

Sommets – du tourisme

Prenons un nouvel élan



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Atelier 2

**Influence, nouveaux formats
digitaux : comment rentrer en
relation avec nos cibles ?**



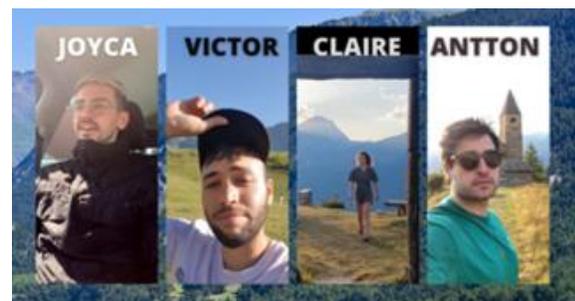
**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Intro

Partir en colo comme ses **tiktokeurs** préférés, aimer la montagne tout comme **Mc Fly et Carlito**, envoyer son petit dernier en classe découverte sous l'œil bienveillant de **Jamy**, imaginer sa future destination avec des **podcasts** et des photos inspirantes sur **Insta**, utiliser les conseils et services pratiques dispensés sur **Facebook**, être là dans les moments clés du parcours digital...



Intro

Nous allons nous interroger sur la **valeur symbolique du séjour** du point de vue des « **clients** » au regard des images et services proposés par nos organismes. En utilisant des leviers sensibles...et pratiques, il s'agit encore et toujours en 2021 de construire et **réinventer la relation à nos cibles** en hyper adaptant les contenus, les périodes de diffusion et en empruntant les bons canaux.

Après des années de croissance et d'obsession sur la taille de nos communautés, de nouvelles priorités s'ouvrent autour de l'**engagement des publics et de la qualité de la relation créée...**
pour enfin transformer ?

Intro

Avant-propos : Chiffres et panorama du Digital avec Nicolas de Dianous

 **Prendre le temps avec les PODCASTS** avec Elsa Lelandais

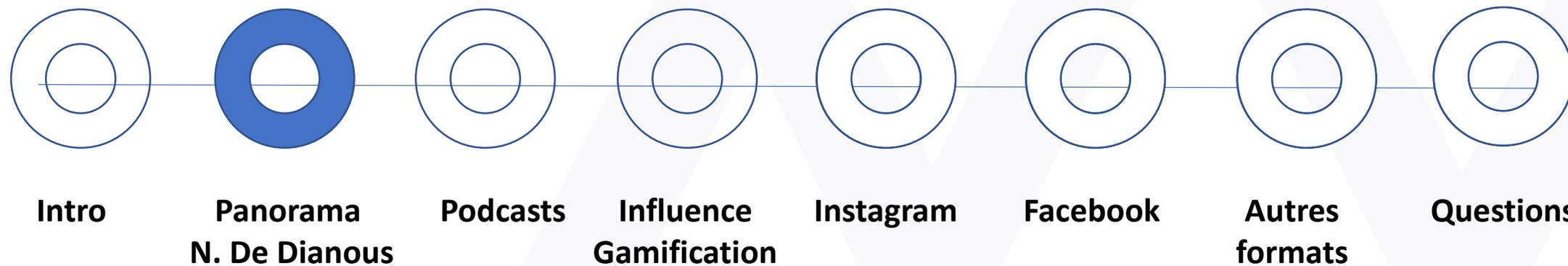
 **Mentors et nouvelles influences** avec Maxime Parraud

 **Instagram, fonction Horizon** avec Sébastien Martin

 **Facebook, espace de services** avec Anne-Sophie Robin

 **Autres formats digitaux** avec Aurélie Devif

Questions / Réponses avec Ghislaine Borie



Chiffres et panorama du digital avec Nicolas de Dianous

Les réseaux sociaux dans le monde

Nombre d'utilisateurs actifs par mois, 2021



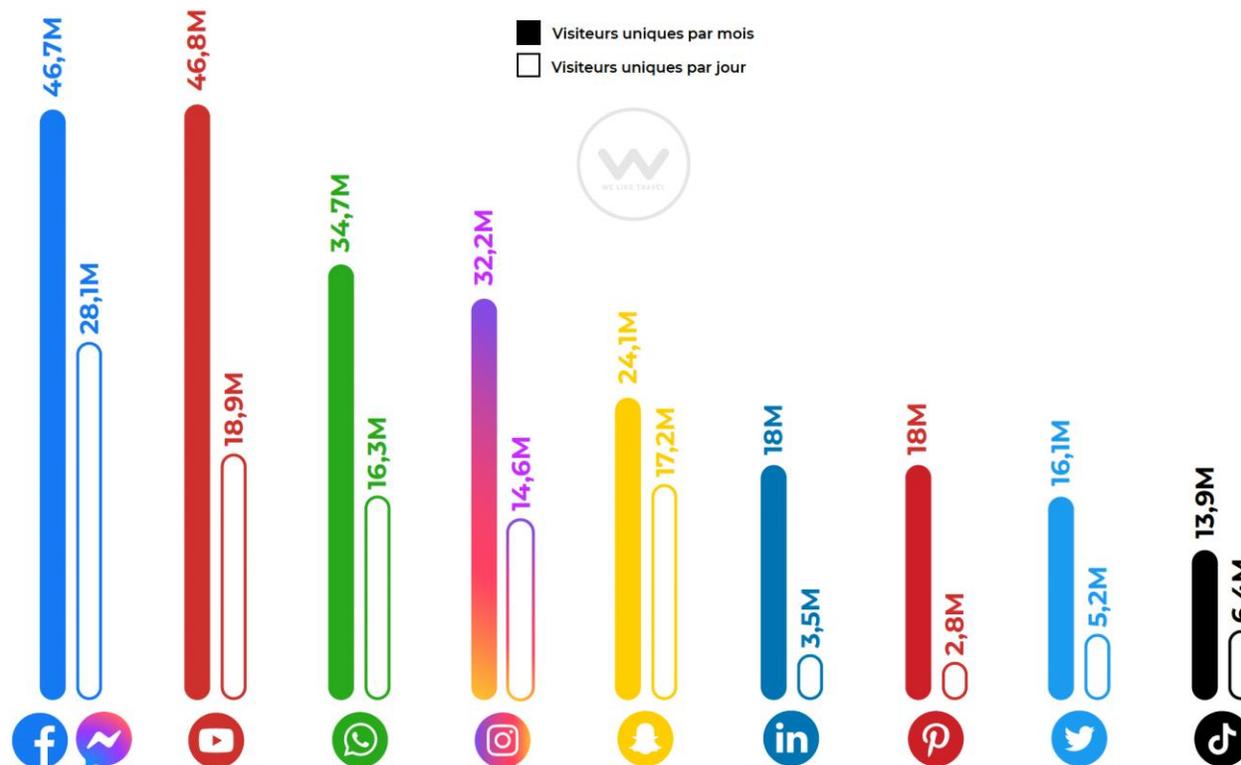
Dans l'ordre: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Messenger, WeChat, TikTok, Snapchat, Pinterest, Reddit, Twitter, LinkedIn



Chiffres et panorama du digital

Les réseaux sociaux en France

Audiences mensuelles Médiamétrie 2021



Dans l'ordre: Facebook & Messenger, YouTube, WhatsApp, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Pinterest, Twitter, TikTok

Chiffres et panorama du digital

L'opportunité de travailler
l'ensemble de vos KPIs marketing.



Découverte
NOTORIÉTÉ



Choix
CONSIDÉRATION



Réservation
CONVERSION



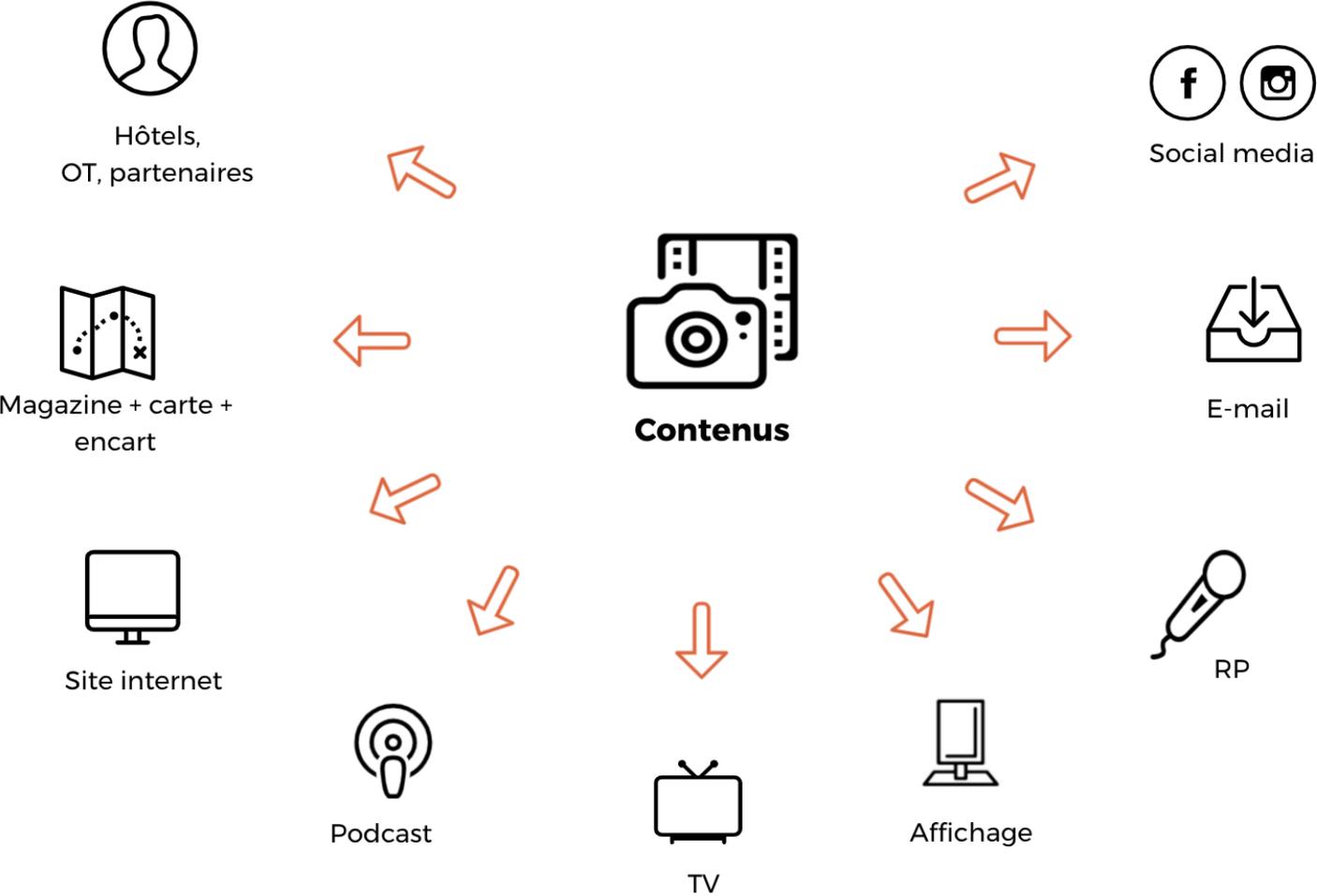
Séjour

01

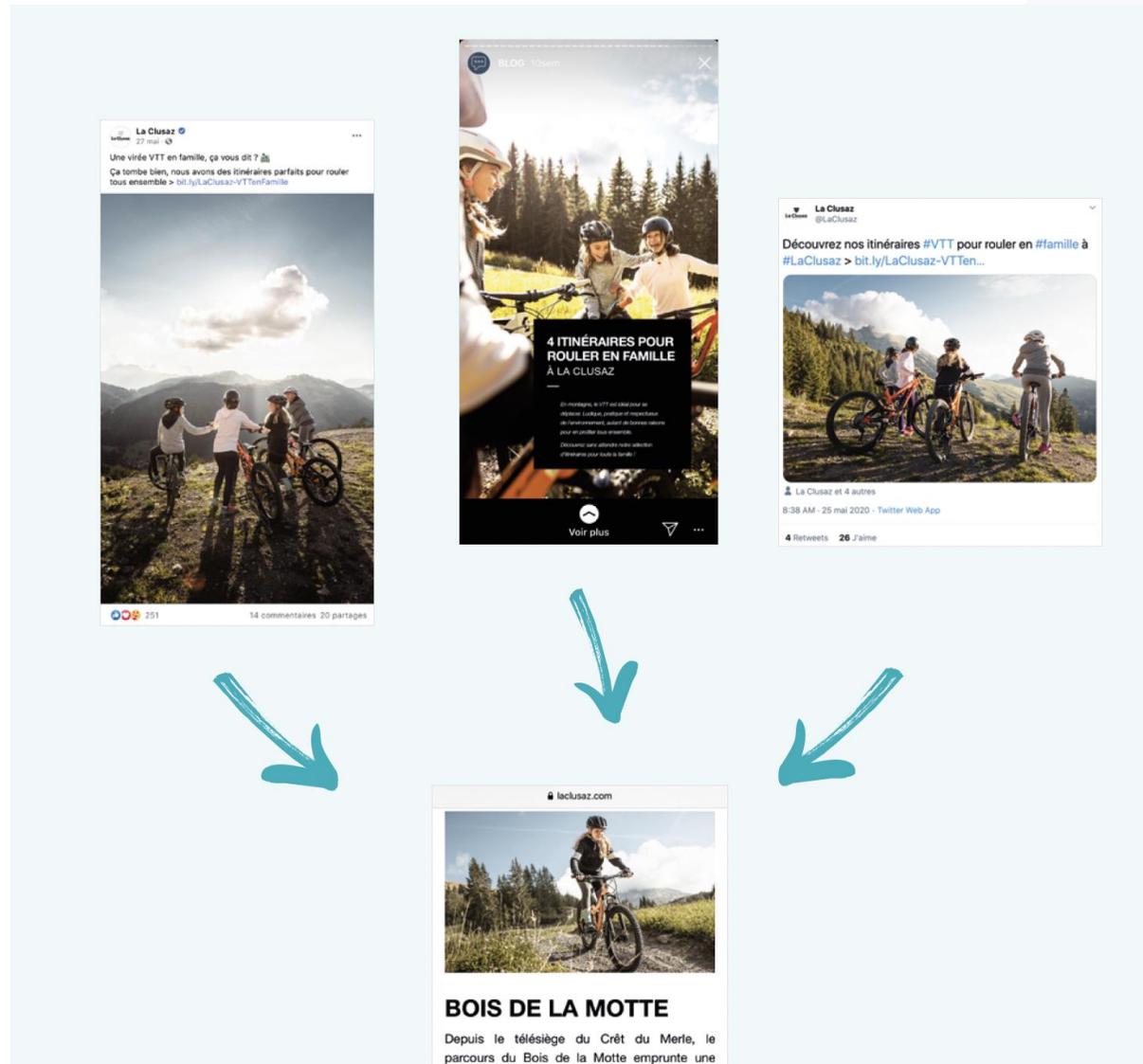
Moins mais mieux une communication digitale plus vertueuse

- Les aspirations deviennent des **revendications**.
- Les utilisateurs font le tri, le temps devient précieux, la **lassitude** est perceptible.
- Être utile aux clients, et se raconter avec **sincérité**.
- Mieux faire commence souvent par **moins faire**.
- Atteindre ses objectifs, ce n'est pas une exubérance de moyens. C'est une **créativité** de tous les instants.

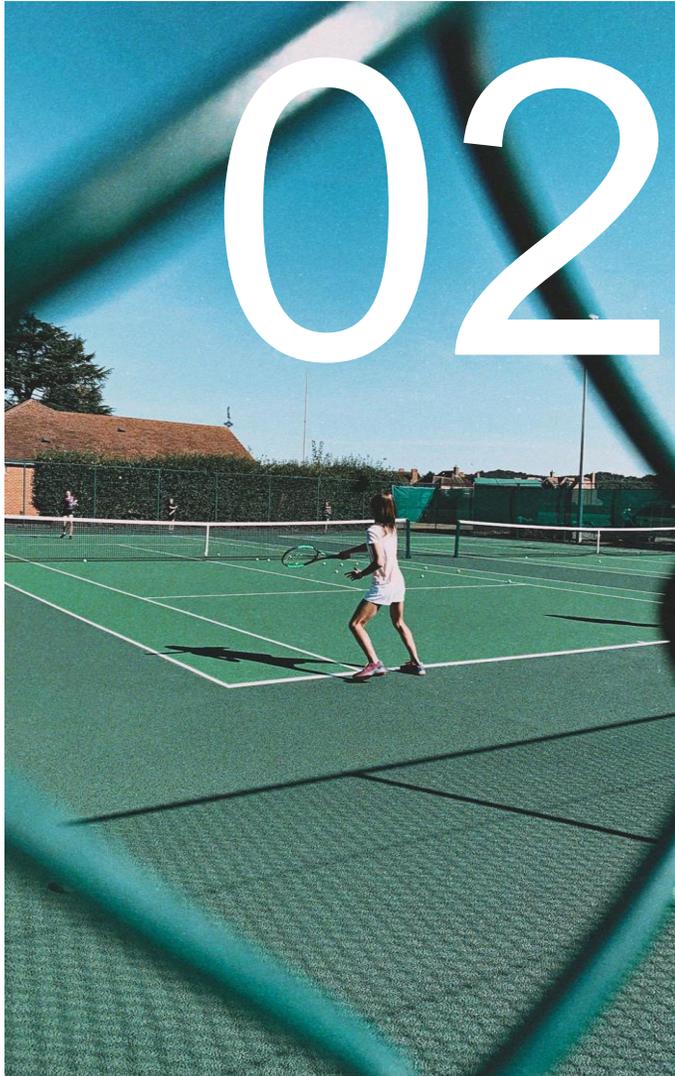
Protéiformisation de la stratégie digitale



Protéiformisation de la stratégie digitale



Protéiformisation de la stratégie digitale



Des contenus plus...

...longs, ...courts, ...sérieux, ...sonores, ...incarnés

- Être **sincère**, spontané et revenir à l'essentiel.
- **L'instagrammabilité** reste un critère décisif.
- Adapter son **brand content** et varier entre format court, long, détendu, sérieux...
- Miser sur le **direct** pour révéler l'authentique et le véritable. Il faut accepter de **dégrader la qualité**.
- Offrir une forme de **gamification**, pour renforcer la proximité.

Protéiformisation de la stratégie digitale

UNE INCARNATION EN FACECAM



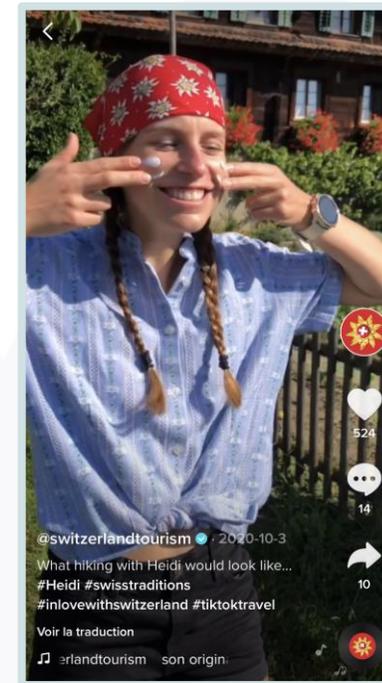
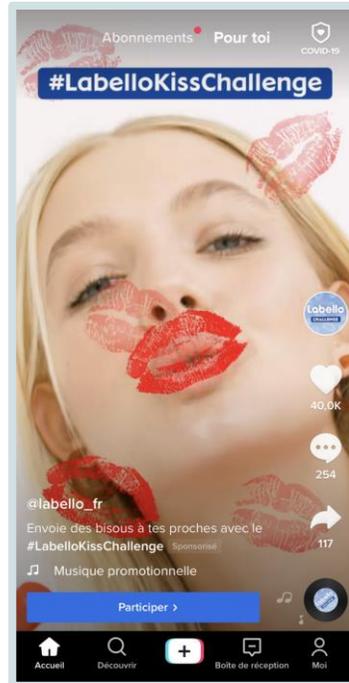
Protéiformisation de la stratégie digitale

DES CONTENUS LONGS ET SÉRIEUX



Protéiformisation de la stratégie digitale

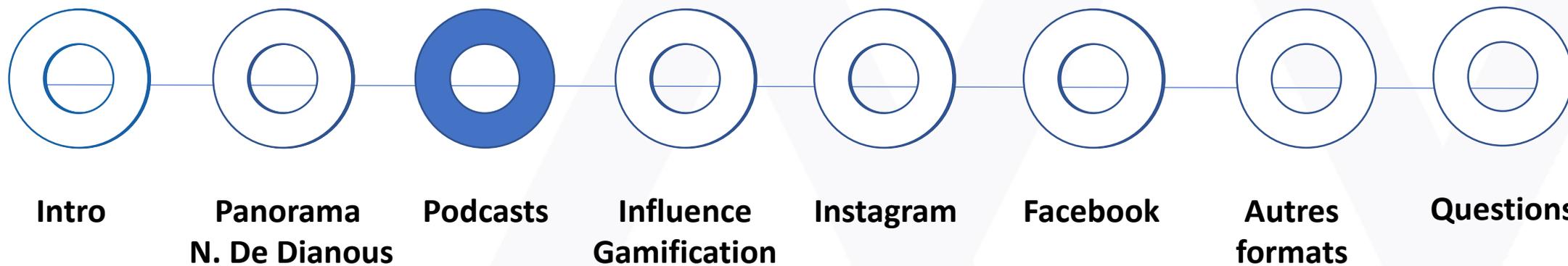
UNE GAMIFICATION OMNIPRÉSENTE



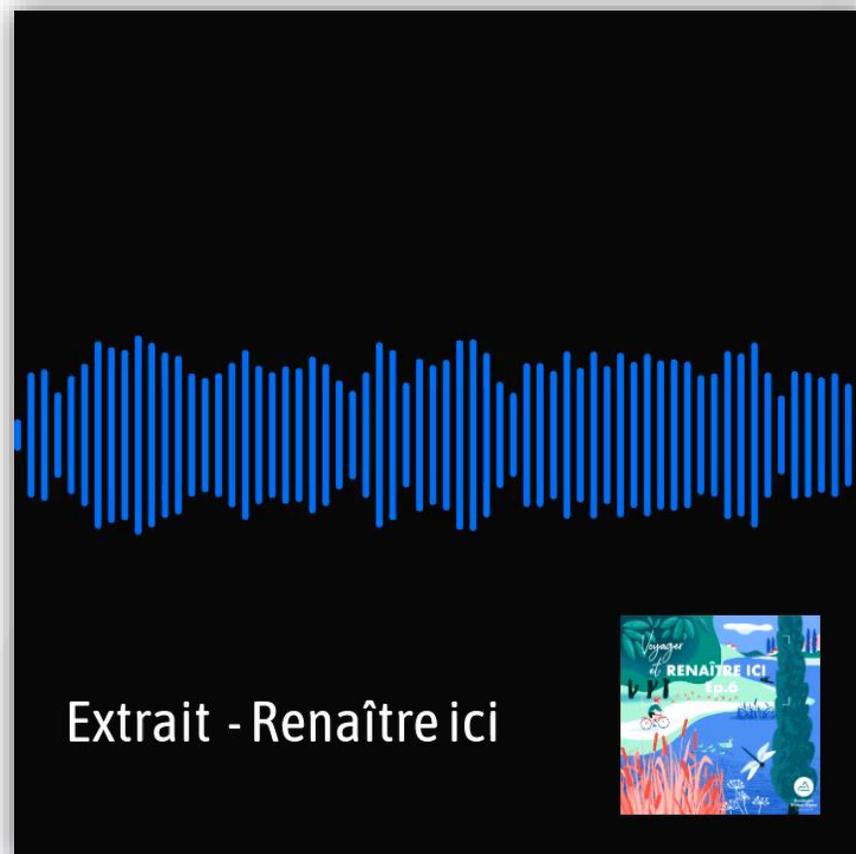
Protéiformisation de la stratégie digitale

DU SON ET DES HISTOIRES





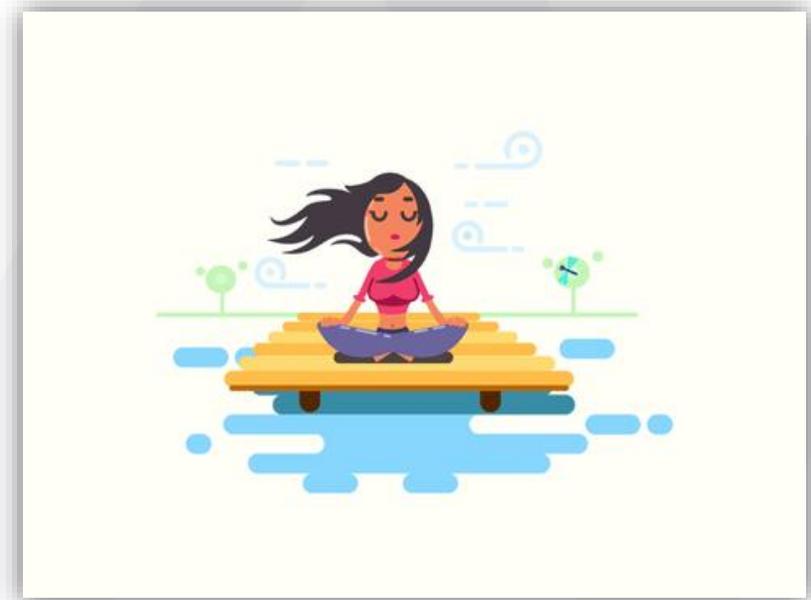
PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais



PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais

Procurer des sensations aux auditeurs

- Facilite **la concentration**
- L'impression d'**apaisement**
- Permet de **s'approprier le sujet**
- Donne un sentiment de **proximité** et d'intimité



PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais

S'imaginer sa prochaine destination

DISRUPTIF ET IMMERSIF

Envisager sa propre rencontre avec sa future destination
Façonner son rapport à son prochain voyage
Encourager un tourisme plus bienveillant



PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais

La série de podcasts "Renaître ici"

2 saisons en nature/en villes

- Raconter nos territoires de façon différente
- Une **téléportation sonore** pour déclencher des envies de voyage



16 épisodes
16 invités inspirants



Audience

+ de 64 000 écoutes (depuis juillet 2020)

+ 18 000 écoutes pour l'épisode **s'enforester** avec Baptiste Morizot

PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais

S'adapter aux usages des auditeurs



• Cœur de cible : Urbains, 25-40 ans

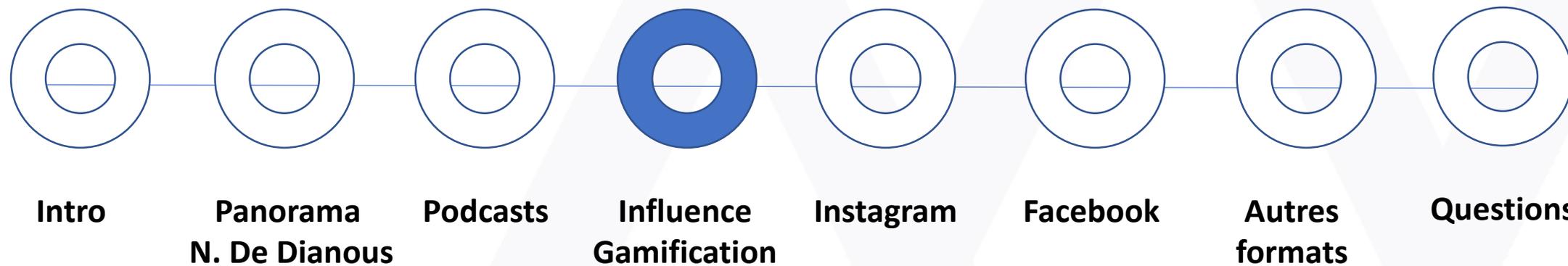
- Hôte/narrateur : la puissance évocatrice de la voix
- Ecriture : regard impactant, l'importance de la description
- sons spatialisés



PODCASTS, (re)prendre le temps avec Elsa Lelandais

Se calquer au rythme de son prochain voyage

- Parce qu'avec les podcasts c'est possible de **faire du digital en prenant le temps**
- Parce qu'à l'écoute de chaque épisode, on **donne le goût de l'évasion** on commence déjà les vacances



NOUVELLES INFLUENCES par Maxime Parraud

Deux types de publics

Des plateformes adaptées à chaque cible

Les jeunes

- Snapchat
- TikTok
- Twitch



Parents et Enseignants

- Facebook
- LinkedIn
- Blogs enseignants



NOUVELLES INFLUENCES par Maxime Parraud

Des mentors : McFly et Carlito, Antton, FitClaire...

Sommets 
- du tourisme
Prenons un nouvel élan 

Toucher les jeunes générations

L'importance de l'émetteur



NOUVELLES INFLUENCES par Maxime Parraud

Des incarnant & mentors pour les parents et enseignants

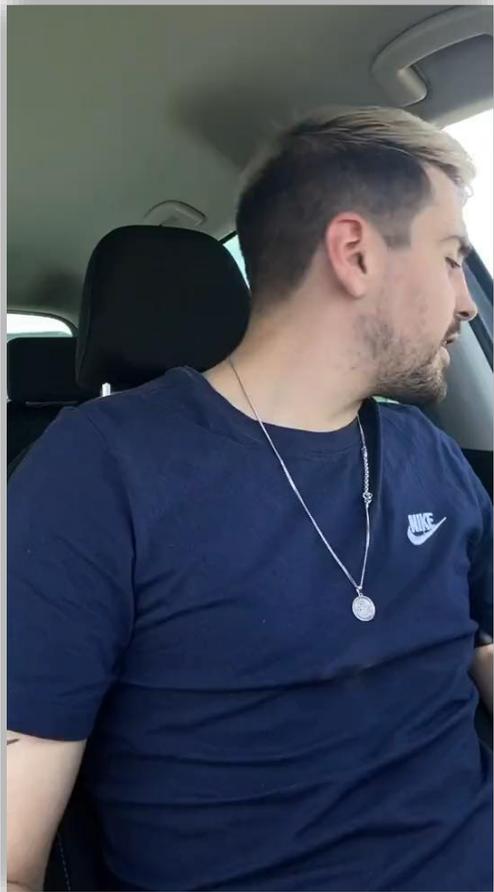
La classe grandeur nature

Cible : Les enseignants / Les parents



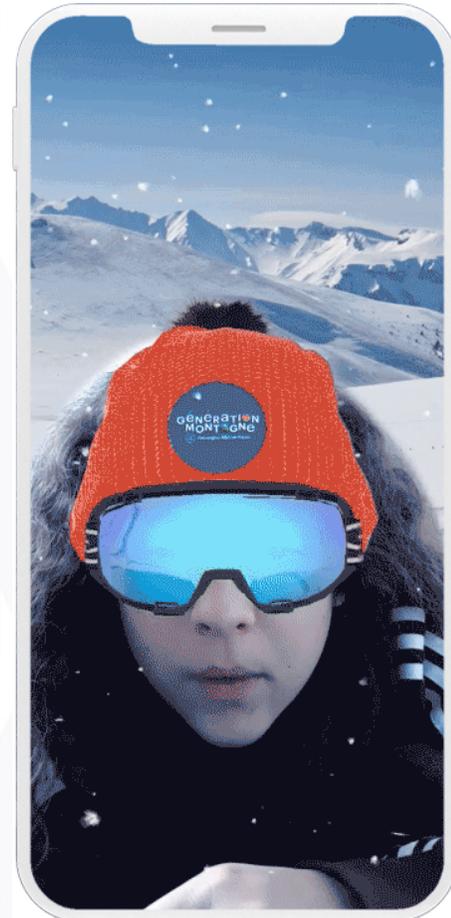
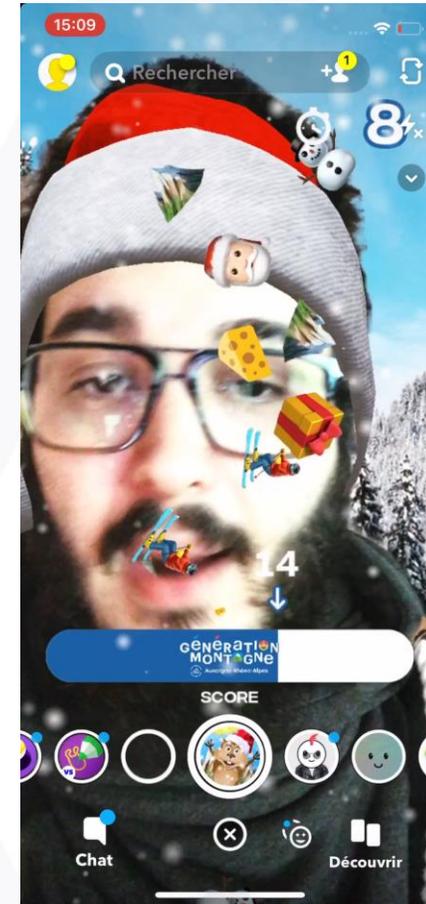
NOUVELLES INFLUENCES par Maxime Parraud

Gamification



Faire participer l'audience ciblée

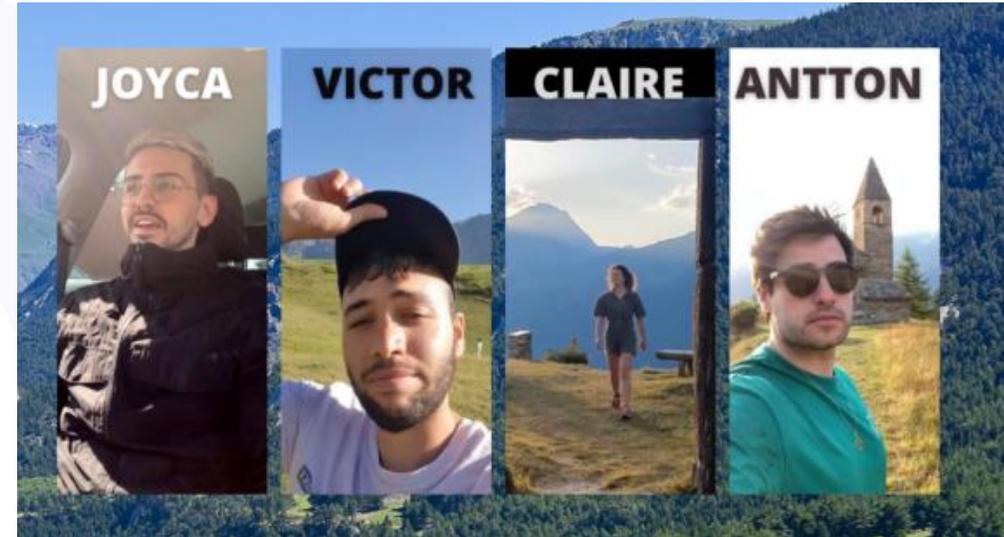
- Lens et filtres Snapchat
- Son TikTok

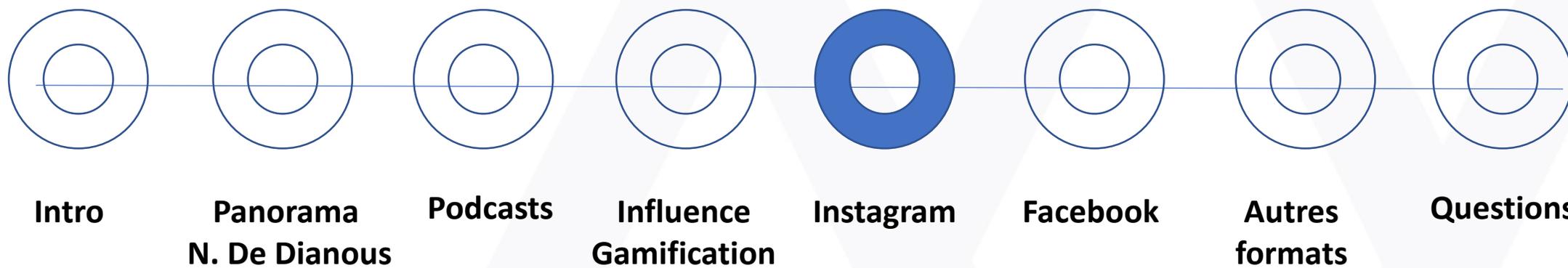


NOUVELLES INFLUENCES par Maxime Parraud

Résultats

- ☆ + 50 000 000 d'impressions
- ☆ De nouveaux contenus disponibles
- ☆ Trafic qualifié sur les sites internet
- ☆ Des réservations en direct après chaque passage des Best Jobers / Bruno Maltor





INSTAGRAM, fonction HORIZON par Sébastien MARTIN

Présentation stratégie



Séduire & Inspirer

Valoriser la région Auvergne-Rhône-Alpes et ses atouts touristiques



Se démarquer

Avoir une approche différenciante dans un contexte très concurrentiel



Esthétisme & créativité

Donner un ton artistique au compte grâce à une recherche iconographique de qualité



Approche éditoriale "magazine"

Les publications suivent une logique éditoriale qui consiste à présenter la région sous un angle : thématiques, destinations, prises de vues...



Les stories marquent le rythme du compte.

Chaque thème est annoncé par une story qui ouvre une série de posts sur le feed.



1 jour = 1 photo



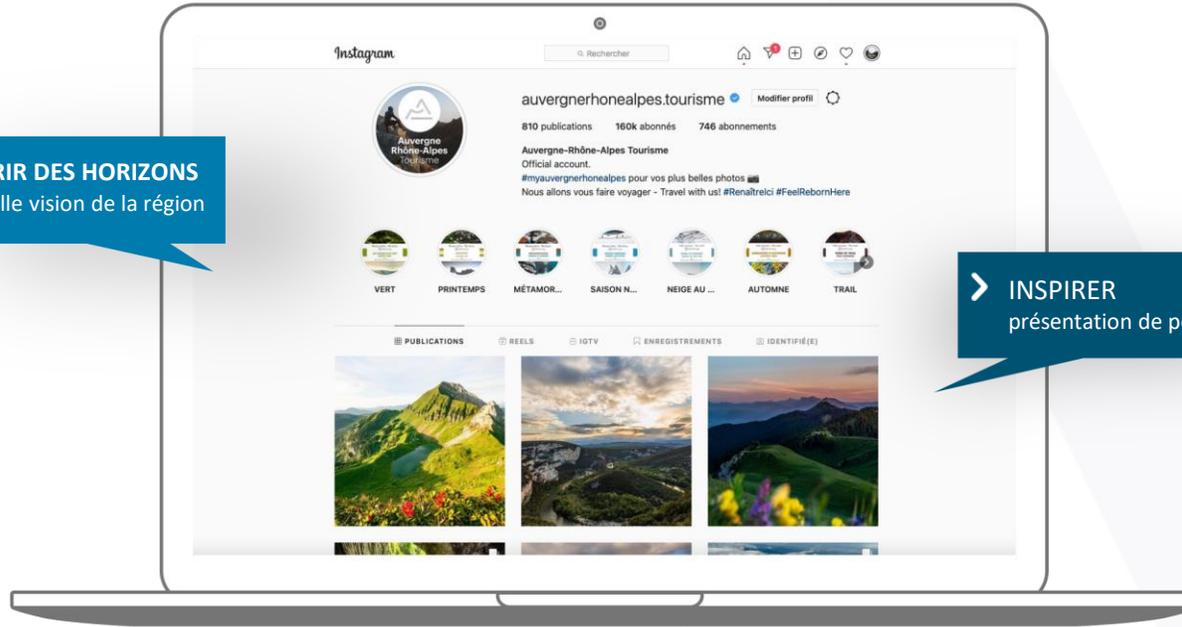
Une collection



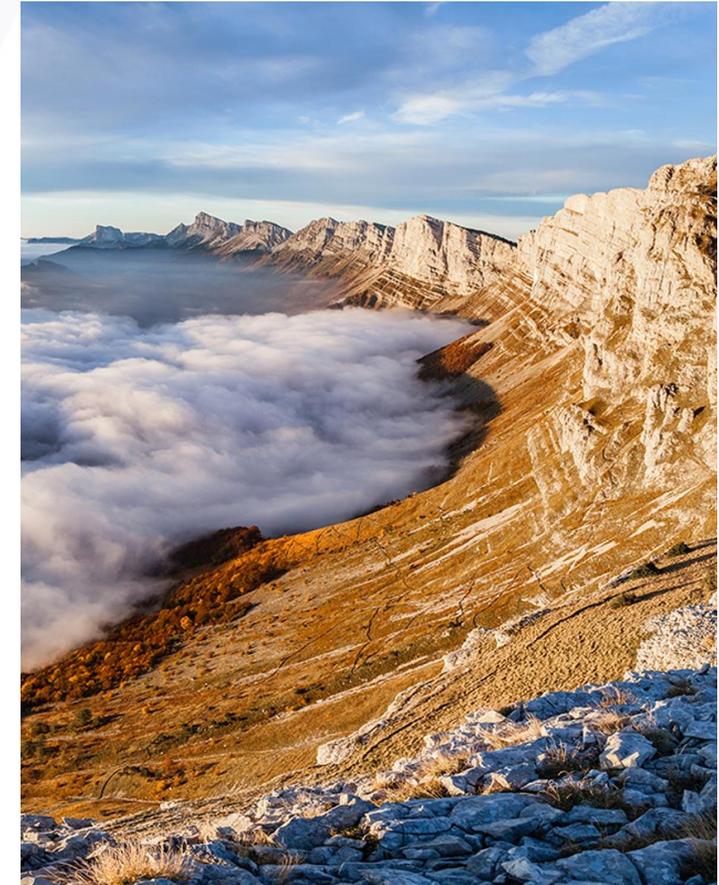
INSTAGRAM, fonction HORIZON par Sébastien MARTIN

Les codes Instagram Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

> **OUVRIER DES HORIZONS**
nouvelle vision de la région



> **INSPIRER**
présentation de pépites



INSTAGRAM, fonction HORIZON par Sébastien MARTIN

Les liens avec la communauté



Veille active

Suivi permanent des actions et interactions de la communauté



Créer du lien avec la communauté

Informier, partager, interagir, favoriser les échanges



Favoriser les synergies avec le territoire

Les comptes partenaires du territoire sont systématiquement liés aux contenus (#, identifications, légendes...)



Relation avec les auteurs et producteurs de contenus



INSTAGRAM, fonction HORIZON par Sébastien MARTIN

Chiffres et témoignages

La communauté
167 000 abonnés



Français

- Locaux
- Ile de France
- Pays frontaliers (Italie, Espagne, Allemagne)



Femmes

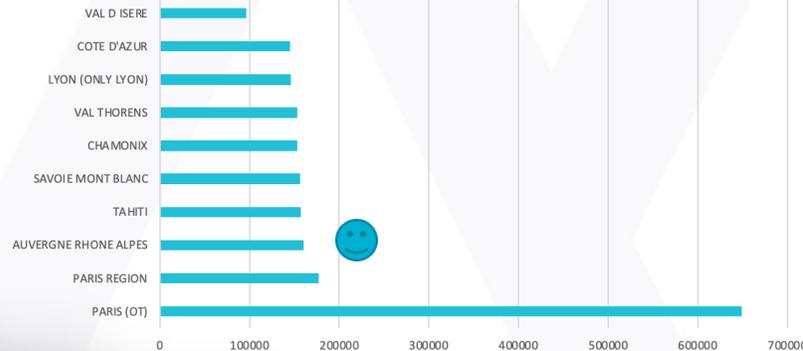
- 25/34 ans 35%
- 35/44 ans 21%
- 45/54 ans 16%
- 18/24 ans 13%



Hommes

- 25/34 ans 34%
- 35/44 ans 21%
- 18/24 ans 16%
- 45/54 ans 15%

3^e au TOP 10
des gros comptes touristiques français 



guillaume_asnc
En ligne

12:44

A mentionné votre nom dans sa story

LAC DE LESSY

15:48

Découverte de ce lac grâce à votre compte Instagram. Le lendemain à la première heure tout le monde en voiture direction le lac de Lessy ! Merci pour ce compte inspirant et surtout magnifique (à l'image de notre région 🤗).

Bonjour !

Je tenais à vous remercier pour vos conseils pour préparer notre séjour.

Je vous partage cette vidéo que j'ai réalisée, on y découvre des paysages de Haute-Savoie!

https://www.instagram.com/tv/CR4M3UDngwh/?utm_medium=copy_link

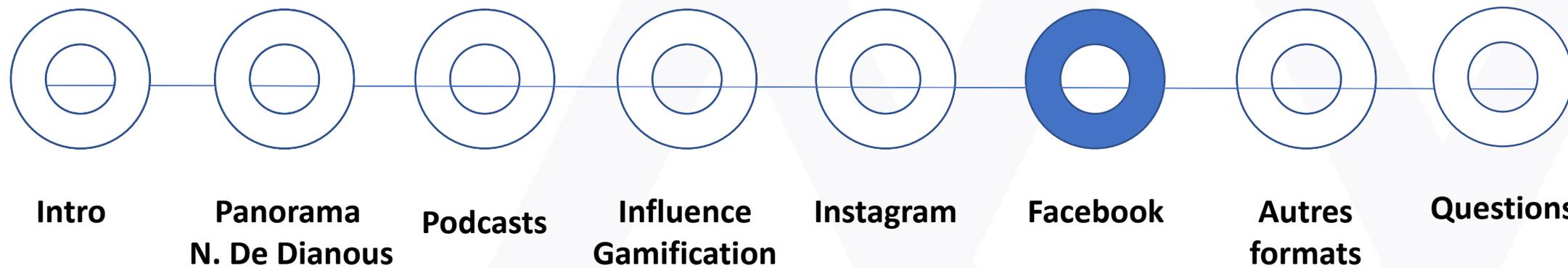
(vidéo également visible sur mon profil)

Vous avez indirectement contribué à la réalisation de ce projet !

Encore merci ! Bonne continuation !

Florian

Merci votre message nous fait vraiment plaisir 🙏



FACEBOOK au service de sa communauté de fans

La liste d'envies

La page Facebook Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

 un **storytelling** qui se décline en **liste d'envies** ✓

Depuis la crise de la Covid, l'éditorialisation de la page a vu son ADN évoluer pour permettre à sa communauté de fans de s'évader **concrètement** ou **virtuellement**.

✓ La liste d'envies est une **liste consommable** à ✓ court, ✓ moyen ou ✓ long terme.

→ Chaque fan va pouvoir cocher ses envies au rythme des publications & les consommer à son propre rythme.

? Ses commentaires, interrogations ou, questionnements sont systématiquement likés, appréhendés ou répondus. La notion de services s'étend jusqu'à la transformation éventuelle de la liste d'envies qu'il s'est appropriée...

? **également sur Messenger** : Elles vont au-delà des questions relatives à un post / Questions sur des WE, des activités à faire proches de chez soi / Activités en famille / Demande sur des séjours, des conseils sur les activités à pratiquer sur un lieu de vacances et/ou WE

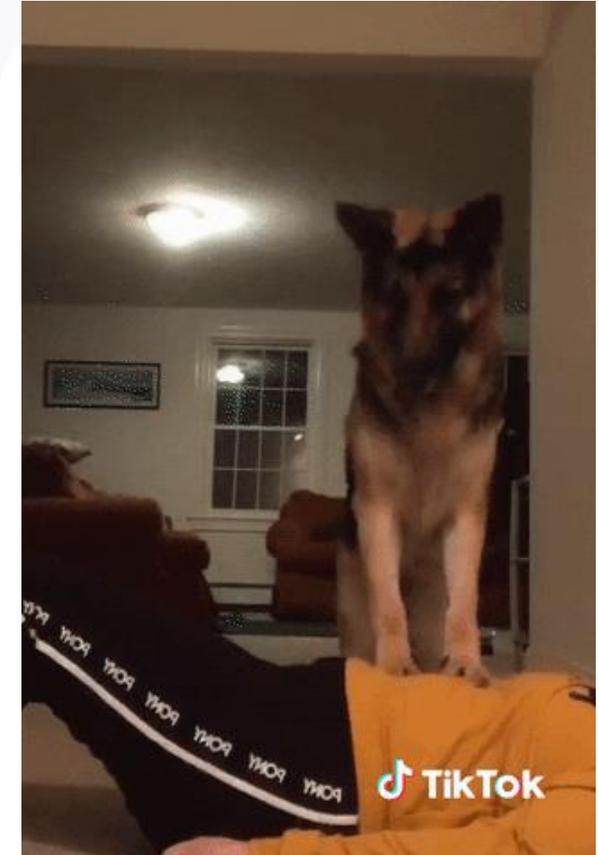
FACEBOOK au service de sa communauté de fans

Questions fréquentes

Les  sont-ils admis sur le site ou dans l'hébergement proposé ?

Questions fréquentes

Nous sommes une 
 de 4 personnes,
lyonnais, nous souhaitons
faire de la luge cet hiver.
Où pouvons-nous nous
rendre pour une journée ?



FACEBOOK au service de sa communauté de fans

Les offres spéciales fans



Des offres spécialement dédiées à nos fans et négociées avec nos partenaires pour leur proposer des avantages exclusifs sur une destination ou une activité.



Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Écrit par Anne-Sophie Robin [?] · 6 septembre 2020, 15:00 · 🌐

OFFRE EXCLUSIVE 🎁
Bénéficiez de cette offre WAAA! 🎉 & profitez des 35 hectares du Parc Walibi Rhône-Alpes (Officiel) & de ses nombreuses attractions 🎢
Réservez ici 📍 http://bit.ly/Offre_Walibi
Alpes Ishere

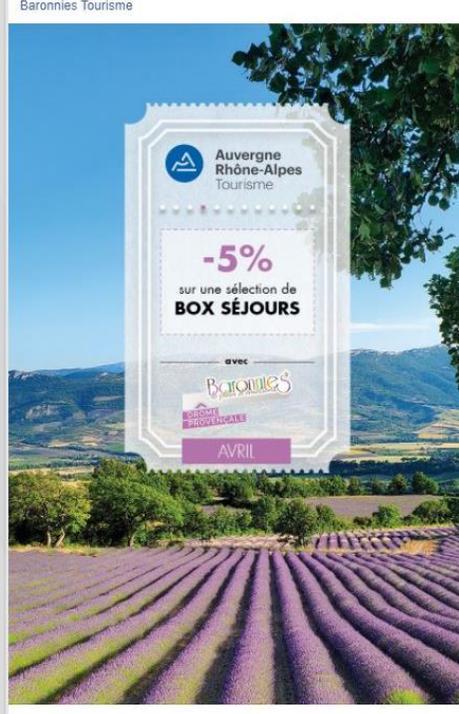


Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
22€
le billet d'entrée
au lieu de
34€
avec
WALIBI
RHÔNE-ALPES
SEPTEMBRE

1 Personnes touchées 0 Interactions [Booster la publication](#)

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Écrit par Anne-Sophie Robin [?] · 4 avril 2021, 14:00 · 🌐

OFFRE EXCLUSIVE 🎁
Offrez-vous un séjour nature & plein air 🌿 dans les Baronnies pour les beaux jours & en toute sérénité 🌞
Réduction de 5% avec le code : FANSBARONNIES
Profitez-en ici 📍 http://bit.ly/Offres_Fans_Baronnies
Baronnies Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
-5%
sur une sélection de
BOX SÉJOURS
avec
BARONNIES
PROVENCE
AVRIL

[Booster la publication](#)

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Écrit par Anne-Sophie Robin [?] · 4 octobre 2020, 15:00 · 🌐

OFFRE EXCLUSIVE 🎁
Découvrez le + grand parc de miniatures animées en France 🎢 à prix réduit 🎉
Réservez ici 📍 http://bit.ly/Offre_MiniworldLyon
Mini World Lyon Lyon



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
3€
de réduction
sur les billets datés*
avec
MINI WORLD
LYON
OCTOBRE

[Booster la publication](#)

FACEBOOK au service de sa communauté de fans

Les posts Week-End



Le service proposé via Facebook va encore plus loin avec des posts à tiroir pour le WE où le fan va pouvoir piocher activités, hébergements et restaurants pour construire son propre WE adapté à ses envies



FACEBOOK au service de sa communauté de fans

Typologie de nos fans

33 % d'  67 % de 

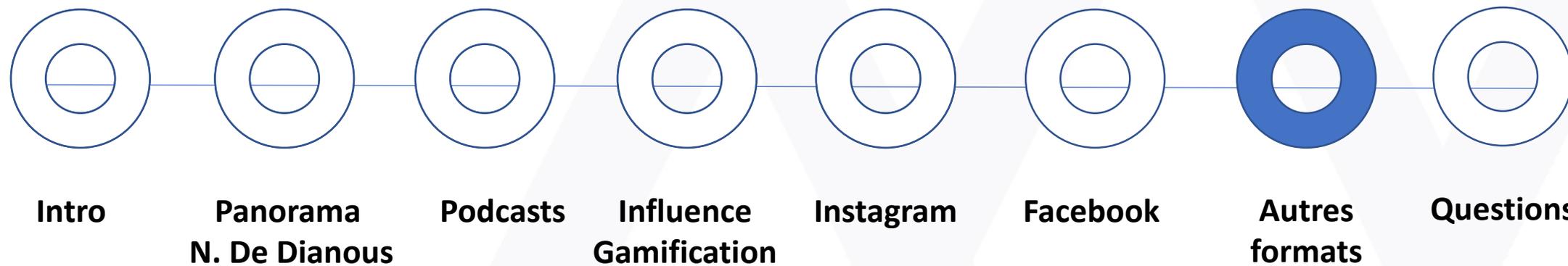
830 000 

52 % des fans ont entre 25 et 44 ans 

41 % des fans ont entre 45 et 65 ans et plus



Question ouverte : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme a créé une plateforme collaborative d'offres touristiques bienveillantes ! Un nouveau service, un guide pour mieux voyager  Notre page FB va relayer des envies, des sorties testées par des éclaireurs ou des activités repérées par la team Partir Ici !



Autres formats DIGITAUX

Etre là dans les moments clés du parcours digital



Public intrarégional géolocalisé :
millennials, tribus & familles



Brut.

Outdoor Parcs & Montagne

Public national

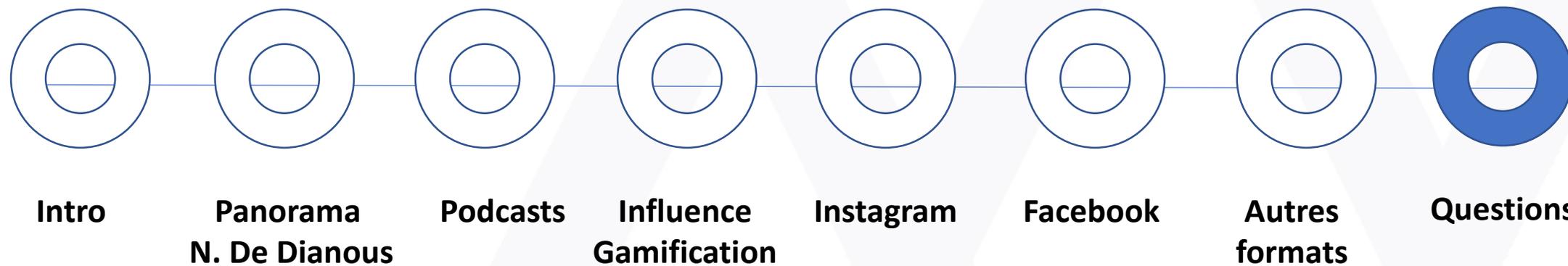
"famille Decathlon" et "profils CSP+"

Leboncoin

Veepee 

FORCLAZ

DECATHLON



QUESTIONS/REPONSES avec Ghislaine BORIE



Merci de votre attention