

Communication digitale – Co-construction d'un plan d'action (jour 2)

Les actions retenues résultent des expériences/retours des prestataires, néanmoins, nous pouvons en retirer des actions communes et applicables à tous.

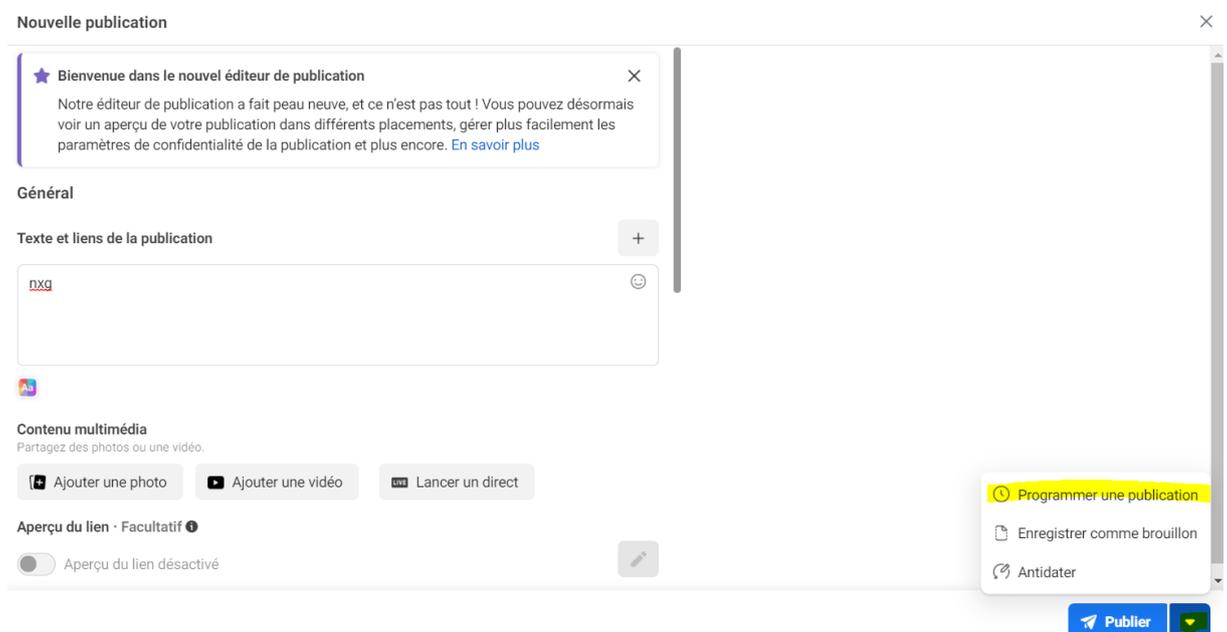
Quelques pistes évoquées

Développer sa communauté / comment trouver des followers

- **Commenter, liker** les posts qui vous inspire et/ou en rapport avec votre activité pour être visible (tous les hashtags en lien : tourisme, patrimoine, activité, détente, amusement, fun, chambre d'hôte, hébergement, trottinette, sensation, VTT, outdoor, musée, etc.)
- **S'abonner à vos partenaires**, collègues, activités alentours (partenaires institutionnels, locaux, économiques, etc.)
 - o voir les suggestions de comptes lors d'un abonnement) pour avoir un abonnement en retour et pour se faire connaître
 - o Une notification est envoyée lors de chaque abonnement pour prévenir le propriétaire du compte / Propose de s'abonner en retour

Outil de programmation

- Creator studio pour des publications sur Facebook et/ou Instagram
 - o Création de publication (classique = texte ou vidéo)
 - o Programmation possible (à M+3)

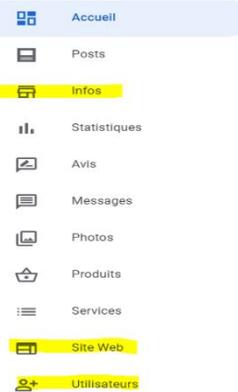


- o Publication sur Facebook et Instagram en simultané possible

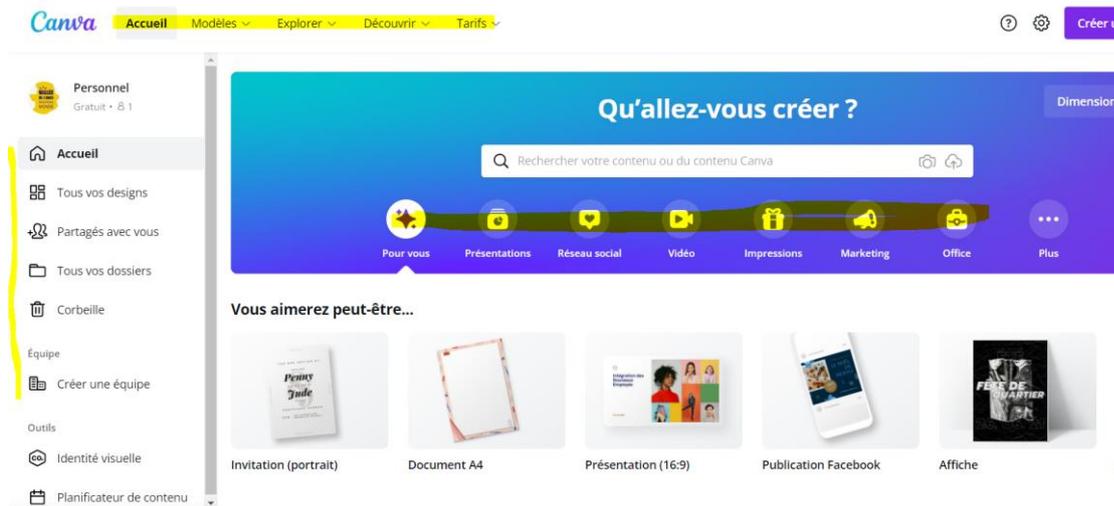
Google My Business

- Vérifier que toutes les informations présentes soient **bien à jour**
 - o Pour modifier le contenu de votre fiche → **onglet infos**
 - o Retrouvez vos avis client, photo (les votre, celles identifiées par d'autres et celles suggérées par Google)
 - o Ajout ou suppression d'utilisateur sur la fiche (rôle à déterminer ou redistribuer)
 - o Possibilité de faire un mini-site avec les informations remplies – GRATUIT –
 - Achat du nom de domaine (option)

Bureau d'information
touristique de Saint-
Anthème
Place Aubépin
63660 Saint-Anthème



CANVA



- Menu du haut : modèle (réseaux sociaux, business, marketing, etc.)
 - o Taille en fonction du modèle : ex, modèle de post Instagram → modèle carré, donc « toile » carré pour travailler
- Menu sur la gauche (colonne)
 - o Récupérer vos designs, ceux partager, vos dossiers, corbeille
- Quand on rentre dans une création, voici le menu
 - o Modèle : menu rechercher pour orienter les propositions « toute faite » et « prête à l'emploi »
 - o Eléments : ligne, forme, graphique
 - o Importer : **ses** propres photos
 - o Style : combinaison texte (avec différentes polices harmonieuses) + couleurs
 - o Lorsqu'il y a une photo
 - Modification possible : luminosité, contraste, saturation, flou, etc.)
 - o Possibilité d'ajouter un lien cliquable : téléchargement impératif en PDF Standard (le lien ne sera pas cliquable dans une publication ; Lien à mettre dans la description du post ou en bio)
 - o



Plan d'action 2022

Voici quelques questions à se poser afin d'alimenter vos réflexions et actions à venir. Des exemples, issus des retours des partenaires présents sont proposés.

Quel est votre métier ? Pourquoi el faites vous ?

- Ex : besoin de sens, de relationnel, de partage, d'indépendance

Comment le faites-vous ? Méthode, process ?

Comment le faites-vous (côté client)	Comment le faites-vous (côté commercial)
L'accueil, le service	Site
La qualité des produits → particularité : locaux, du jardin, circuit court	Booking, AirBnB
Communiquer avec l'hôte	Google Ad words
Savoir local	Réseaux sociaux
Valoriser vos services et savoir-faire	Pack partenaire avec OT
Jouer avec la curiosité des gens	

Pour qui le faites-vous ? Qui est votre client idéal ?

- Définir votre client idéal

En combien de temps et pour quels résultats ?

- Propre à chacun

Objectifs

- SMART
 - o Spécifique
 - o Mesurables
 - o Atteignables
 - o Réalistes
 - o Temporel

Exemple : augmenter le chiffre d'affaire, le nombre de semaines louées, nombre de followers, etc.

Lister les actions

Ex :

- Créer fiches descriptives sur plateforme
- Développer site (référencement) et communication réseaux sociaux
- Fiche Google My Business
- Publicité payante
- Partenariat avec les autres professionnels de la MDT
- Emailing
- Cadeaux client (panier, bouteille, œuf du jardin, etc.)

Déterminer personnes impliquées

- Propriétaire
- Employés
- Parties prenantes : office de tourisme, commune, communauté de communes, prestataire web, etc.

Détailler la mise en œuvre des actions

Temps et budget

- Soit estimé en jour ou en semaine

Fixer la période de réalisation

- Si pas de budget : pas ou peu de résultats
- Bien comparer entre :
 - o Investissement temps personnel
 - o Investissement et travail avec une personne extérieur pour la conception du site internet ou les réservations (= Channel Manager)

Ajouter des critères de réussite

Ex.

- Pouvoir en vivre
- Être en autonomie, ne pas travailler à côté
- Reconnaissance, satisfaction personnelle + du client
- Grandir et être en croissance (sous-entendu : l'entreprise)
- Développer l'entreprise pour recruter
- Avoir 2 ans de trésorerie d'avance