

Communication digitale – Co-construction d'un plan d'action

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

Point clés qui seront détaillés en dessous

- Définir sa clientèle/cibles
- Soigner sa visibilité (= être trouvé)
 - o Référencement
 - o Outils/canal :
 - Google My business
 - Site personnel
 - Site de la MDT
 - Site de vente en ligne (Booking, AirBnB, Gite de France, etc.)
 - Réseaux sociaux
- Comment être efficace (= être vu)
 - o Publier au moins 1 fois/semaine (comment créer une publication voire un modèle type, à réutiliser → 07/12)
 - o Utiliser des outils de communication
 - Newsletter
 - Réseaux sociaux
 - Site personnel, MDT
 - o Outils de création
 - Canva
 - Capcut
 - Touch retouch
 - o Outils de programmation
- Concrétiser (sujet pour le 07/12)
 - o Outils de réservation en ligne
 - o Facilitation de l'expérience client

Détail des actions

- Bien identifier sa/ses clientèle(s) (**persona** = client type – âge, métier, hobbies, composition familiale, etc.)
 - o Adapter son discours à CHAQUE clientèle
 - o Créer une communication par cible

Peut-être aussi pour les particuliers ou les professionnels (hébergement qui propose sa structure pour des cours de yoga, cure... → s'adresse à des particuliers pour participer à l'activité et aux professionnels pour occuper le lieu pour faire son cours

- Objectifs :

Être trouvé	Être vu	Concrétisé
Site internet (référencement)	Réseaux sociaux Facebook Instagram	Quelles actions mettre en place pour concrétiser la visite de notre site ?
Google Maps (Google My Business)	Publier 1 fois par semaine	Outil de réservation en ligne (= facilitation), Channel manager
Partenariat	70/20/10	Expériences clients
Booking – canaux de diffusion (site MDT, outils de vente en ligne, etc.)	Newsletter	
Multicanal (communication et diffusion)		

- Outils

- Newsletter
 - Règle des 70/20/10
 - 70% : pédagogie, conversationnel (pourquoi faire cela ? Pourquoi ce produit ?)
 - 20% : promotion déguisée/soft, le petit +, élément différenciant (j'ai testé pour vous, le saviez-vous ?)
 - 10% : personnel, expérience, valeurs ajoutée, émotion (hobbies qui peuvent plaire aux visiteurs)
 - Les 3 pourcentages peuvent être mêlés → vous avez testé une activité en famille, qui vous sert pour votre activité (retour d'expérience), parce que vous aimez les activités sensationnelles
- Multicanal
 - Nécessité d'être sur plusieurs plateformes (communication, diffusion, réservation) pour multiplier les chances d'être visibles/vu
 - Communication : site internet, fiche Google My Business, réseaux sociaux
 - Diffusion : office de tourisme, labels, etc.
 - Réservation : gîte de France, Booking, AirBnB, site MDT → Channel Manager pour gérer en un clic les différents plannings
- CANVA
 - Pour les conception graphique (stories, publication réseaux sociaux, affiche, bons cadeaux, flyer, carte de visite, etc.)
 - Modèles prédéfinis dont on peut modifier TOUTS les éléments (police, taille, photo, élément graphique, etc.) **OU**
 - Conception de A à Z
 - Différents menus : présentation / réseaux sociaux / vidéo / impression /marketing
 - Lors d'une création avec une image/photo
 - Lien avec les couleurs primaires de la photo pour harmoniser la composition
 - Texte : modèle / bloc de texte prédéfini ou ajouter une zone de texte (puis choix de la police, taille, ombrage, etc.)
 - Importation : télécharger une photo depuis votre ordinateur
 - Animation de la création : zoom, dégradé, etc.
 - Sons : ajouter de la musique sur une création

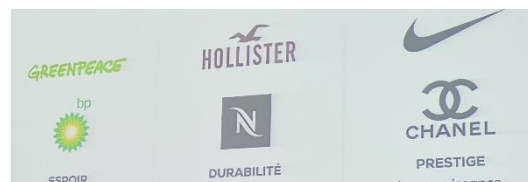
- Tous les éléments présents sur le site sont **LIBRE DE DROIT**

Lien replay : https://www.youtube.com/watch?v=6uzbbhYKLOQ&ab_channel=MaisondutourismeduLivradois-Forez

- Storyset
 - Recherche d'image ou GIF (en format PNG), libre de droit
- Outils utilisables depuis un smartphone
 - Photoroom
 - Pour retirer l'arrière-plan d'une photo
 - Capcut :
 - Pour faire du montage vidéo (assemblage photo pour créer une vidéo, y ajouter du son)
 - Touch retouch :
 - Retouche, suppression élément
 - Remini (menu enhance) :
 - Netteté +++
- Publication sur les réseaux
 - Objectifs :
 - Impliquer les followers : sondage, question, sur les nouvelles installations/services/projets
 - Nourrir la curiosité : backstage, coulisses, hors saison/préparation saison
 - Ne pas mentir : présenter le produit tel qu'il est

Symbolique des couleurs : pour mettre vos éditions (print ou web) en lien avec votre activité

- Jaune : OPTIMISME
 - Chaleur, positivité
- Orange : COMMUNICATION
 - Amicale, vitalité, créativité, joie
- Rouge : FORCE
 - Excitation, passion
- Rose : FEMINITE
 - Tendresse, beauté, séduction
- Violet : REVE
 - Bien-être, imaginaire, sagesse
- Bleu : FIABILITE
 - Force, sécurité, confiance, science
- Vert : ESPOIR
 - Paix, croissance, santé, naturel
- Marron : DURABILITE
 - Simplicité, confort, authenticité
- Noir : PRESTIGE
 - Luxe, puissance, volupté, mystère



- Éléments prégnants
 - Créer du lien entre les activités et les hébergeurs qui sont à proximité
 - Partenariat financier ou non (réduction pour une activité si les clients viennent de tel hébergement, livraison gratuite de matériel, proposition d'activité à proximité pour les groupes/familles, proposition d'activité sous forme d'option pour les personnes réservant un hébergement, etc.)
 - Proposition MDT : mise en place d'un club des utilisateurs de vente en ligne (billetterie et hébergement) – Décembre 2021



Prévu pour le 07/12

- Refaire une publication photo + texte
 - Avoir un message clair
 - Ne pas multiplier les réseaux OU savoir comment publier sur plusieurs en même temps
- Revoir Google MyBusiness, le référencement
- Refaire un feedback sur les sites des participants
 - Point d'améliorations / bons points
- Programmation des publications
 - Outil de programmation
 - Prévoir plan sur 3 mois et le programmer (pour avoir de quoi publier même en été)
- Comment on trouve des followers sur Instagram ou Facebook ?
 - Développer sa communauté