"A vos côtés !"

UN DEVOIR – UNE NÉCESSITÉ

11 MAI 2020 – 10H00

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR – UNE NÉCESSITÉ

Vous êtes actuellement 450 prestataires du tourisme des départements de l'Aveyron, de la Haute-Vienne, de la Corrèze, du Lot et de la Lozère à être inscrit.e.s

Nous allons débuter dans quelques minutes

Quelques dizaines de prestataires et d'entreprises sont encore actuellement en train de se connecter.

Merci pour votre patience.

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

QUELQUES « RÈGLES DU JEU » POUR CETTE RENCONTRE

Merci de ne pas activer vos webcams afin de conserver un flux de connexion confortable pour tout le monde

Vu le nombre très important de participant.e.s, vos micros sont désactivés pour éviter l'effet de "brouhaha"

Pour l'instant
LE SON N'EST PAS ACTIVE

Si au démarrage vous constatez un problème de son quittez la salle de réunion et reconnectez-vous

Utilisez le symbole « ? » situé sur votre écran pour poser une question à l'animateur.

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

11 MAI 2020 – 10H00

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

Mathieu VADOT

Fondateur du cabinet Marketing&Tourisme.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Consultant indépendant en marketing touristique

www.marketing-tourisme.net

www.id-rezo.com

vadot@marketing-tourisme.net

Facebook.com/Marketing.Tourisme

Linkedin.com/in/mathieuvadot/

id-rezo
l'expertise e-tourisme

MARKETING & TOURISME

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

TOURISME AVEYRON · CORRÈZE tourisme · HAUTE VIENNE · LOT TOURISME · lozère

QUELQUES « RÈGLES DU JEU » POUR CETTE RENCONTRE

Merci de ne pas activer vos webcams afin de conserver un flux de connexion confortable pour tout le monde

Vu le nombre très important de participant.e.s, vos micros sont désactivés pour éviter l'effet de "brouhaha"

Pour l'instant
LE SON N'EST PAS ACTIVE

Si au démarrage vous constatez un problème de son quittez la salle de réunion et reconnectez-vous

Utilisez le symbole « **?** » situé sur votre écran pour poser une question à l'animateur.

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

De quels réseaux sociaux parle-t-on ?

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Quel réseau social privilégier ?

OBJECTIFS MARQUES	CODE PLATEFORME	TONALITÉ ÉDITORIALE	Intéressant pour :
PUISSANCE : notoriété, acquisition, génération de trafic, Social CRM... Conversation, insights consommateurs	CONVERSATIONNEL	convivialité	**Engager sa communauté et échanger avec elle.** Transmettre des émotions Partager du contenu « viral ». Mettre en scène sa structure et ce qu'il s'y passe **Acheter de l'audience auprès de ses cibles (Ads)**
IMPACT VIDÉO : storytelling, viralité publicitaire Collaboration avec les Youtubeurs/euses	Divertissant Pratique ("how to")	authenticité	Pouvoir sa structure, ses services par la vidéo. Mettre en scène sa structure et ce qu'il s'y passe. Être authentique mais avec un montage soigné.
SOCIAL CRM : service clients RP : célébrités, leaders d'opinion Corporate, B-to-B : Social Selling	«Live» Public	empathie	Toucher les influenceurs et la presse. Toucher la sphère économique et politique locale. Entretenir son réseau BtoB
RH : valoriser sa marque employeur (recrutement, employee advocacy) Corporate, B-to-B : Social Selling	Professionnel Sérieux	professionnalisme	Parler de son entreprise « coté pro » / Recruter Développer son réseau pro et BtoB. Entretenir et engager son réseau pro et BtoB. Cibler les clientèles affaires et MICE (Ads)
CIBLE JEUNE : acquisition, rajeunissement de son image	Décomplexé Éphémère	spontanéité	Toucher les jeunes générations.
PRÉFÉRENCE DE MARQUE : mettre en scène ses produits, s'appuyer sur les instagrameurs, l'UGC	Esthétique "Off"	émotion	Transmettre des émotions par l'image. Valoriser son #Hashtag et encourager les publications par vos clients. Identifier et collaborer avec des influenceurs. Développer des messages avec les Stories / créer des habitudes. **Acheter de l'audience auprès de ces cibles (Ads)**
SOCIAL COMMERCE : susciter l'achat Social Listening : détecter les tendances	Découverte Aspirationnel	désirabilité	Présenter son offre et ses services dans un approche « catalogue produit social ». Toucher une cible féminine.

id-rezo

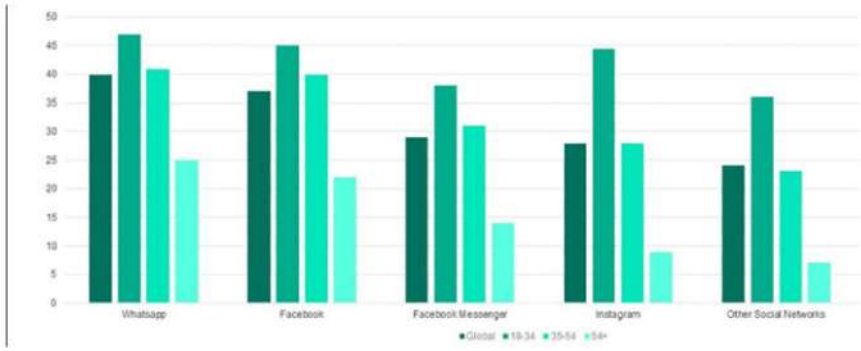
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

L'utilisation des réseaux sociaux pendant le confinement a augmenté de 61 % par rapport aux taux d'utilisation observés habituellement !

L'augmentation en % de l'utilisation des différents médias sociaux au global et par tranches d'âges:



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

Mais là, on est pendant ou après ?

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Confinement

Déconfinement transitoire (progressif)

Déconfinement total

Aujourd'hui
11 mai

2eme phase de déconfinement
2 juin

Adaptation en fonction R0
été

Adaptation en fonction R0
...

2021/22

?

id-rezo

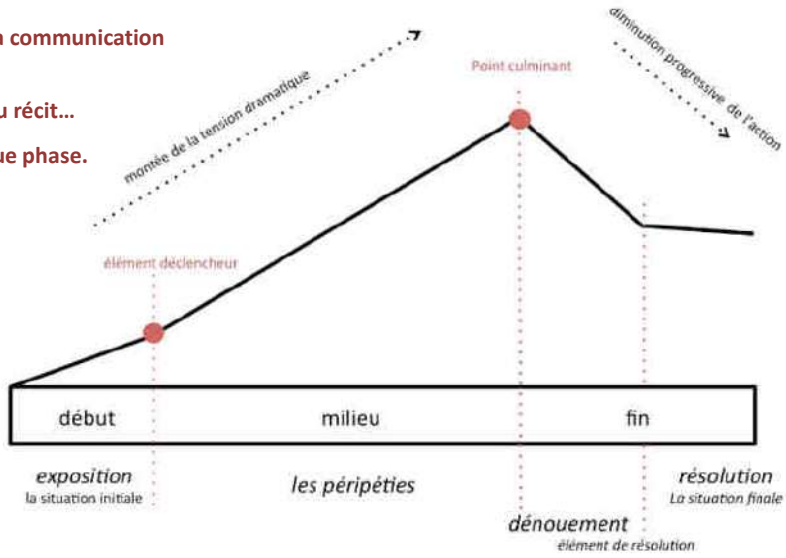
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

Il est important de réfléchir sa communication comme un récit…

Avec l'approche temporelle du récit…

Il faut être raccord avec chaque phase.



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :

L'injonction à prendre en compte la situation dans sa communication avec une approche qui réconforte, plus qu'elle ne plombe… et surtout sans essayer de vendre quoique ce soit !

> L'importance de montrer qu'on est là, qu'on est toujours debout et que l'on agit !

> Pour ceux qui en ont besoin.

> Pour ceux qui bossent et qui font tourner le pays…

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :

> L'importance de montrer qu'on est là, qu'on est toujours debout et que l'on agit !

> Pour ceux qui sont confinés et qui ont (eu) de nouvelles problématiques à gérer (le gros de vos clients)…

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :

> L'importance de montrer qu'on comprend la situation et que l'on a des valeurs, de l'éthique.

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Ce qui change, maintenant, c'est que l'on peut se projeter (un peu) !

Les inquiétudes sont toujours là…

…mais on a des perspectives, sous contraintes…

Contraintes & préoccupations à prendre en compte :

- Inquiétudes sur les **risques de contamination**.
- Besoin de **rassurance sur le sérieux et la fiabilité des mesures sanitaires mises en place**.
- Remise en question de la **qualité de l'expérience recherchée avec de la distanciation sociale et des mesures de désinfection un peu partout.**
- **Incertitude sur l'évolution de la situation.**
- Besoin de **flexibilité sur les conditions de réservation**.
- **Déplacements limités à 100 km** ou intra départemental.
- **Accès aux lacs et centres nautiques réglementé.**

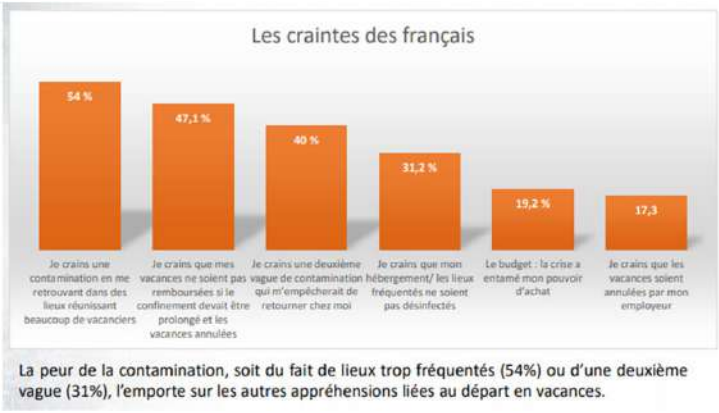
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Après plus de 40 jours de confinement, Les premiers effets de la crise sanitaire se font sentir et **65 % des Français se posent beaucoup de questions** au sujet de leurs vacances. Ils sont 6% à se déclarer plutôt inquiets alors que près d'un tiers (29%) sont optimistes et affirment « que tout va bien ».



La peur de la contamination, soit du fait de lieux trop fréquentés (54%) ou d'une deuxième vague (31%), l'emporte sur les autres appréhensions liées au départ en vacances.

VVF INGÉNIERIE

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

id-rezo
l'expertise e-tourisme

38 % des Français ont réservé leur séjour estival et si 74 % ont prévu de partir comme prévu l'inquiétude gagne du terrain : 8% ont annulé leur réservation et 17% l'ont reporté à une date ultérieure.

Pour les 62 % de Français qui n'ont encore rien prévu pour les grandes vacances, les réservations dépendront de l'évolution de la situation

55 % des français attendent de voir comment la situation évolue et 17 % le feront à la dernière minute. Seuls 5 % effectueront leurs réservations dès la fin du confinement

VVF INGÉNIERIE

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Répondre aux besoins « post confinement » :

Et faire le lien avec son offre…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Répondre aux besoins « post confinement » :

Et faire le lien avec son offre…

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Répondre aux besoins « post confinement » :

Et faire le lien avec son offre…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

Répondre aux besoins « post confinement » :

Et faire le lien avec son offre…

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

#0 Prenez le temps de réfléchir à votre stratégie de contenu !

Répondre aux besoins de vos cibles en « déconfinement »

Quels comportements et usages en matière de tourisme dans le contexte actuel ?

Quels besoins/attentes en termes de services ?

Quelles attentes en termes d'expériences ?

Prendre en compte les contraintes sanitaires et préoccupations de vos cibles

Quels éléments de rassurance apporter sur les mesures sanitaires prises, sur les conditions de réservation ?

…

Projeter mon offre et mes services dans le contexte actuel

Quels sont mes atouts dans le contexte actuel ?

Quelles adaptation/évolution de mon offre dans le contexte actuel ?

Sous quels angles puis-je valoriser mon offre et ses adaptations ?

S'adapter à l'actualité

Quels sont les évènements à venir ?

Quelles opportunités de communication m'offre l'actualité ?

…

Adapter sa communication à ses différents supports de com

Site web
Dois-je produire un contenu, une page dédiée pour ce message ?

Réseaux sociaux
Quel format, quel réseau social est le plus adapté à ce message ?
Dois-je avoir recours à la publicité ?

Sites de partenaires
Quelles mises à jours des information sur les sites partenaires ?
Quels sites pour relayer mon message, mon offre ?

Relation presse
Dois-je faire un communiqué de presse pour ce message ? Qui peut le relayer ? …

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

#1 Travailler les « contenus importants » sur votre site web en premier !

[Principe vis-à-vis des mesures sanitaires]

Annonce évidente sur votre page d'accueil

Page dédiée

+

FAQ sur les fiches « produit »

« Je touche quoi ? Je croise qui ? Je mange quoi ? »

…

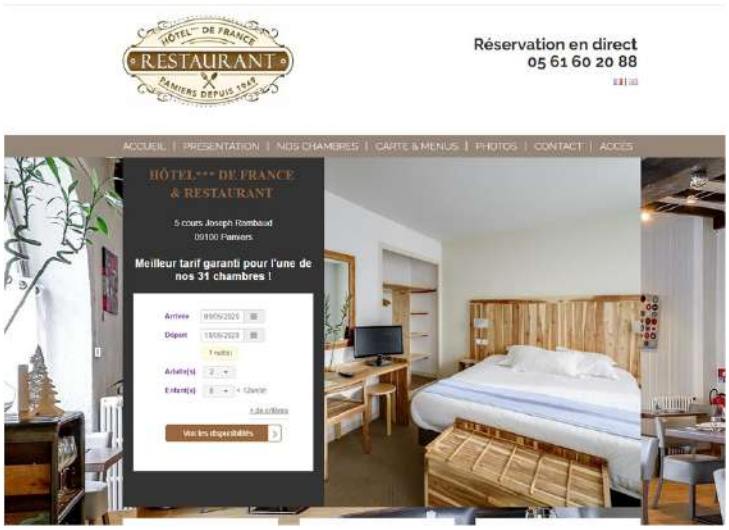
Traduction en communication

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]



?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

Attention au choix des images…

Attention au discours…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

?

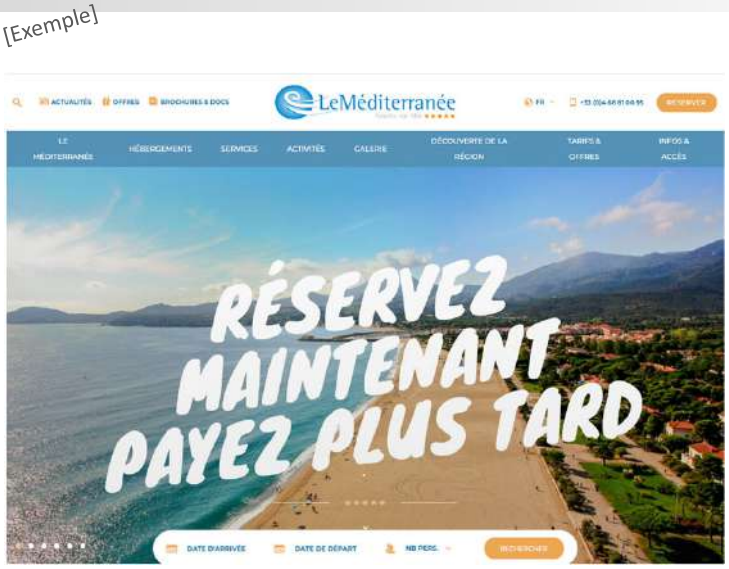
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

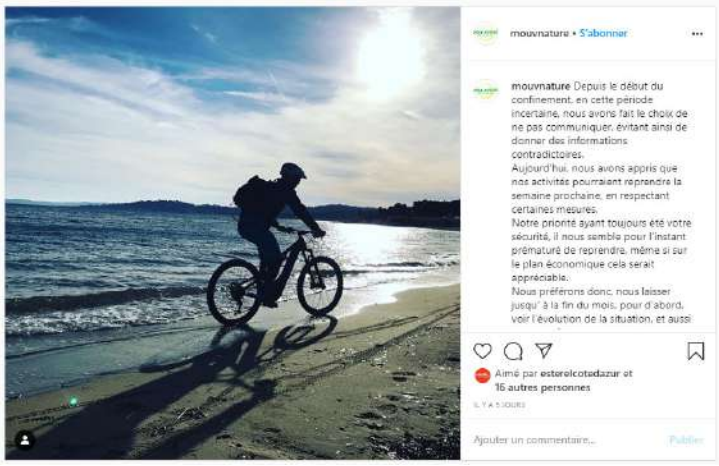
© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]



id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

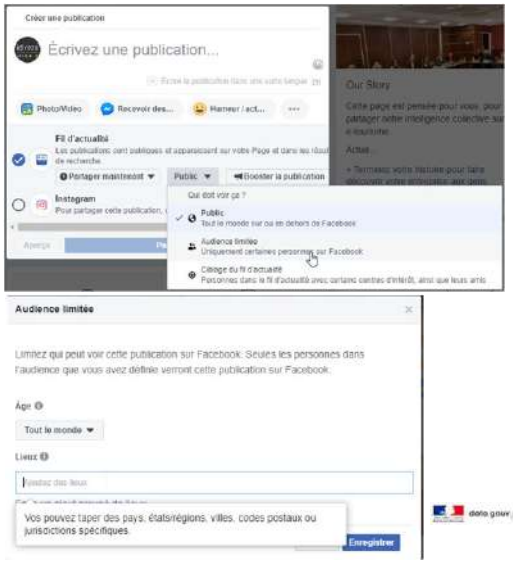


id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

#2 Ciblez vos messages !

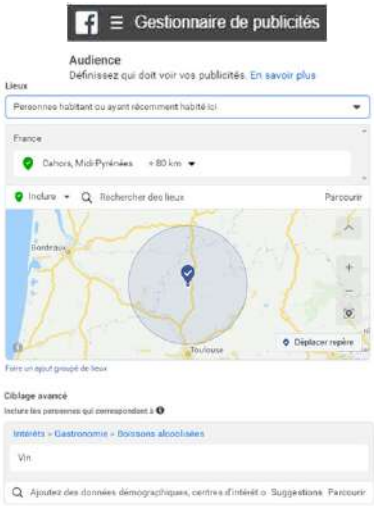


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

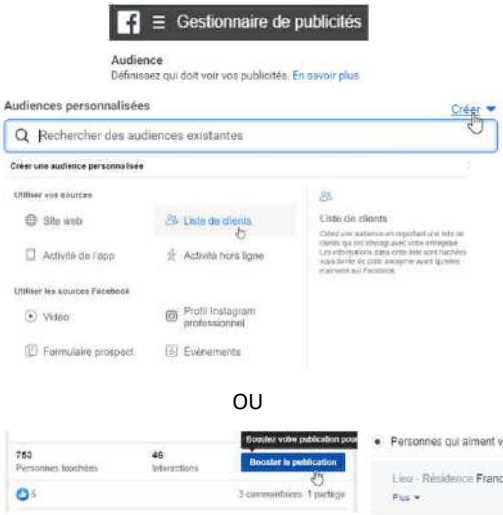
[en aparté]

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Conquête



Fidélisation



OU

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#3 Mettez les toutes chances de votre côté pour favoriser les interactions !

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

[Comprendre l'algorithme de Facebook]

Facebook détermine ce qui apparaît ou pas… dans les fils d'actualités des utilisateurs.

Intérêt d'un utilisateur par rapport à une page.
> Plus un utilisateur interagit avec une Page, plus Facebook aura tendance à lui montrer les publications de cette Page dans son fil d'actualités. *(PB : Les Pages ont bien moins de poids que les profils).*

Post = Performance de la publication avec les autres utilisateurs.
> Plus une publication a de l'engagement (likes, commentaires et partages), plus elle a de la visibilité.
L'origine des interactions est aussi un élément important. Si elles proviennent de personnes ou de Pages avec lesquelles, l'utilisateur a de l'engagement, la visibilité de la publication auprès de cet utilisateur sera accentuée. *(NB : La performance s'apprécie désormais plus par le volume et la taille des commentaires que par les likes).*

Creator = celui qui publie. Est-il bon ou mauvais ?
> Si une Page génère peu d'interactions en général, la portée de ses publications sera limitée.

Type = Le type de publication.
> Le contenu vidéo (préenregistré ou live) est privilégié par l'algorithme de Facebook, ensuite viennent les images et les liens.

Recency = La « fraîcheur » de la publication *(durée de vie courte)*

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

#4 Valorisez les expériences à vivre chez vous et sur votre destination !

https://www.chilowe.com/
https://www.audetourisme.com/fr/experiences/

https://www.reunion.fr/nos-experiences
https://www.avoriaz-aventures.com/micro-aventures

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

#5 Soyez bien veillant et n'hésitez pas à partager vos émotions (sincèrement) !

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

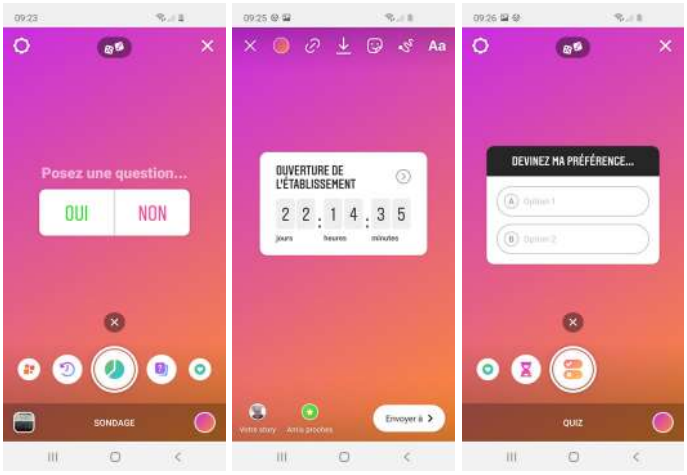
Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#6 Valorisez votre richesse humaine !

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

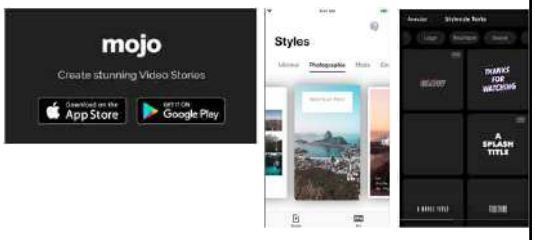
[Le format « Storie » est bien adaptée à la présentation d'équipe]



Quelques idées de Stories :

- Dévoiler les coulisses de l'entreprise.
- Partager un moment insolite dans votre structure.
- Proposer une offre spéciale de manière éphémère.
- Dévoiler en exclusivité des nouveautés.
- Compiler des contenus utilisateurs (photos Instagram) pour valoriser vos prestations ou votre destination.
- ...

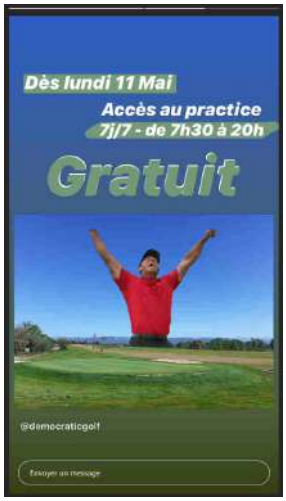
[Appli sympa pour faire des belles Stories]



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]



?

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

id-rezo

#7 Communiquez sur vos valeurs !

id-rezo
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#8 Appuyez-vous sur les contenus existants pour valoriser vos offres et vos services !

[exemple]

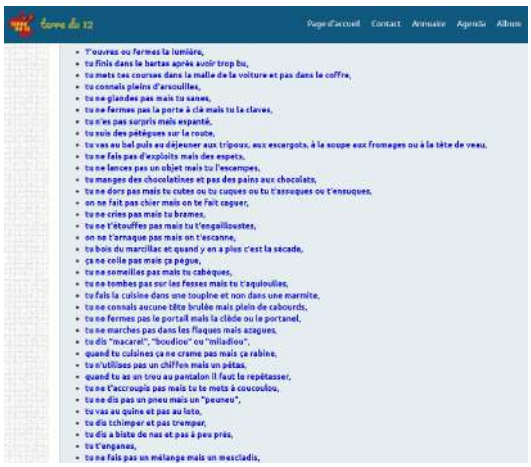
Offre de privatisation pour fêter dignement son anniversaire !

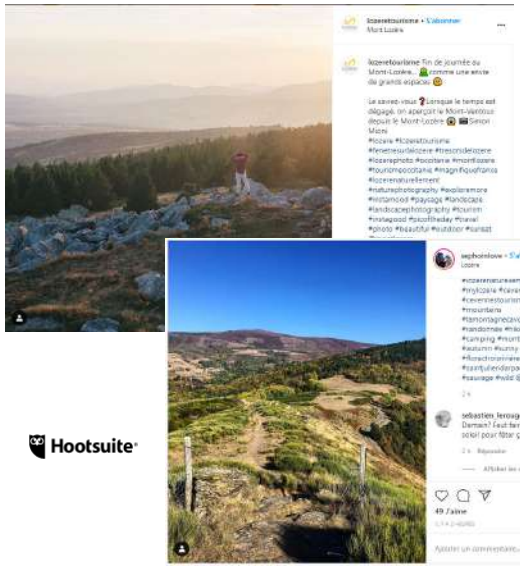
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

id-rezo
l'expertise e-tourisme

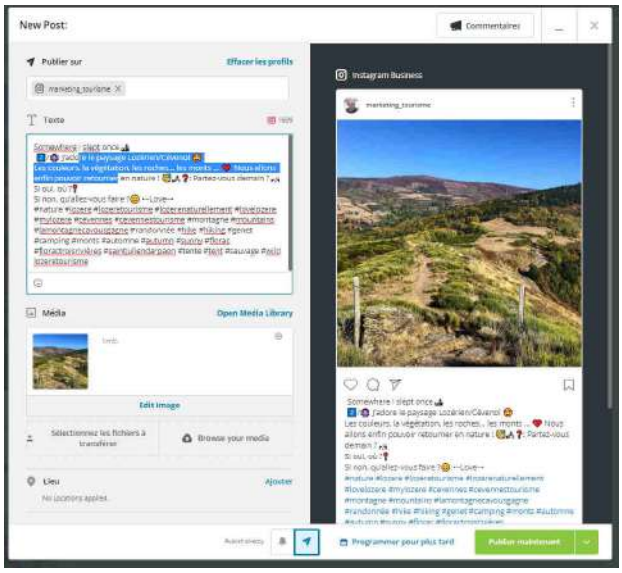




© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

id-rezo
l'expertise e-tourisme



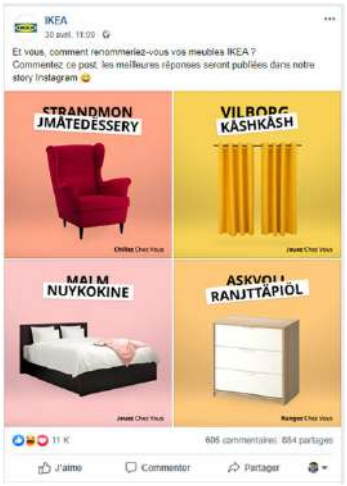
Hootsuite

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#9 Surfez sur l'actualité en faisant le lien avec votre structure, vos services, votre destination !



[exemple]

Le Festival de Cannes est reporté :-/
Montez les marches chez nous, vous serez reçu comme des stars ☺

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[En aparté]

Outils précieux : le calendrier des marronniers.

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

[Limitation des déplacements à 100 km]

[Fermeture des plages]

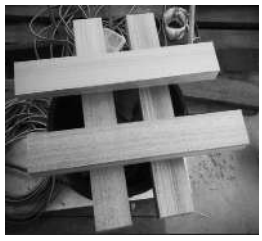
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

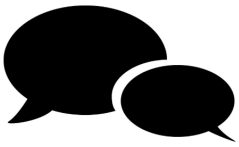
#10 Rassurez avec des contenus « utilisateur » !

A) Encourager la publication de photos par ses clients en séjour !

En mettant en scène votre hashtag dans de votre structure !



En le suggérant à vos clients !



B) Réutiliser les meilleurs contenus dans votre communication (avec l'autorisation)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

[En aparté]

Où est la vraie famille ?

[Faux]

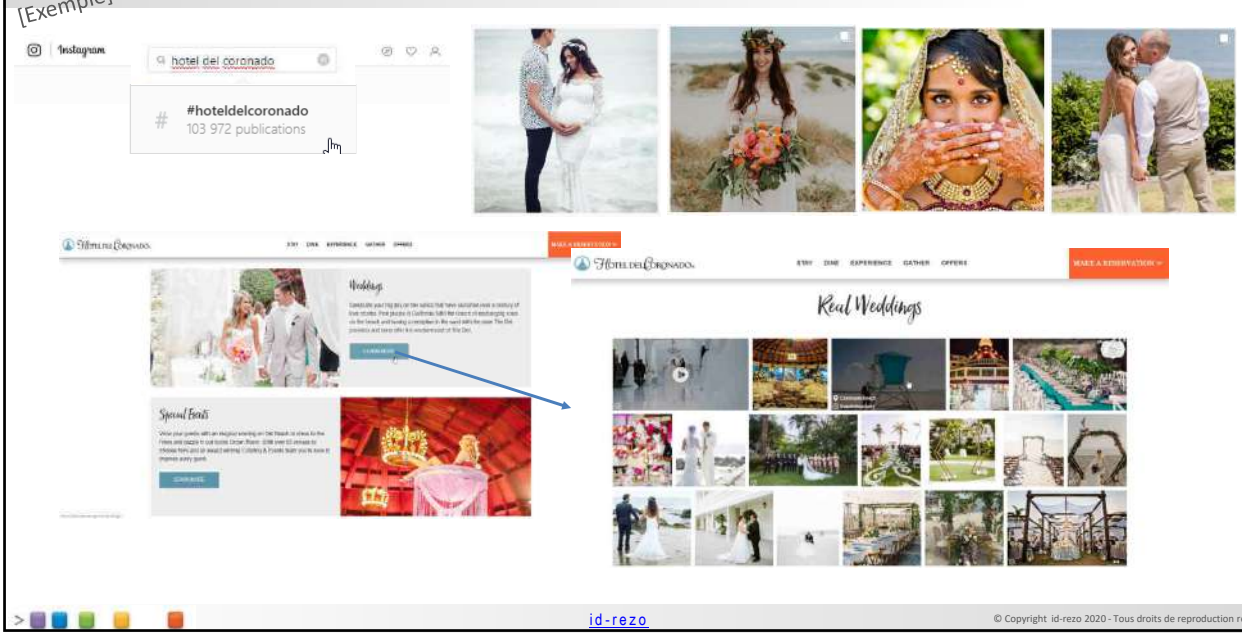
[Vrai]

Le « vrai » existe sur les réseaux sociaux, il faut l'encourager, le valoriser et oui… l'utiliser sur ses supports !

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés

En synthèse…

#1 Travaillez les « contenus importants » sur votre site web en premier !

#2 Ciblez vos messages !

#3 Mettez les toutes chances de votre côté pour favoriser les interactions !

#4 Valorisez les expériences à vivre chez vous et sur votre destination !

#5 Soyez bien veillant et n'hésitez pas à partager vos émotions (sincèrement) !

#6 Valoriser votre richesse humaine !

#7 Communiquez sur vos valeurs !

#8 Appuyez-vous sur les contenus existants pour valoriser vos offres et vos services !

#9 Surfez sur l'actualité en faisant le lien avec votre structure, vos services, votre destination !

#10 Rassurez avec des contenus « utilisateur » !

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

11 MAI 2020 – 10H00

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

MERCI BEAUCOUP POUR VOTRE ATTENTION

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

© id-rezo 2020 - www.idrezo.com
Tous droits de reproduction réservés