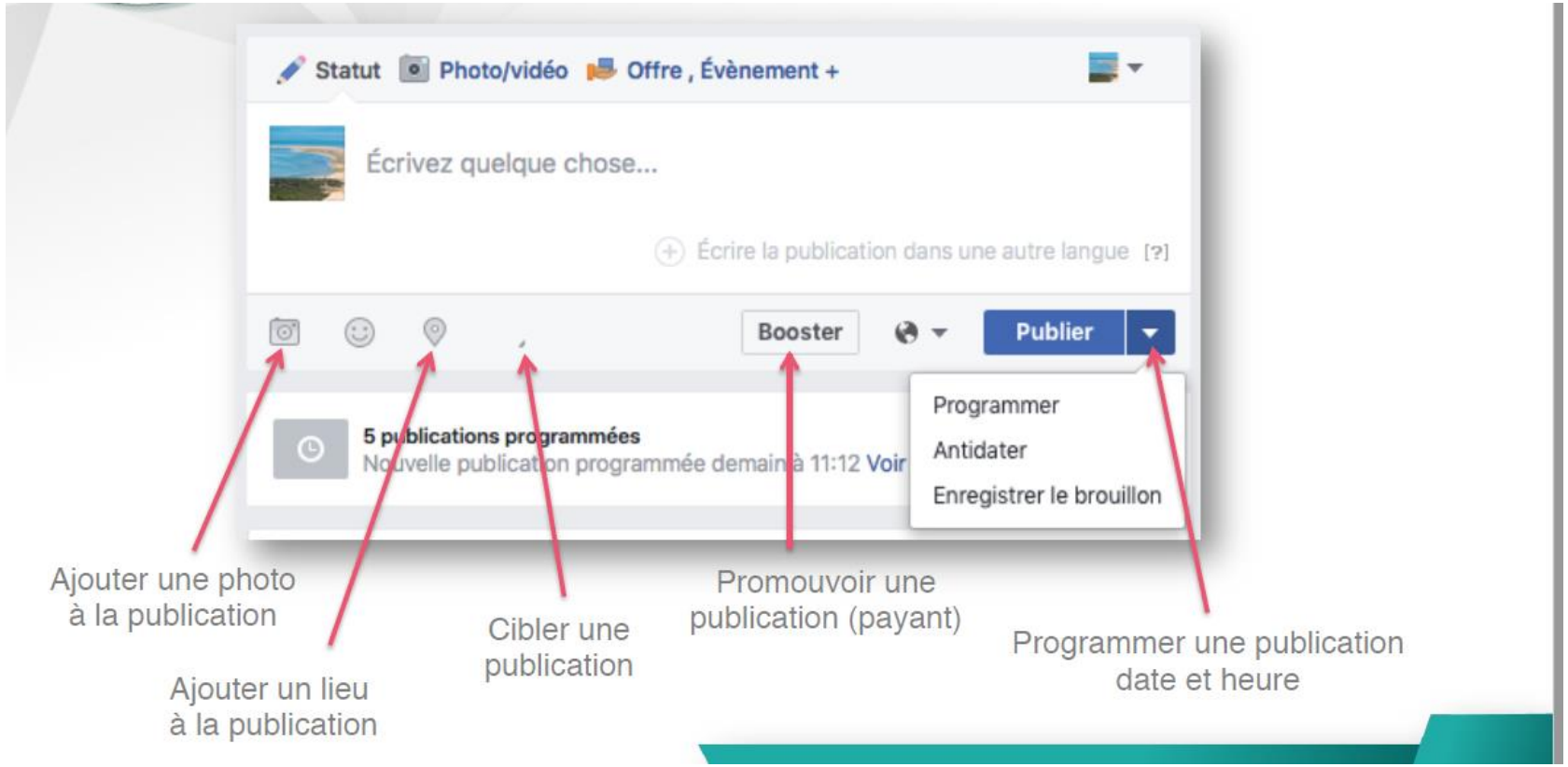
Attention, important d'avoir plusieurs administrateurs !

Que devient cette page s'il y a un problème sur le profil : compte Facebook désactivé, piratage, etc. ?

Et bien la page existe toujours, les internautes pensent toujours qu'il s'agit de vous, mais vous n'avez plus la main dessus et vous risquez de perdre tout le travail de communication que vous avez effectué sur Facebook

	Administrateur	Éditeur	Modérateur	Annonceur	Analyste
Gérer les rôles d'administration et les paramètres	✓				
Modifier la Page et ajouter des applications	✓	✓			
Masquer et supprimer des publications	✓	✓			
Envoyer des messages au nom de la Page	✓	✓	✓		
Répondre et supprimer des commentaires	✓	✓	✓		
Supprimer et exclure des utilisateurs de la Page	✓	✓	✓		
Créer des publicités	✓	✓	✓	✓	
Consulter des insights	✓	✓	✓	✓	✓

Prêt pour publier !!



BIEN COMMUNIQUER ET ANIMER SA PAGE POUR GENERER DE L'ENGAGEMENT !

Il faut trouver son rythme !

- R.E.G.U.L.A.R.I.T.E est le maître mot !
  - Instaurez une fréquence de publication : entre une fois par jour et une fois par semaine
  - Surtout ne pas être inactif !

- Créer une synergie
  - Aimer / Commenter et partager sur d'autres pages : créer une synergie
  - Vous manquez de temps : partagez, relayez les informations de vos partenaires

- Susciter de l'engagement
  - La vidéo est le type de post qui a le meilleur taux d'engagement (8,29% par post)
  - Les statuts juste derrière avec 8,03% de taux d'engagement
  - Les photos en troisième position avec un taux d'engagement à 6,76%

Le bon message, à la bonne audience, au bon moment

Du contenu multimédia

- **Privilégiez les contenus multimédias** → Ils engendrent diverses réactions

Soignez la **présentation** de votre structure
Mettez vos activités en avant dans vos **albums photos**

De l'image !

- Les images rendent votre page attrayante et valent 1000 mots
- Lorsque vous publiez un lien, **ajoutez une vignette** pour agrémenter votre nouveau statut.

Du texte court

- Pas trop de lignes : les gens ne lisent plus ou très peu !
- Mettez pluto des liens vers votre site internet ou vos produits pour engendrer du trafic si vous avez des choses à dire !

8 secondes de concentration en moyenne sur un contenu !

De l’interaction !

- ✓ **Posez des questions !**

Votre page Facebook est l’endroit idéal pour échanger avec vos fans.

La façon la plus directe de stimuler une conversation consiste a poser une question.

- ✓ **Remerciez vos fans**

Soulignez l’apport et la participation de vos fans a vos activités.

En les remerciant, vous leur faites revivre les beaux moments qu’ils ont passés grâce a vous.

- ✓ **Publiez du contenu à valeur ajoutée pour les fans**

Une nouveauté sur votre site Internet, un ajout a votre programmation estivale, une annonce spéciale de dernière minute…

- ✓ **Faites participer et offrez des avantages à votre communauté**

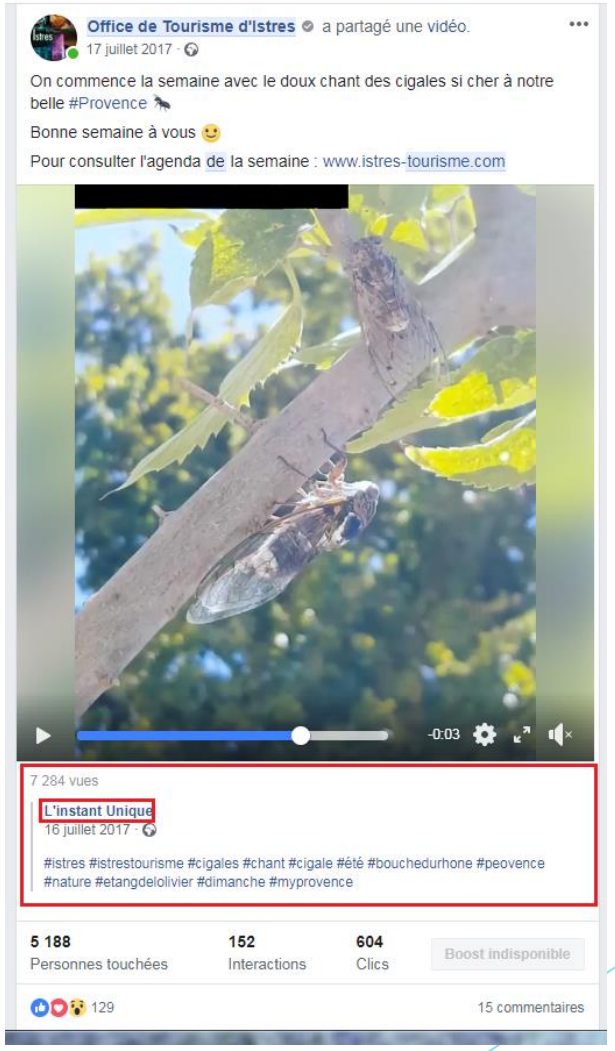
Vous les motivez a rester dans votre communauté et vous leur témoignez de la gratitude pour leur fidélité.

Relayez de l'information

En difficulté pour produire du contenu ? Manque de temps ? Manque de moyens ?

Vous avez des coups de cœurs pour des publications susceptibles d'intéresser vos fans ?

- Consultez régulièrement le fil d'actualités et les pages de vos partenaires
- Relayez avec modération les articles et publications qui pourraient intéresser vos fans.



Humanisez et pensez clients !

- ✓ **Des conseils pour vous différencier**

Vous êtes expert de votre métier, de votre destination

- ✓ **Présentez-vous**

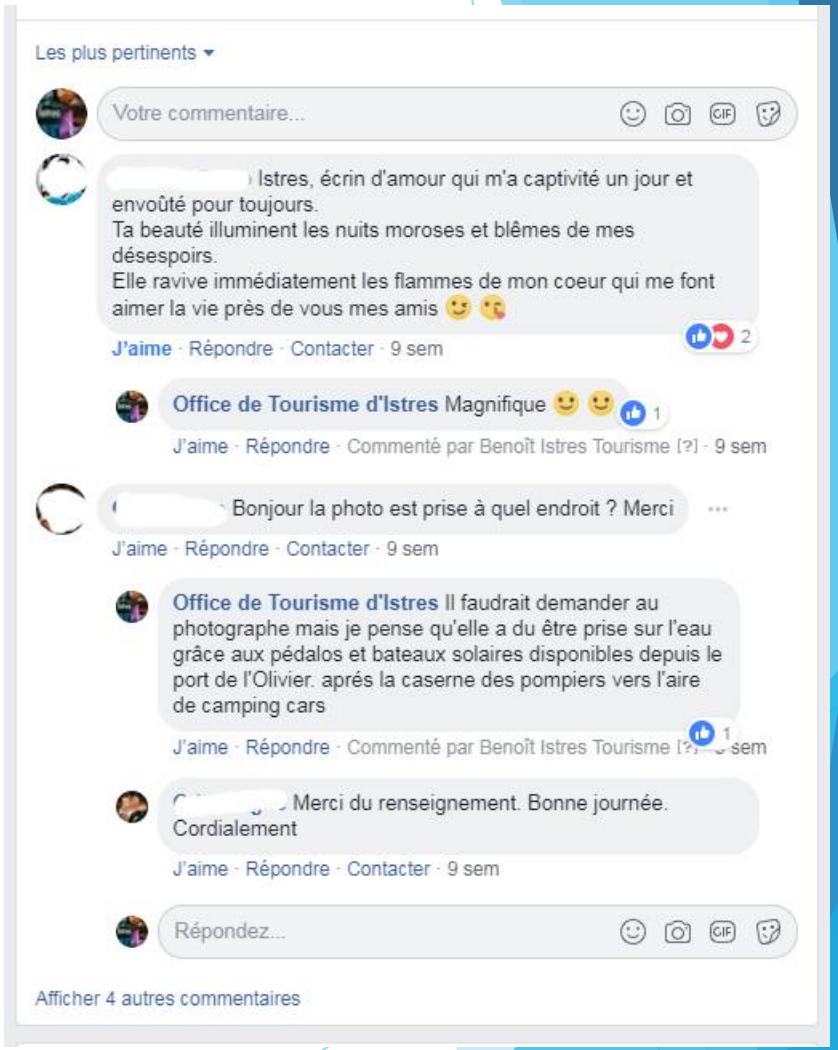
Mettez au premier plan votre animateur Facebook ou même les employés sans qui votre entreprise ne pourrait fonctionner.

- ✓ **Relayez de l'information**

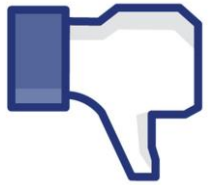
Consultez régulièrement votre fil d'actualités et relayez avec modération les articles qui pourraient intéresser vos fans.

Suivre et répondre aux avis

- Modérer et commenter
  - Ne pas censurer les commentaires négatifs
  - Répondre aux commentaires plutôt que les supprimer
  - S'appuyer sur la communauté pour gérer les négatifs
  - Gérer les trolls a la fois en ligne et hors ligne

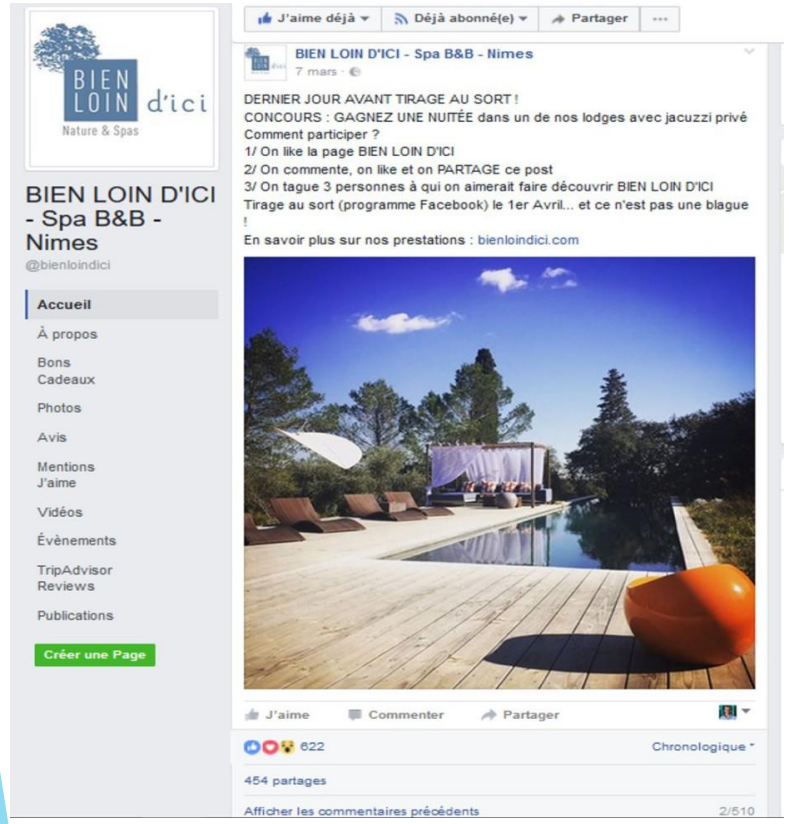


A ne pas faire !



- Demander avec insistance a vos fans de voter pour vous, de cliquer sur votre bouton « J'aime ».
- Une page incomplète ou qui semble être a l'abandon.
- Poster toutes les 20 minutes, parfois moins.
- Prendre sa Page Facebook pour votre Profil personnel. Et poster des sujets de votre vie privée qui n'intéressent pas vos fans !
- Être trop négatif dans tout ce que vous postez.
- ECRIRE TOUT EN MAJUSCULES. Même si ce que vous avez a annoncer est très intéressant, écrivez de façon conventionnelle.
- Commenter ou publier avec votre profil plutôt que votre page et inversement

Pour résumer



- Une **mise à jour régulière** sans inonder vos fans d'informations (privilégiez les posts courts)
- Du **contenu riche, informatif, récent, varié, intéressant, authentique, original, humoristique, peu conventionnel …**
- Privilégiez l'**interaction** et encouragez le **dialogue** (questions, quizz…)
- **Participez** aux **échanges**, **répondez aux questions** : Ayez le réflexe communautaire !
- Être en **veille** : allez voir ce qui se passe chez le "voisin"
- **Impressionnez** vos clients afin qu'ils reviennent et reviennent encore et

disent à leurs amis d'en faire autant

ASTUCES POUR ANIMER ET MONTRER SON ACTIVITE

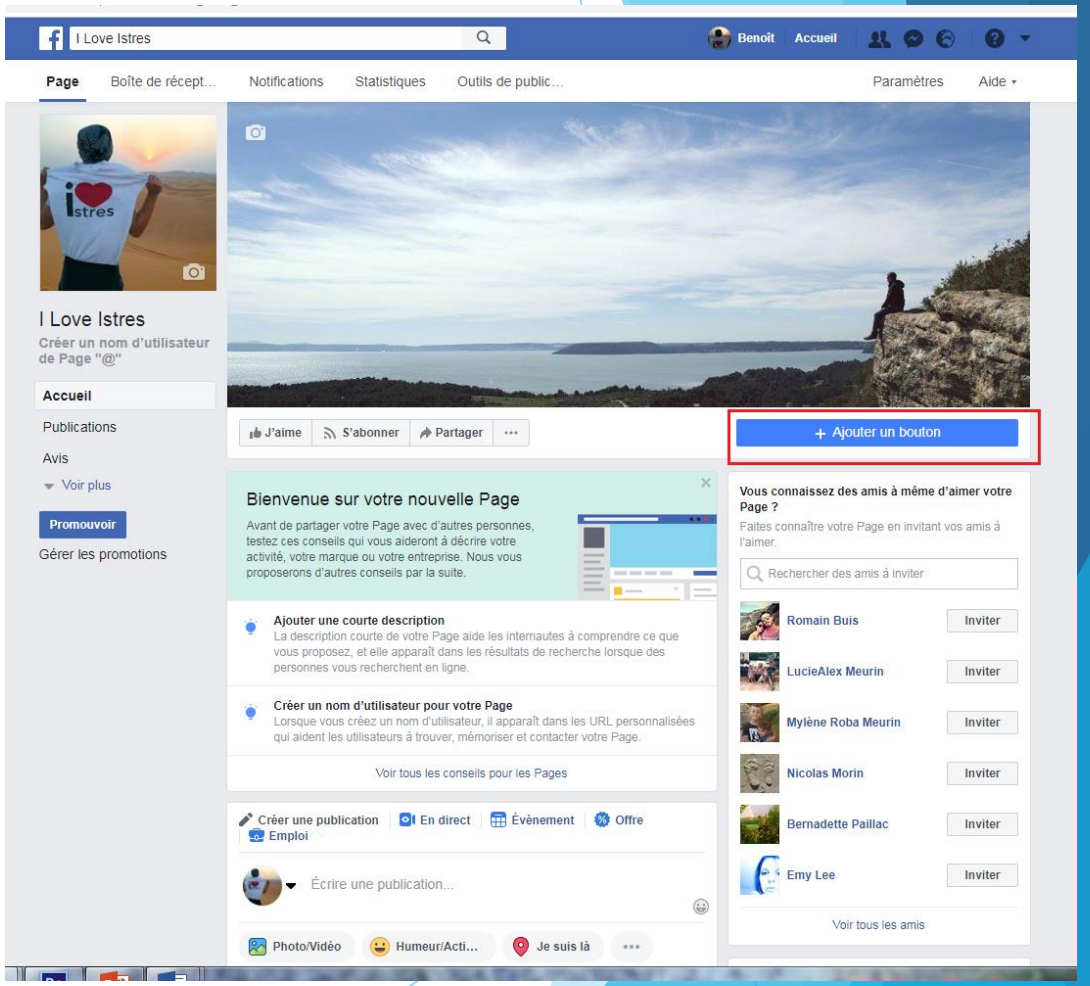
Définir un bouton d’appel à l’action

Définissez un bouton d’appel à l’action

Au niveau de la page d’accueil, vous avez la possibilité de mettre en place un bouton d’action (call-to-action en anglais). Vous pouvez ainsi inciter les internautes :

- A réserver chez vous
- A vous contacter,
- A en savoir plus sur votre entreprise,
- A faire des achats,
- Etc. ..

A vous de trouver ce qui est le plus pertinent pour votre activité.



Personnaliser votre URL

- Personnalisez l'URL de votre page Si vous souhaitez communiquer l'adresse de votre page, vous pouvez :
  - Soit communiquer une adresse comme ca :

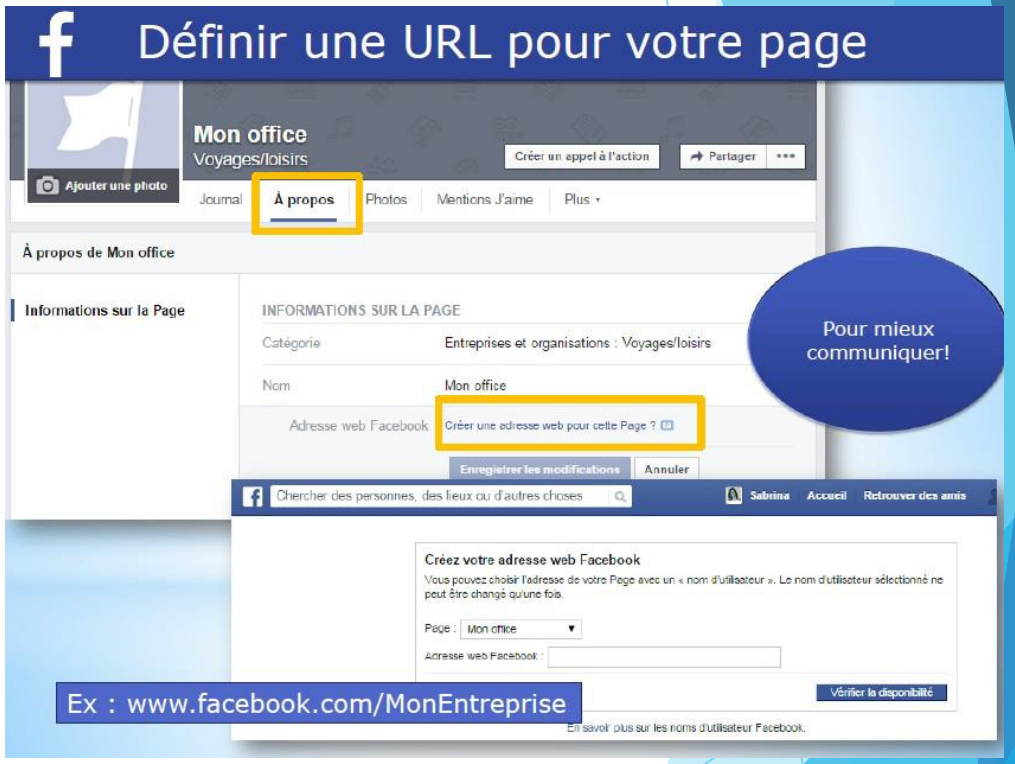
www.facebook.com/pages/Jeff-de-Bruges/204826542911903

  - Soit communiquer une adresse comme ca :

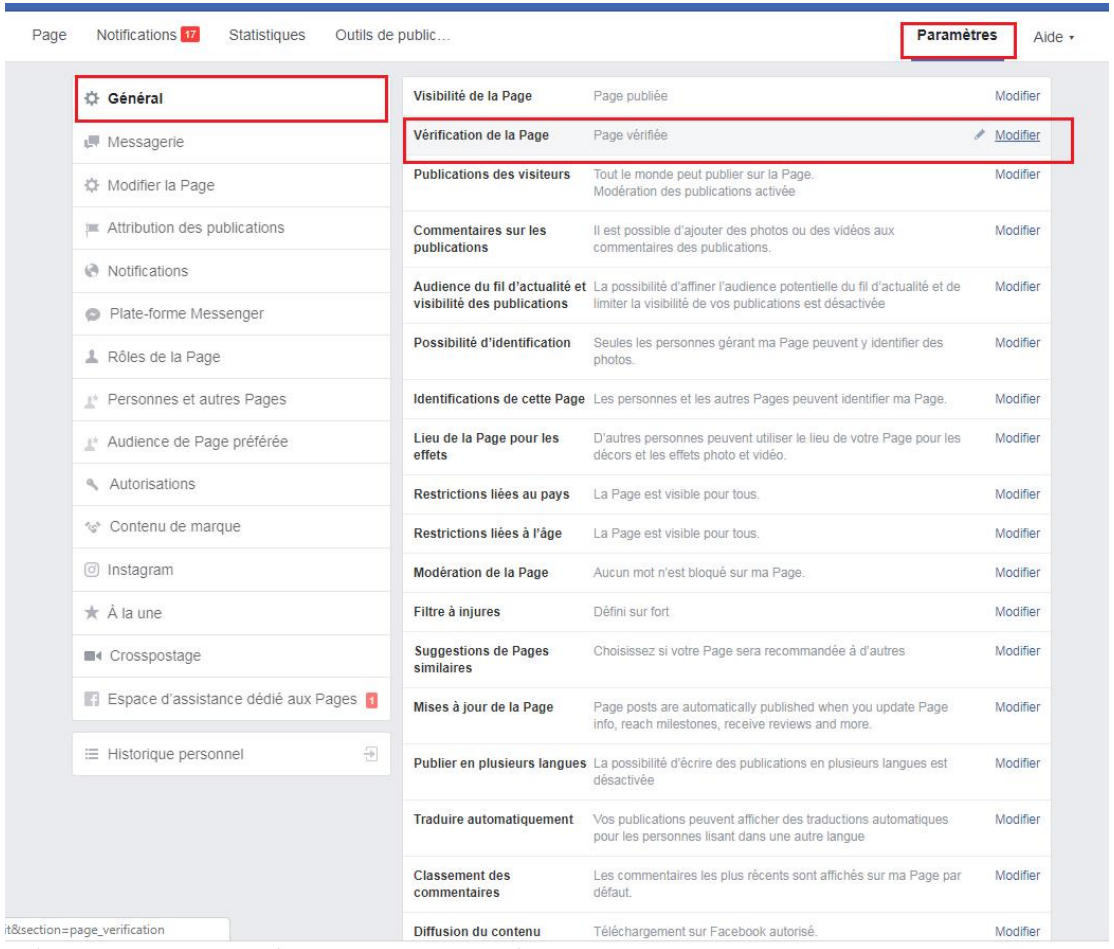
www.facebook.com/bordeaux.tourisme

- Vous verrouillez votre identité numérique

- Plus facile a communiquer
- Plus ergonomique
- Plus communiquant
- Bien meilleur pour le référencement



Certifiez sa page



- Rendez-vous dans vos paramètres.
- Dans l'onglet « General », cliquez sur « Vérification de la Page ».
- Puis sur « Vérifiez cette page »

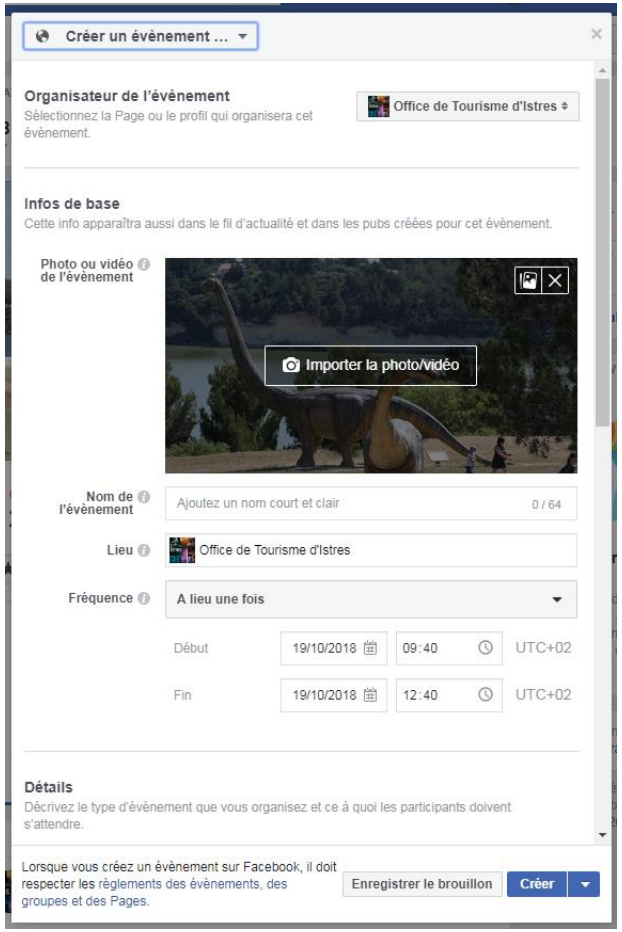
• Badge bleu = Facebook a confirme qu'il s'agit de la Page ou du profil authentique pour cette personnalité publique, societe de medias ou marque.

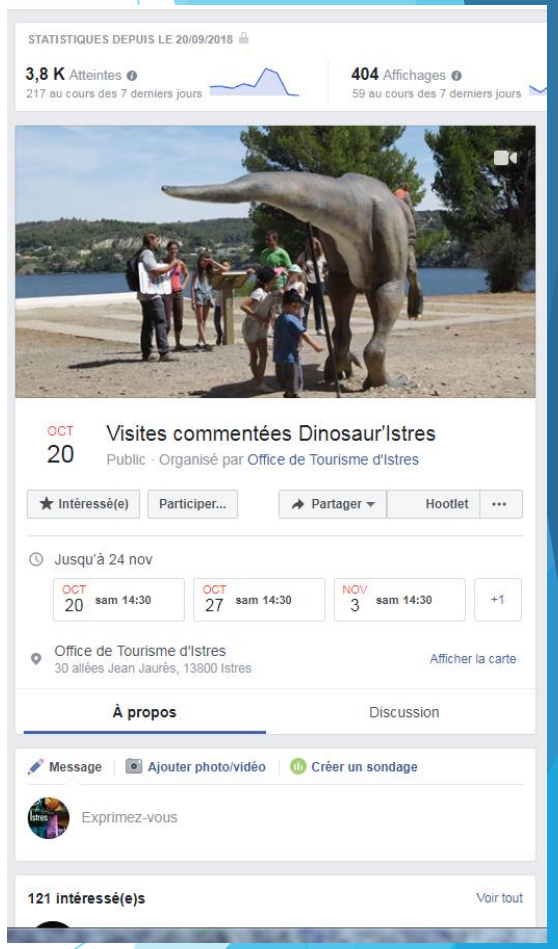
• Badge gris = Facebook a confirme qu'il s'agit d'une Page authentique pour cette société ou organisation.

- Cela permettra à votre page d'être davantage visible et de remonter dans le moteur de recherche de Facebook.

Créez des événements

- Utilisez l'outil prévu par Facebook pour profiter de ses propriétés virales.
- Vos fans pourront a leur tour partager l'invitation a la manifestation.





Vous pouvez aussi ajouter l'événement créé par une autre page a la votre !

Fonctionnalité sur ordinateur uniquement

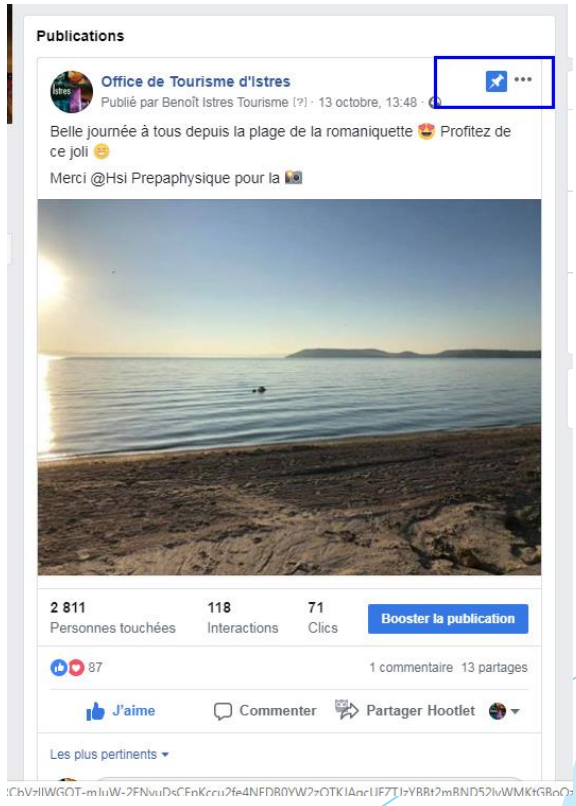
Optimiser l'affichage des liens

1. Rédigez votre statut et copier-coller votre lien
2. Attendez que Facebook affiche le lien
3. Choisissez la vignette
4. Supprimez le lien dans le message
5. Publiez

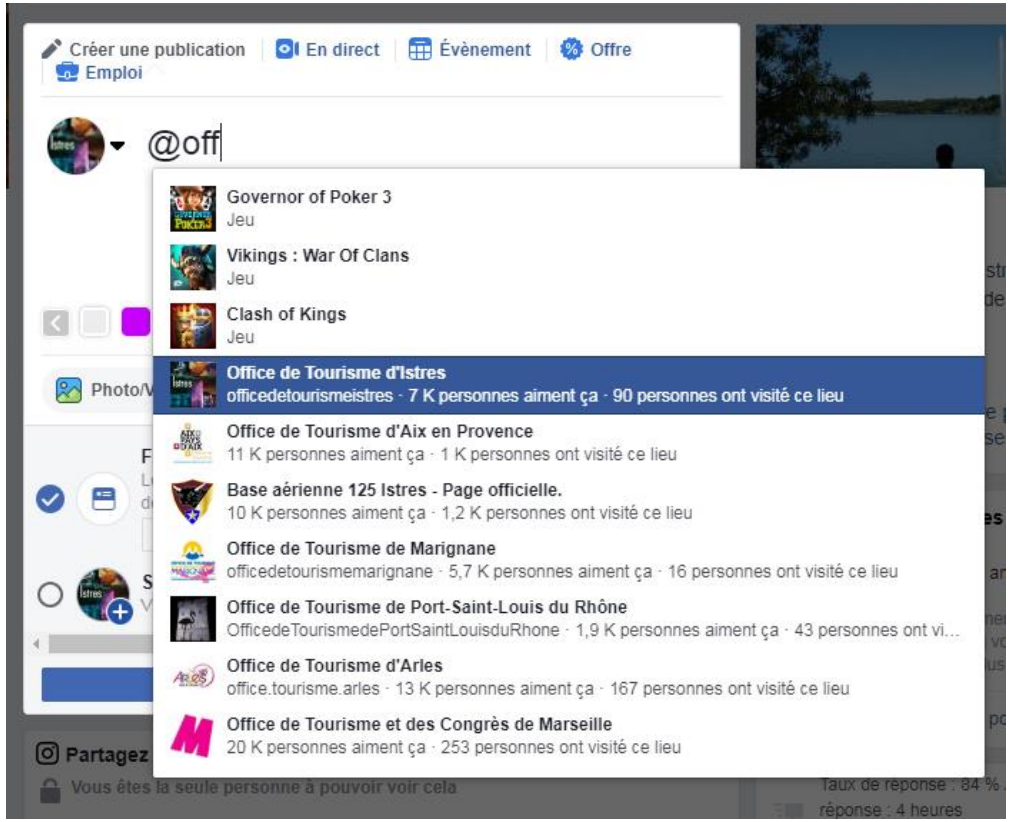
PLUS POSSIBLE DEPUIS DEBUT 2017

Mettre en avant des publications

- Mettre en valeur une publication en l'épinglant en haut de votre page



Mentionner des amis ou pages



Cet outil placé devant le nom d'une personne ou d'une page permet de créer un lien vers cette personne ou page

- En tant que page, vous pouvez citer aussi bien des pages que des profils
- Facebook vous propose des suggestions de mentions

Cela va attirer l'attention des personnes qui sont fans de cette personne ou cette page

Astuces pour augmenter sa communauté

- Inviter les utilisateurs qui interagissent a aimer votre page
- L'engagement, qui comprend le fait d'aimer et de commenter des photos, est ce qui vous permettra de gagner de nouveaux abonnes et de renforcer votre communauté.
- Lorsque des gens commentent vos photos, prenez le temps de leur répondre, même si vous ne les connaissez pas !
- Les gens veulent savoir qu'il y a un être humain derrière votre flux.

Le nombre de fans n'est pas une fin en soi

Ce n'est pas la taille de votre communauté qui compte mais son engagement !

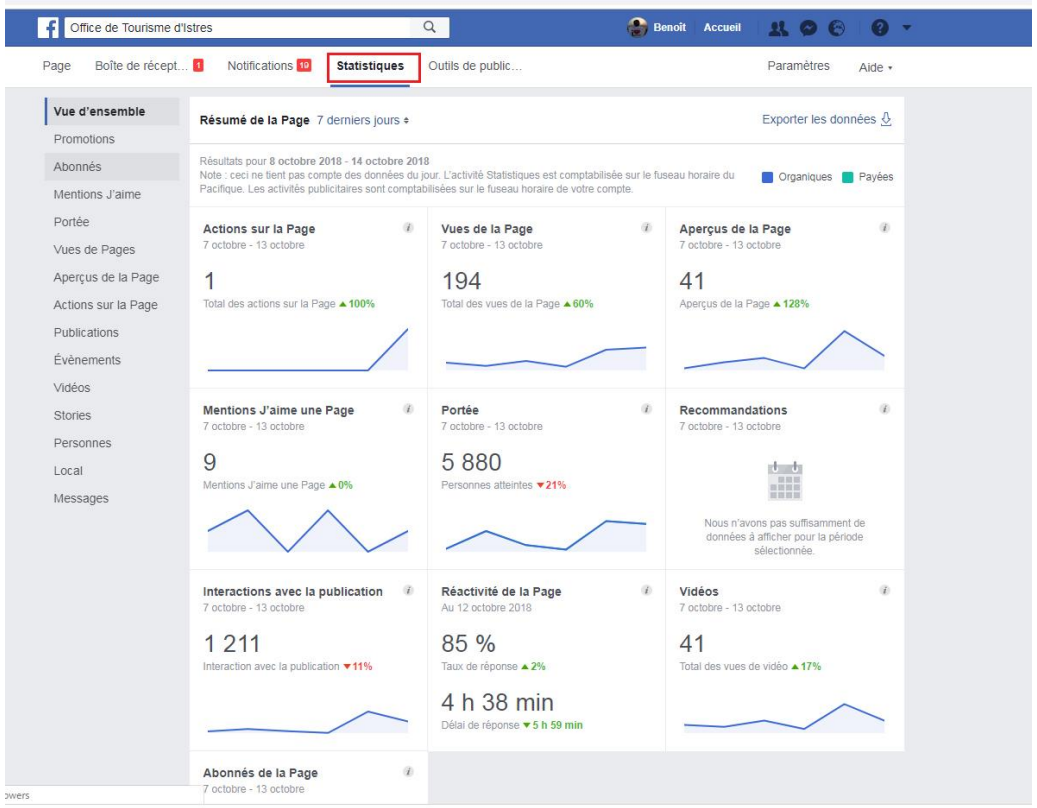
Faites connaître votre page

- Communiquez votre page sur tous vos supports :
  - Signature mail
  - Site internet
  - Accueil
  - …
- Parlez-en à vos clients de vives voix

Statistiques et Gestion

Analysez votre page et vos interactions

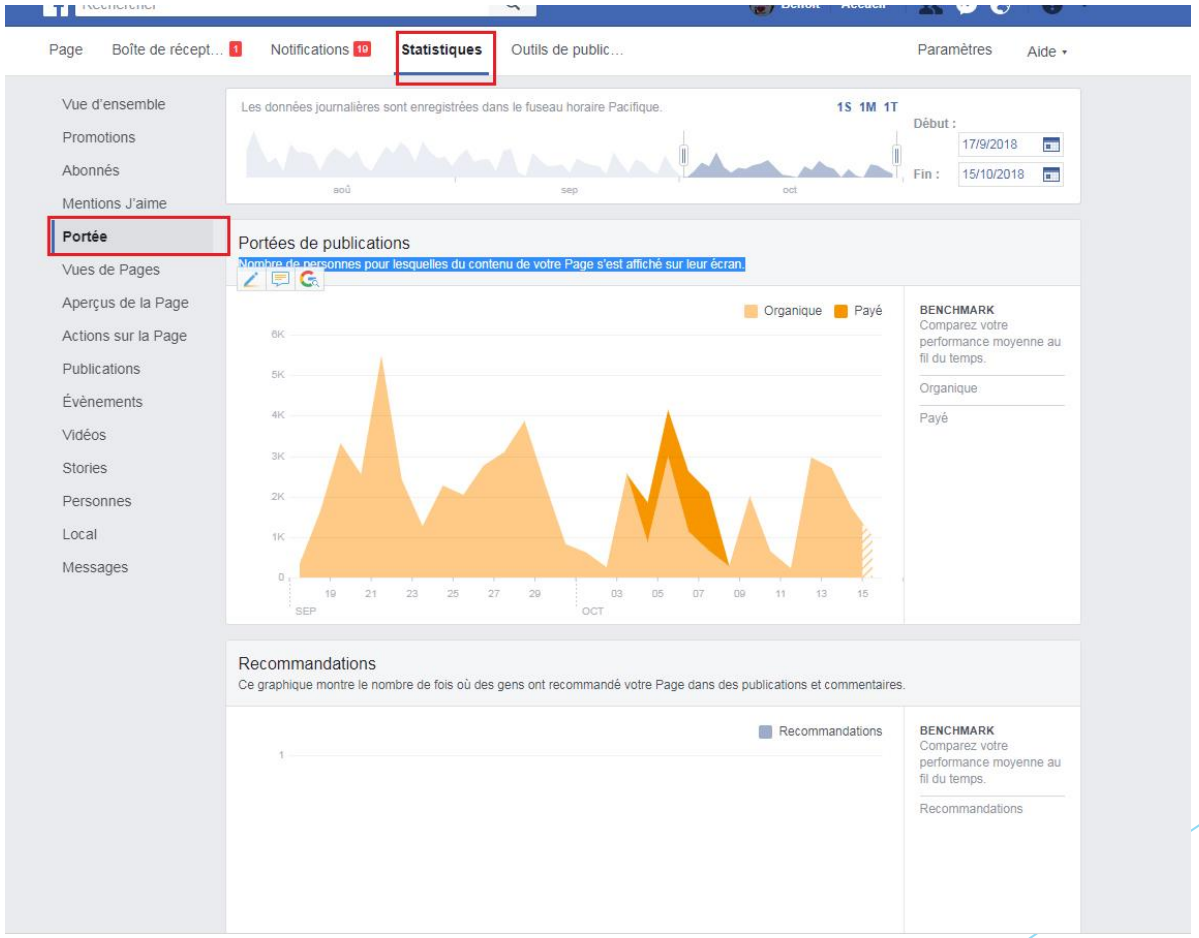
Statistiques



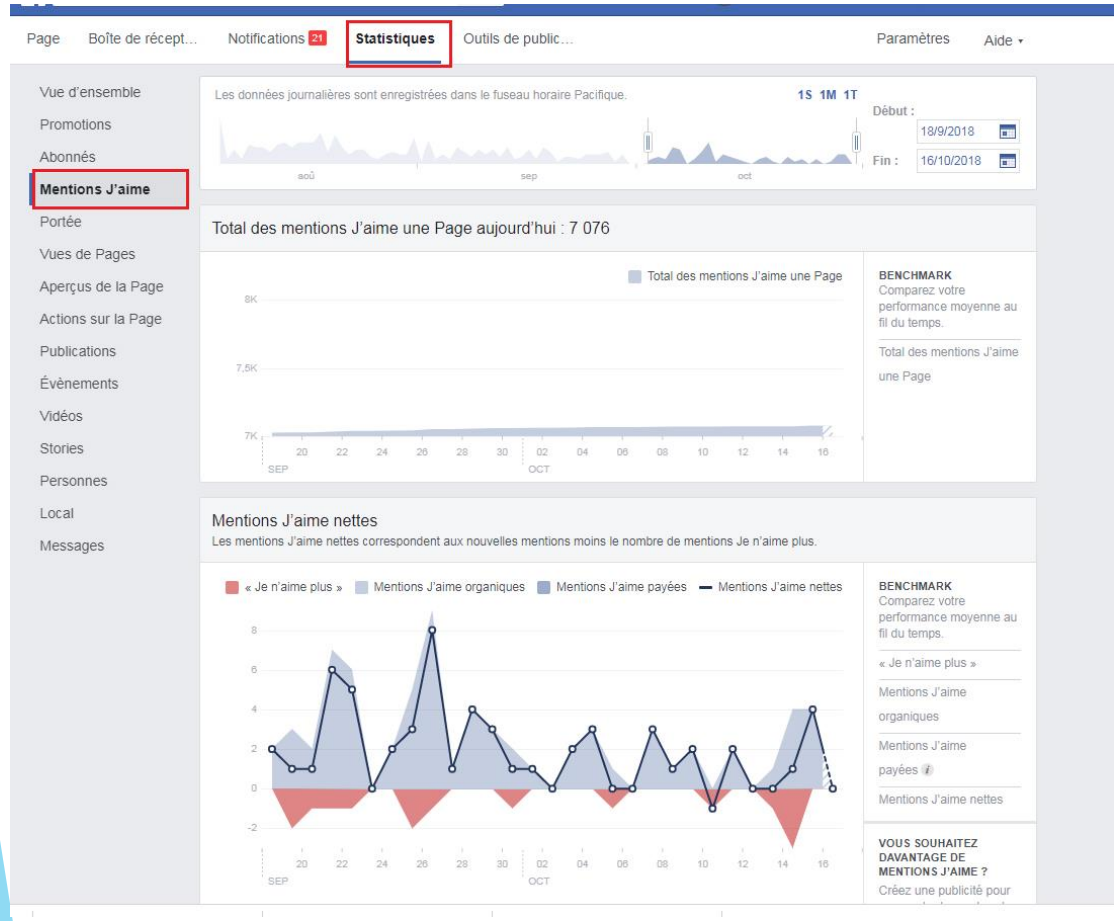
- Les statistiques à suivre:
  - L'évolution des likes
  - Portée de vos publications
  - D'ou votre trafic provient-il ?
  - Quand vos fans sont-ils sur Facebook ?
  - Qui sont vos fans ?

Portée des publication

- Nombre de personnes pour lesquelles du contenu de votre Page s'est affiché sur leur écran.



Analyse des statistiques



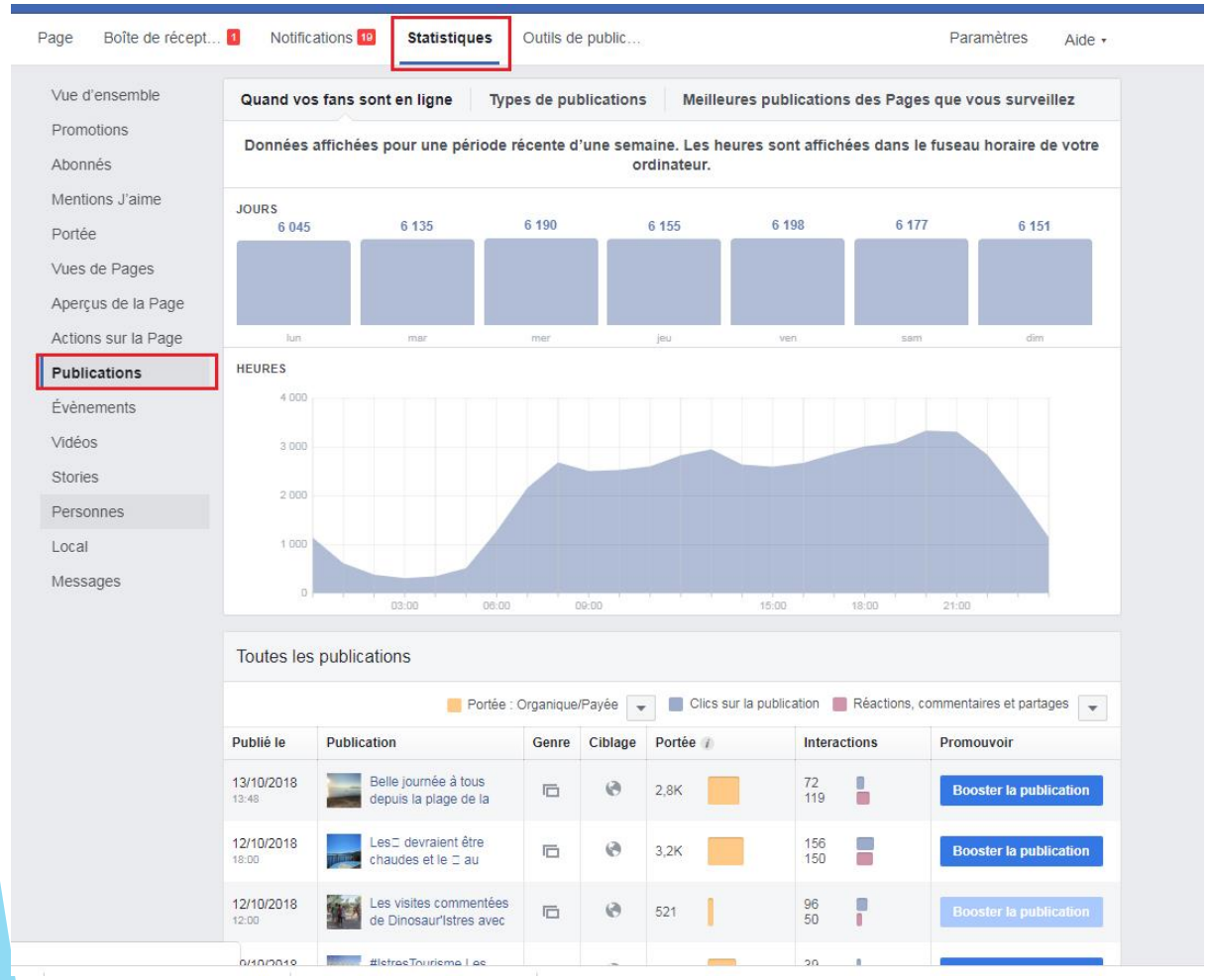
- L'évolution de vos likes / Le nombre de likes
- Comparez les différentes périodes

• **Périodes où vous gagnez le plus de fans :**

Période ou vous avez fait un gros lancement ? Publications qui ont plu ?

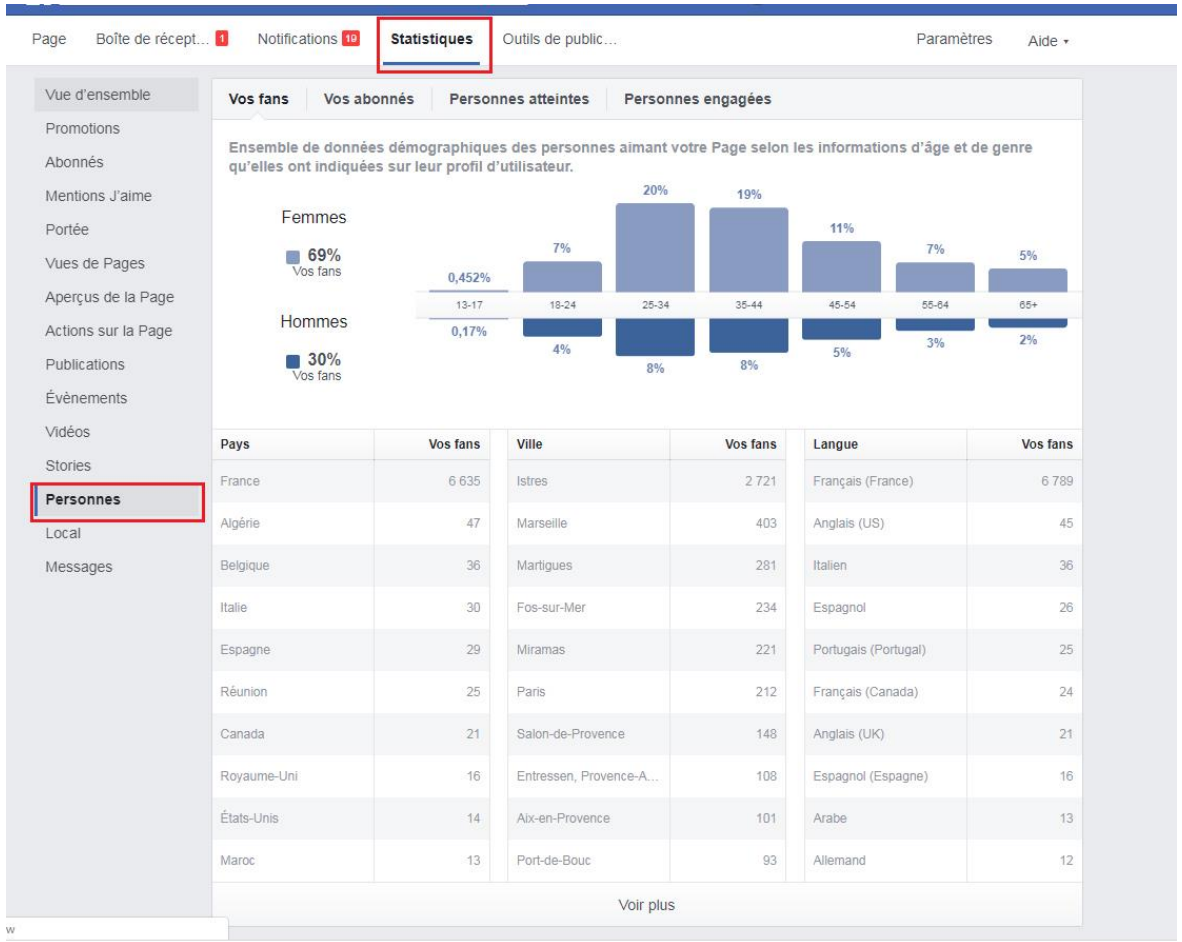
• **Pic dans les « je n'aime plus » :** aller voir le jour en question pour en comprendre la raison.

Quand nos fans sont-ils sur facebook ?



- Vous pouvez voir a quelle heure et quel jour vos fans sont en ligne.
- Information très utile pour adapter votre calendrier éditorial.
- A consulter régulièrement, cela peut changer d'une période a l'autre !

Qui sont vos fans ?



- Plutôt des hommes ou des femmes ?
- Quel âge ont-ils ?
- De quel pays, ville sont-ils ?
- Correspondent-ils a votre public cible ?

Gérez via son smartphone

Facebook en Mobilité, Sur votre smartphone

2 applications :

- 1 application « **Facebook** » pour vous, votre **profil perso**

- 1 application « **Page** » pour votre activité, votre **page facebook**

Pour bien tout gérer, il faut installer les 2 applications.

Vous maitrisez ?

- **Alors allez potentiellement plus loin avec de la publicité et/ou un jeu concours**

Malheureusement, en tant que marque, vos pages professionnels sont et seront de plus en plus « sanctionnées » par rapport à des profils personnels sur l'ensemble des réseaux sociaux.

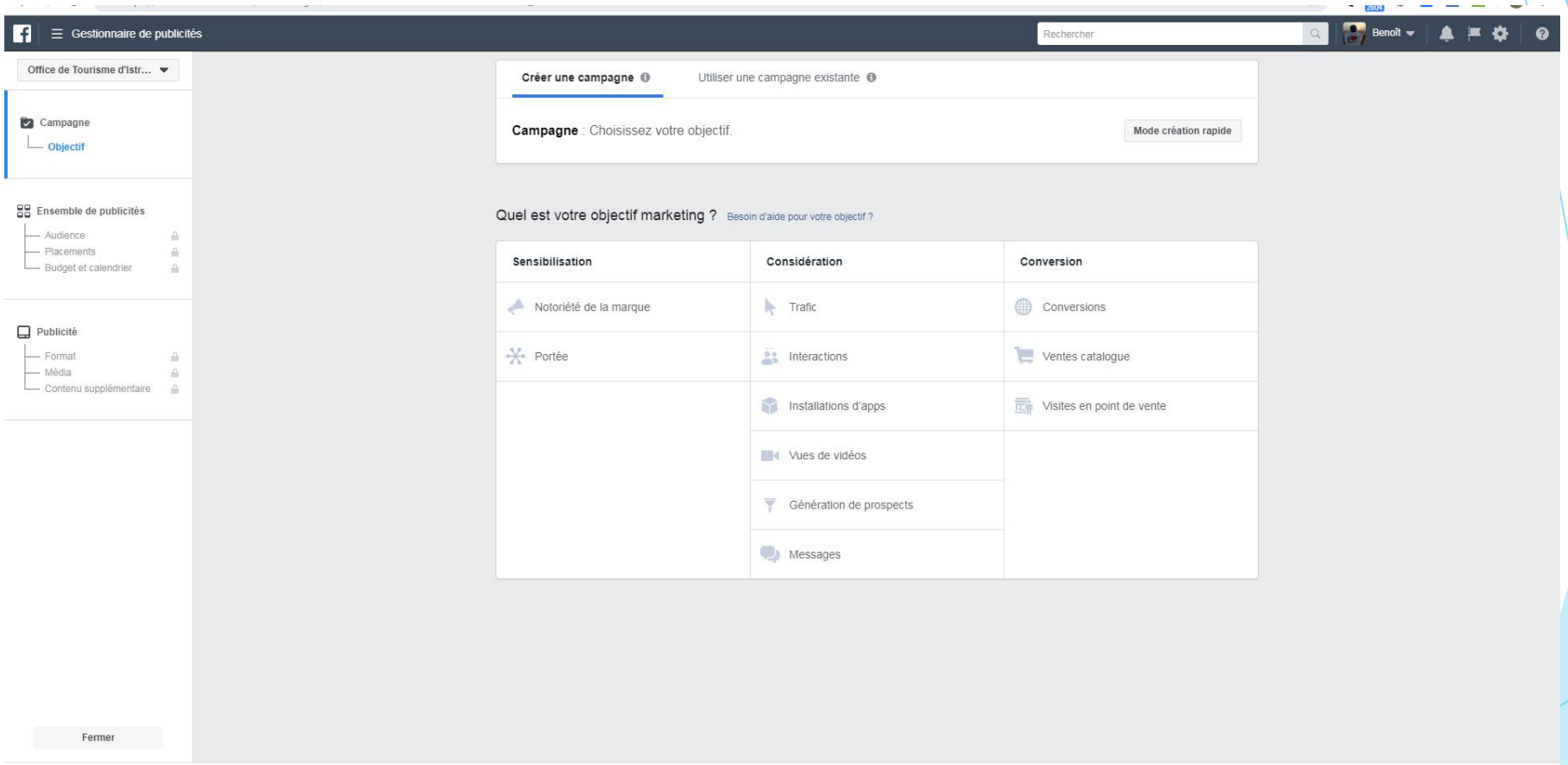
Prévoir après maitrise de l'outil facebook un petit budget de publicité annuel afin de booster votre visibilité

Autre moyen : mettre en place un jeu concours autour d'un gain d'une ou de plusieurs nuitées en échange d'un like, commentaire et/ou partage…

Sponsoriser des publications

- Rendez-vous sur le gestionnaire de publicités

Gestionnaire de publicités



Objectifs de la publicité Facebook

En faisant de la publicité Facebook, vous pouvez notamment :

- Augmenter votre notoriété de marque.
- Augmenter des fans pour augmenter la portée naturelle de votre page Facebook.
- Susciter l'engagement sur votre page fan Facebook (réactions, commentaires, partages, clics sur le lien, etc.)
- Générer ou augmenter le trafic sur votre site web.
- Diriger des personnes vers une page de vente ou vers une boutique en ligne.
- …

Attention importance de connaissance client en marketing :
« Qui sont mes clients ? Où sont-ils ? A quel moment puis-les toucher ?…
Si vous n'avez pas fait ce travail en amont, ça ne sert à rien de dépenser ne serait-ce que 50€ sur Facebook ou n'importe quel autre média ... ».

Booster une publication

- Etape 1 : Choisissez une publication
- Etape 2 : Choisissez votre objectif
- Etape 3 : Choisissez un bouton d'appel à l'action
- Etape 4 : Choisissez votre audience
- Etape 5 : Choix du budget et de la durée
  - 1) Budget
  - 2) Durée

En boostant vos publications Facebook, vous pouvez soit :

- Booster les interactions sur votre page
- Encourager les gens à visiter votre site web.

Conclusion

- **Facebook a changé !** C'est est un véritable media, qui nous propose de (tous) petits espaces de prises de parole avec un auditoire plus ou moins fidèle, et des espaces publicitaires variés et plutôt efficaces.
- **Facebook est toujours debout !** Les usages ont évolué , plus raisonnés, moins effrénés, plus matures, mais l'audience est toujours là !
- **Facebook est devenu bien plus qu'un média !** Les posts, les partages, les pubs... tout ça est devenu une facette parmi d'autres de Facebook, qui se diversifie et innove dans une logique servicielle. On a déjà eu l'occasion sur ce blog de parler des nouveaux services à leur ouverture : Groupes, Annonces, Recommandations ...
- **Facebook est plus complexe à piloter !** La performance dépend essentiellement des contenus, locomotive de l'audience, et de la qualité de l'animation, dans le respect des fondamentaux du community management.
- **Facebook est devenu payant !** S'il est désormais clair pour tout le monde que Facebook restera gratuit pour les utilisateurs, Facebook monétise son audience pour les annonceurs. Techniquement, les publications peuvent toujours prétendre à une audience organique mais une stimulation promotionnelle est parfois la bienvenue
- **La course aux fans est (presque) has been !** Passage d'une logique purement quanti à une approche quali, plus fine, qui privilégie l'hyperciblage, l'engagement et la durabilité de la communauté.

MERCI DE VOTRE ATTENTION

QUESTIONS ?

Benoit MEURIN

07 50 15 76 89 / 04 42 81 76 12

bmeurin@istres.fr