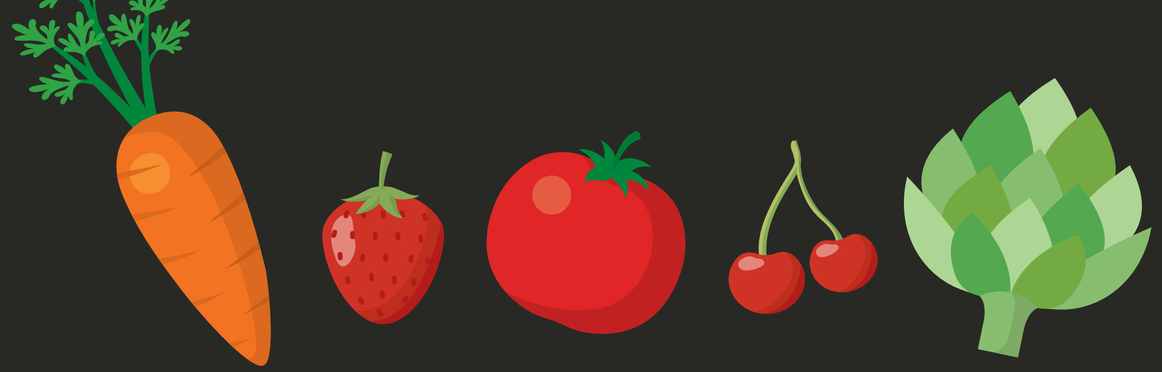
semply School

TOURISME Loiret



WEBINAR SPECIAL CRISE N°3

Atelier pratique “Instagram” et “Statistiques”
COMMENT PRÉPARER AU MIEUX LA REPRISE

SESSION DE FORMATION #7MAI2020

INSPIRER VOS COMMUNAUTÉS

VOS INTERVENANTS

Benjamin Atlani

Expert E-Tourisme

semply.digital

Matthieu Riviere

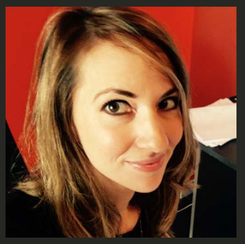
Expert Community Management

Julien Aubrat

Directeur Adjoint

Célia Berger

Responsable du pôle Structuration



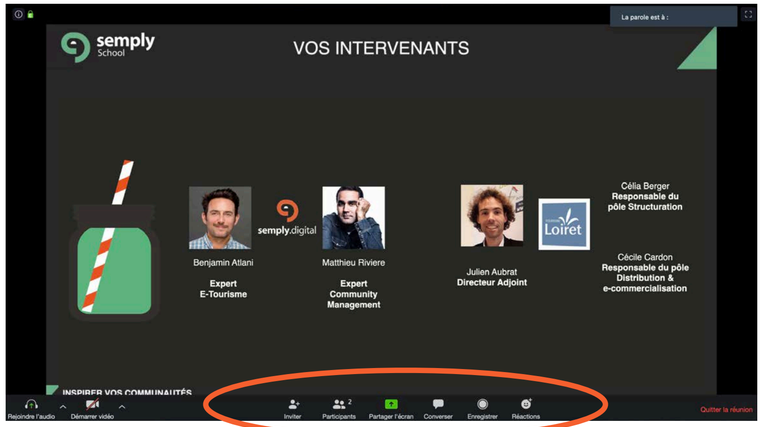
Claire Jamin

Responsable Publication Instagram

LES REGLES DU WEBINAR

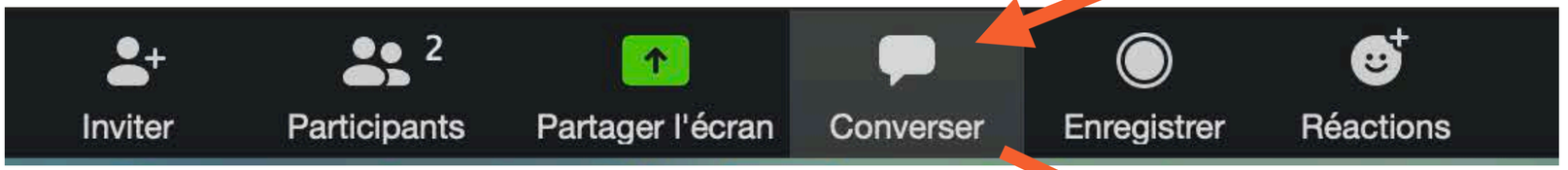
En 1er lieu : **30 à 45 minutes de présentation**

Puis en fin de session : **15 à 20 minutes de questions réponses.**

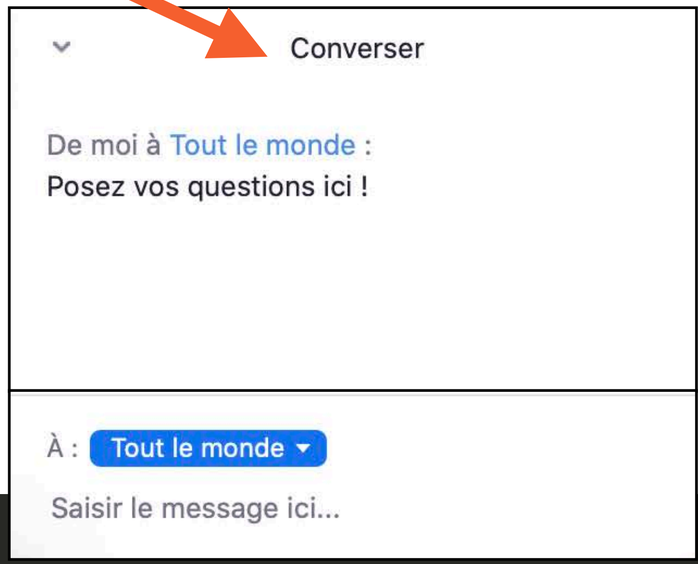


Pour poser vos questions :

1. Dans la barre menu en bas
2. Bouton Converser



3. Puis « A TOUT LE MONDE »
4. Ecrivez votre message



LA PAROLE À…

Julien AUBRAT

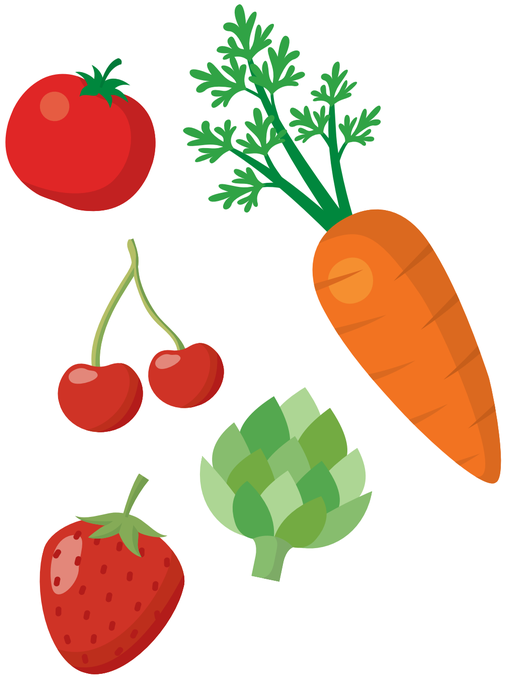
DIRECTEUR ADJOINT

TOURISME Loiret

WEBINAR SPÉCIAL CRISE N°3

COMMENT PRÉPARER AU MIEUX LA REPRISE

1. Réponses à vos questions posées lors du 2nd webinaire
2. Atelier “Bien publier sur Instagram”
3. Atelier “Statistiques & Réseaux Sociaux”
4. Questions/Réponses



Tous droits réservés - Reproduction interdite

1. RÉPONSE À VOS QUESTIONS

Posées lors du précédent Webinaire
et via le questionnaire de satisfaction

Vos interrogations sur…

La modération sur les réseaux sociaux

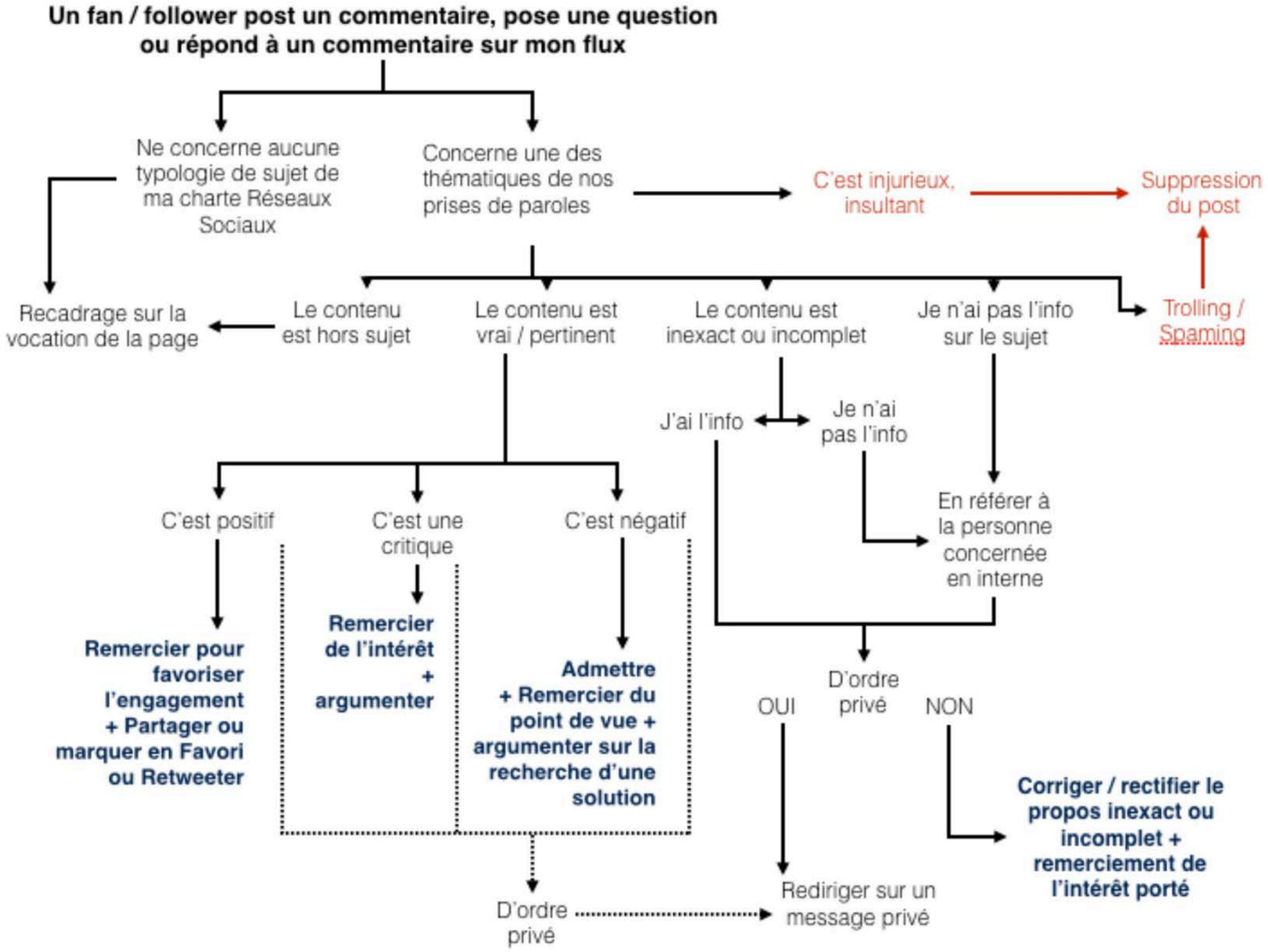
La Modération

Quelles réponses apporter lorsque les commentaires sont négatifs, voire polémiques ?

Supprimer ne va t il pas jeter de l'huile sur le feu ?

Comment modérer les propos de certains ?

Un exemple au hasard : la cause animalière lors de fêtes médiévales



Tous droits réservés - Reproduction interdite

Vos interrogations sur…

Les sujets à aborder sur d’autres réseaux sociaux

Présence sur les autres réseaux ?

Sujet abordé au 2nd webinaire. Consultez-le replay si besoin

Est-il pertinent d'être sur Linkedin pour le tourisme ?

Snapchat ? Tiktok ?

Cela dépend de votre cible, des personnes que vous souhaitez toucher.
Si vous avez une cible affaires, Linkedin peut être intéressant.
Tiktok va toucher les 13-20 ans majoritairement
Snapchat les 20-25 ans

Etude de cas ?

Serait il possible d'étudier un cas pratique : construction, publication, d'une bonne ou mauvaise communication.

J'aimerais avoir des exemples de bonnes pratiques pour pouvoir avoir des exemples plus précis sur les stories.

Inspirez-vous de ce que fait Tourisme Loiret…
Ou cherchez dans votre secteur d’activité les pages les plus actives.
Abonnez-vous, suivez ces comptes et adaptez les pratiques qui vous paraissent pertinentes.

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Les sujets à aborder sur vos réseaux sociaux

Jeu Concours

Où trouver les règles pour organiser un concours ?

Le règlement de jeu :
> Obligatoire
> Dépôt chez huissier facultatif
> Schéma d'écriture précis

> Dénomination de l'organisateur
> Conditions et modalités de participation
> Process de désignation des gagnants
> Descriptif des dotation(s) et mode d'attribution
> Dédouanement du réseau social sur lequel il est diffusé
> Informations CNIL/RGPD sur l'utilisation des données recueillies

Des infos complémentaires ici :
https://www.blogdumoderateur.com/jeu-concours-facebook-regles/

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Vos interrogations sur…

Les sujets à aborder sur vos réseaux sociaux

Vidéos

Quand nous mettons une vidéo sur facebook, est-il intéressant de parler ou de ne faire que de la vidéo?

Les vidéos sont en lecture automatique et sans son.
Mais mettre de la voix peut avoir de l'intérêt pour raconter votre histoire.
Dans ce cas, il convient d'ajouter des sous-titres.

Formations

Je suis nulle avec les réseaux sociaux existe-t'il des webinaires pour les nuls ?

Oui il existe plusieurs solutions pour se former en ligne.
L'animateur numérique de votre office de tourisme ou de votre ADT peuvent également vous accompagner pour débuter

Citer d'autres comptes

Taguer des comptes affinitaires favorise t il la portée organique de nos posts ?

Oui… Si le compte cité participe à la conversation (like, partage, commente). Ainsi ses fans vous verront. Egalement, il faut s'assurer que le compte ait un minimum de fans (avec une communauté supérieure à la vôtre, pour commencer).

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Vos interrogations sur…

Les sujets que nous allons aborder aujourd'hui

Lien en bio

Concernant instagram, je vois souvent écrit lien en bio…
Je ne les trouve pas !

Pour rappel, le seul lien clicable sur Instagram est dans le profil de présentation (appelé la bio)

Meilleurs moments pour publier ?

Y a t il des meilleurs moments (jours/horaires) pour publier sur Facebook ?

Quels sont les jours de publication recommandés ?

Les horaires de publication sont-ils importants pour la visibilité de la publication ?

Quels jours ou heures de pointes sur les réseaux pour un max d'interactions sur nos publications ?

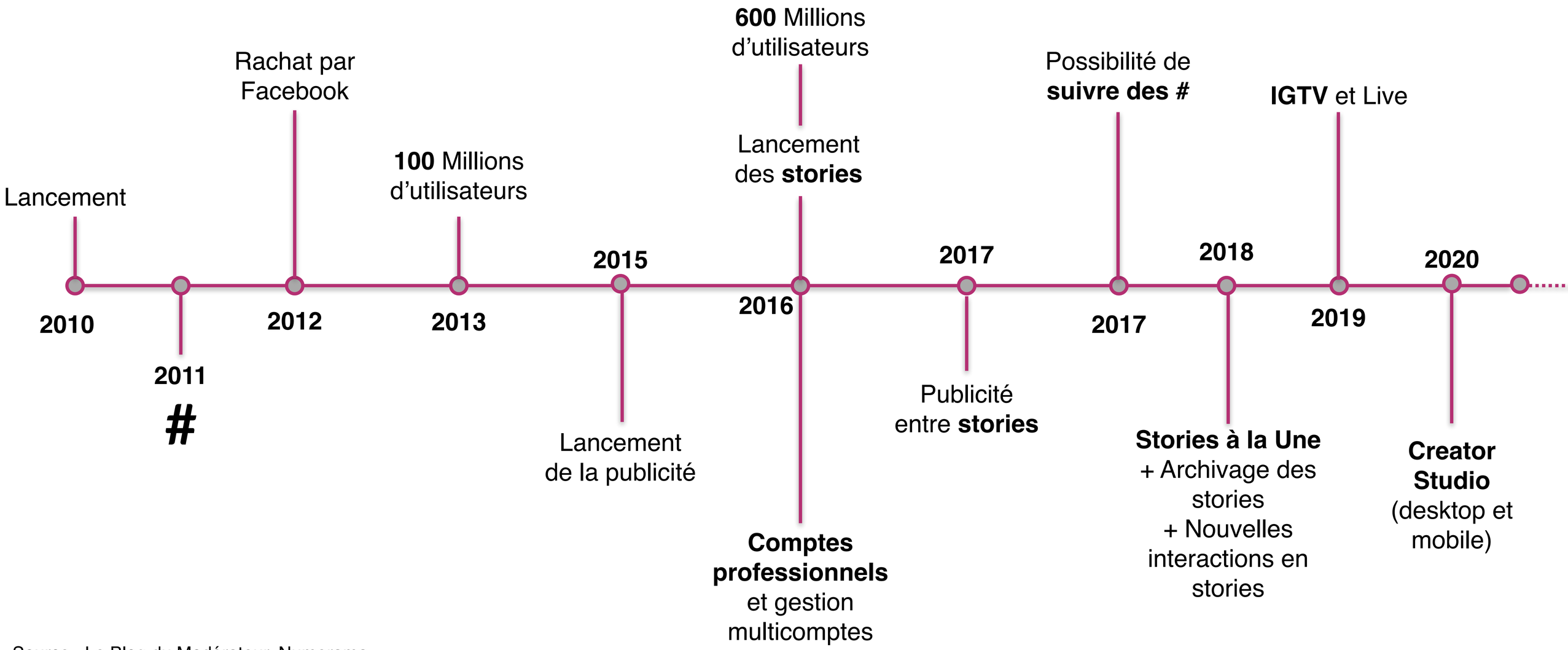
Cette donnée diffère pour chaque compte. Nous verront comment y accéder pour adapter vos publications.

Tous droits réservés - Reproduction interdite

2. ATELIER

« Bien publier sur Instagram »

PRINCIPALES ÉVOLUTIONS INSTAGRAM



Source : Le Blog du Modérateur, Numerama

LES CHIFFRES CLÉS SUR INSTAGRAM

Les chiffres Instagram dans le monde

- **1 milliard d'utilisateurs** chaque mois sur Instagram en 2019
- 500 millions d'utilisateurs actifs par jour
- 500 millions de Stories publiées par jour

Les chiffres Instagram pour la France

- **17 millions de Français** chaque mois sur Instagram en 2019
- 3 millions de plus qu'en 2018
- Soit 31% des internautes et 25% de la population totale.
- Instagram représente 28 millions de visites uniques par mois et 11 millions par jour.

Parmi vous : 55% seulement ont un compte Instagram
Pourtant, c'est le réseau idéal pour le tourisme

source Médiamétrie - Sept. 2019

Tous droits réservés - Reproduction interdite

INSTAGRAM VS FACEBOOK

POINTS COMMUNS

Le média et sa qualité sont au coeur des préoccupations

Des millions de personnes se connectent chaque jour… Dont vos futurs clients !!!

Les @ permettent de citer un compte ou une personne.

Les # permettent de créer des balises clicable, même si leur utilisation est plus pertinente sur Instagram.

DIFFERENCES

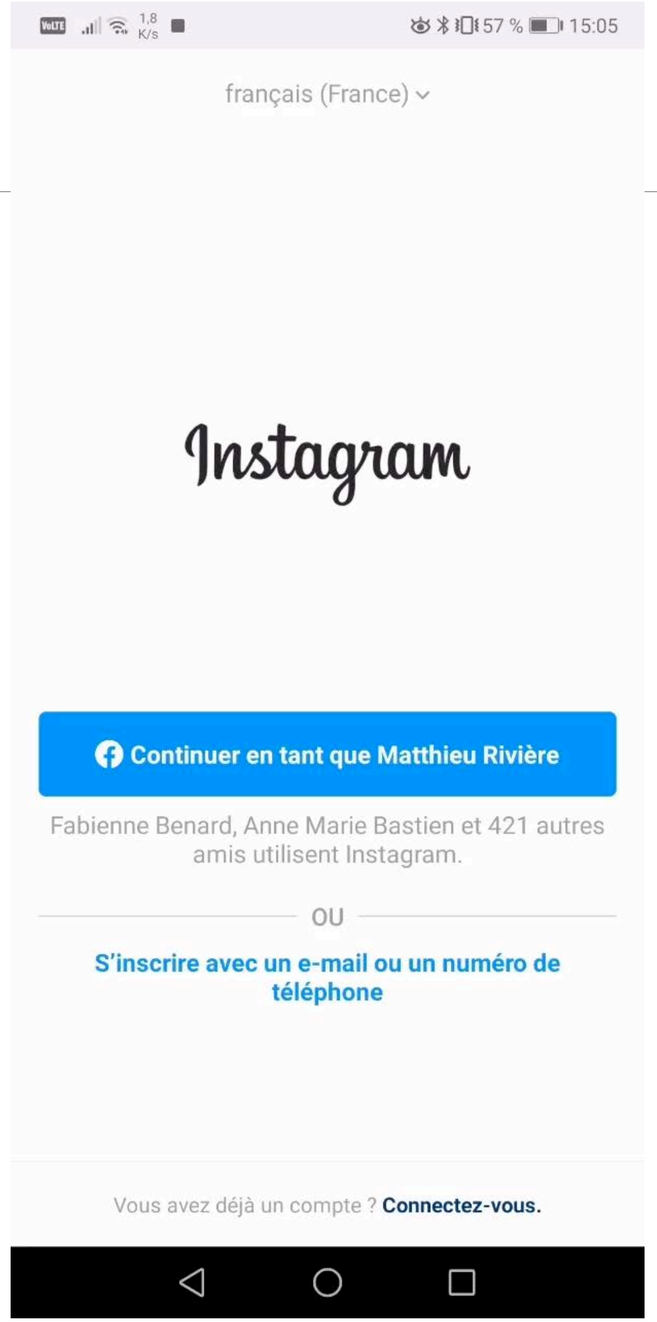
Il est possible (mais déconseillé) de ne pas poster de média sur Facebook. C'est impossible sur Instagram

Impossible de poster des liens clicables sur post Instagram. Uniquement dans la Biographie et dans vos stories si vous avez + 10 000 abonnés.

Tous droits réservés - Reproduction interdite

CRÉER SON COMPTE

Voici comment créer un compte
Et comment le passer en compte professionnel *(gratuit)*



REDIGER SA BIO

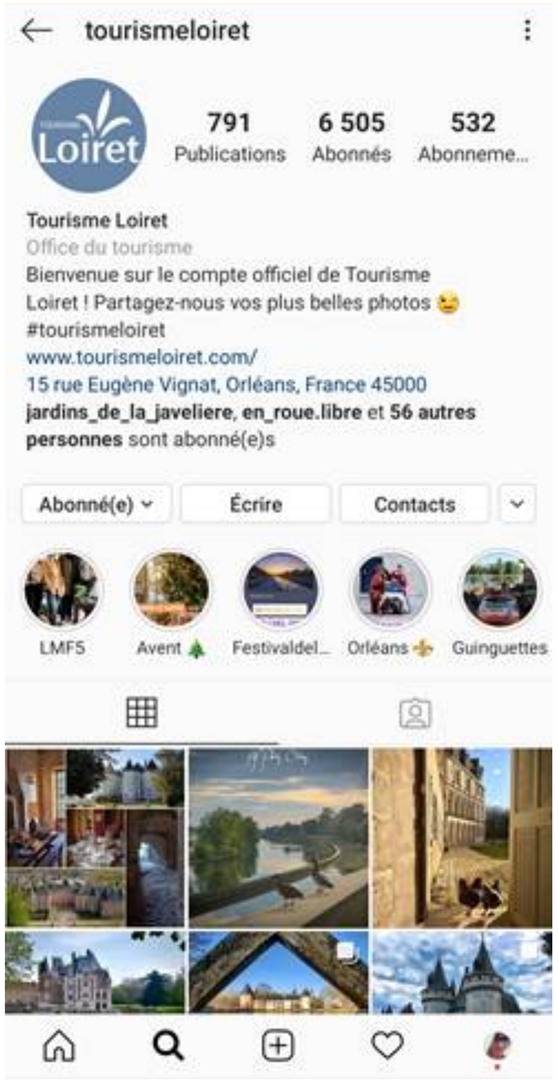
Qui vous êtes ?

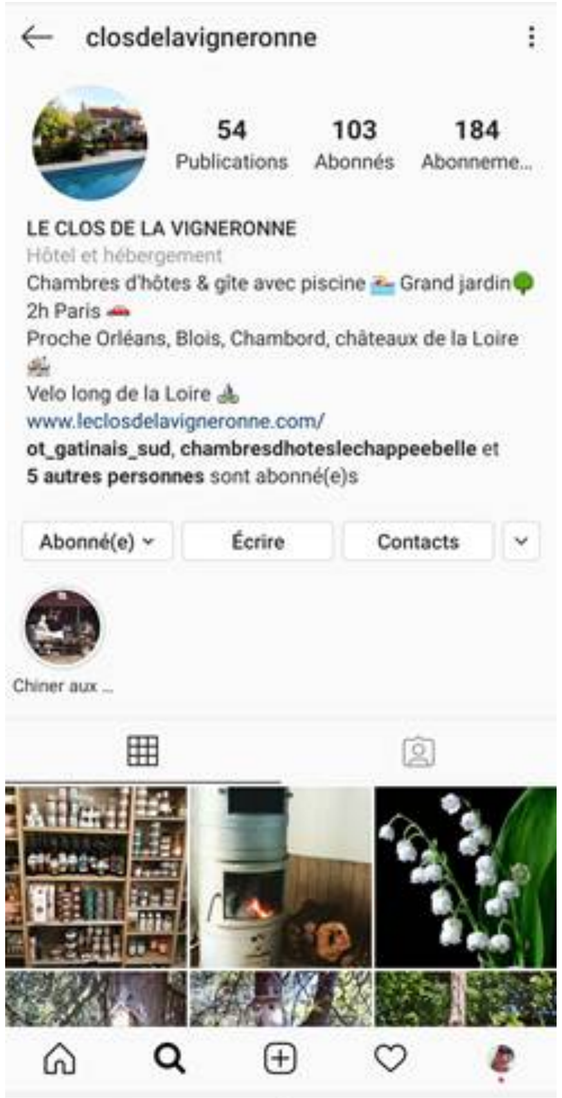
Que proposez-vous ?

Que voulez-vous que les abonnés fassent ?

Quel est le lien vers votre site ?

Compte pro : les boutons écrire et contacts sont automatiquement ajoutés.





Tous droits réservés - Reproduction interdite

TYPOLOGIES DE PUBLICATION

Post photo

Post vidéo

Post carrousel

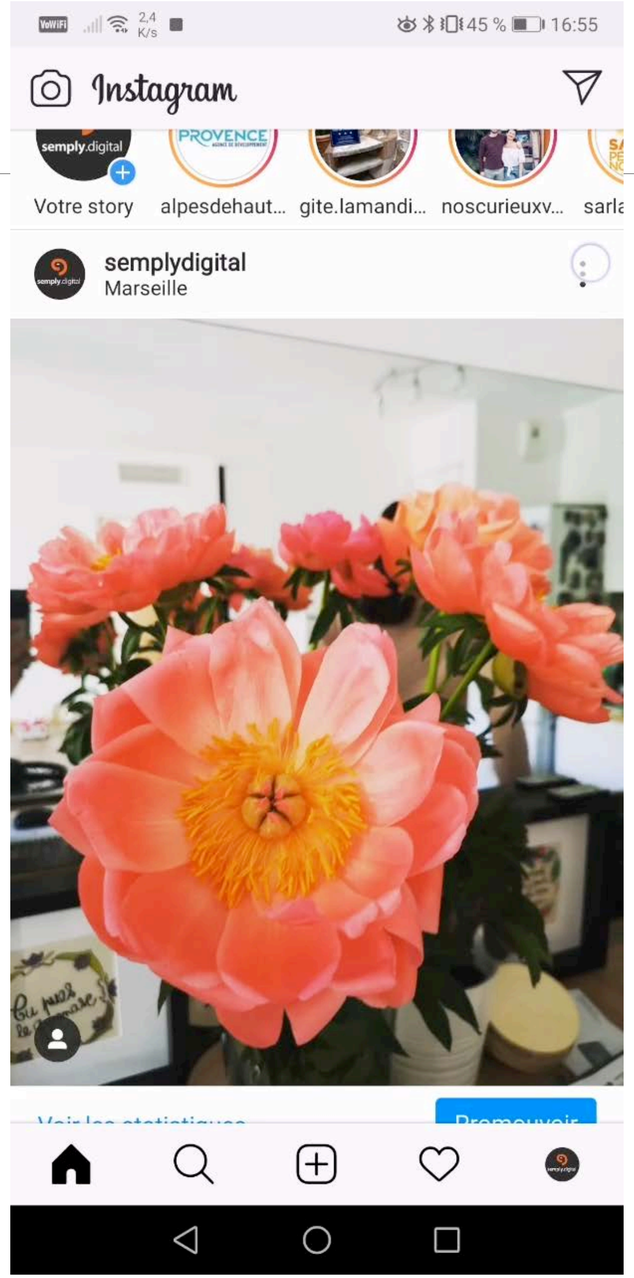
Story photo

Story vidéo

Vidéo IGTV

Tous droits réservés - Reproduction interdite

POST PHOTO ET CARROUSEL



Post photo
Format carré : 1080x1080
Format hauteur : 1080x1350

Média impératif
Texte facultatif (mais conseillé)
Hashtag important (30 max)
Possibilité de citer un compte (tagguer)

Post Carrousel
Format carré obligatoire
Mix photo et vidéo possible

Tous droits réservés - Reproduction interdite

QUELQUES EXEMPLES

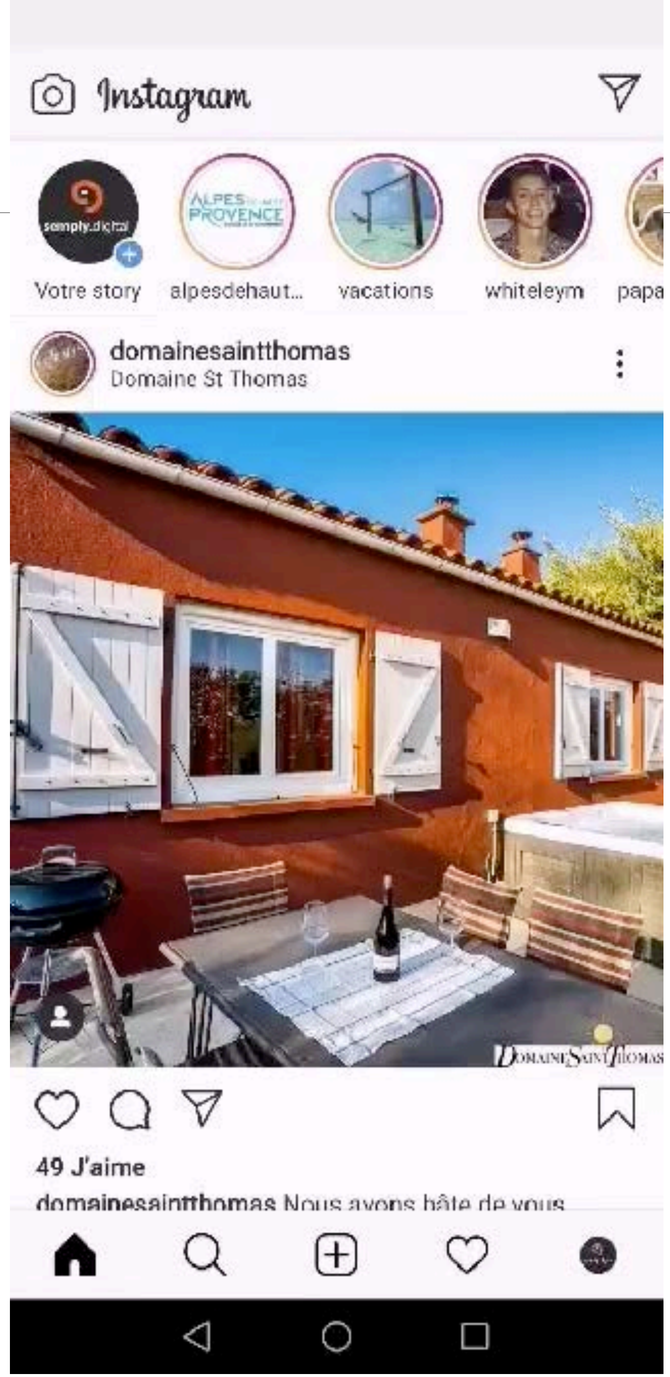
Tag = citer quelqu'un

Hashtag : mot balise clicable

Tous droits réservés - Reproduction interdite

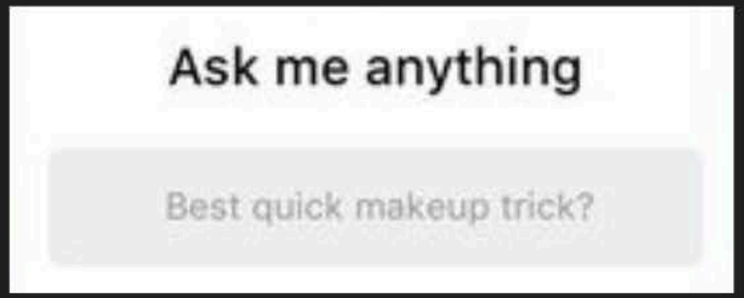
INSTAGRAM STORY

Post Story
Format hauteur : 1080x1920



INSTAGRAM STORY

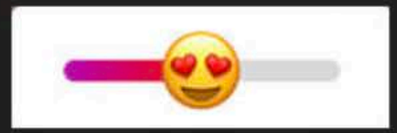
La mention d'un hashtag, d'une position ou d'un compte



Les questions anonymes

Les QCM

Les musiques de fond



Les Emoji Scale

Les Sondages

Les comptes à rebours

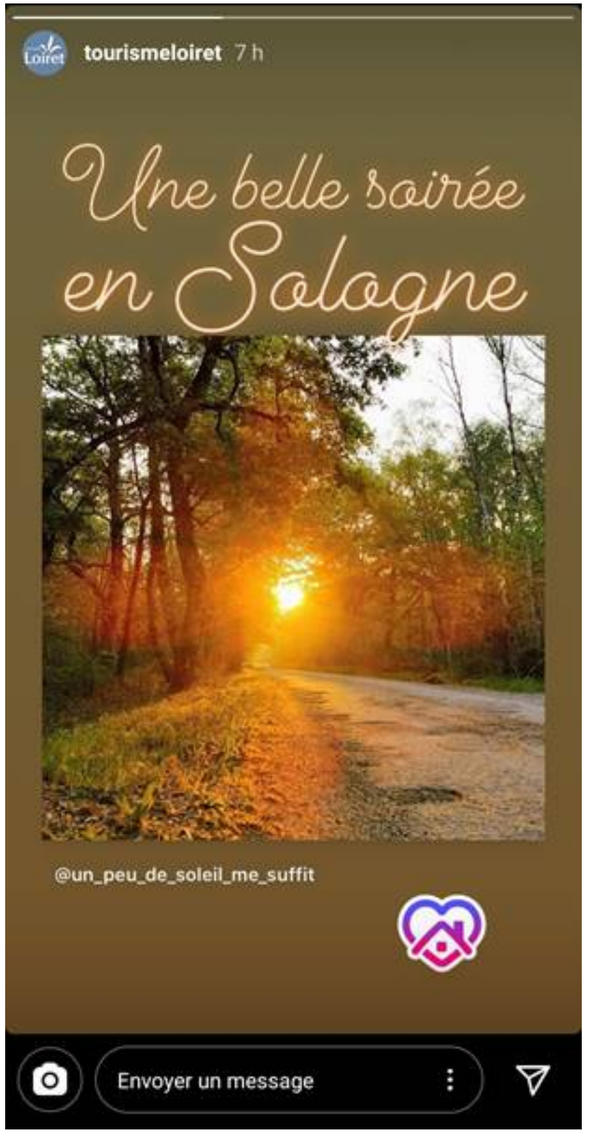
Les Donations

Tous droits réservés - Reproduction interdite

QUELQUES EXEMPLES DE STORIES

Un partage de Story : Si quelqu'un vous cite dans sa story, vous recevrez un message et vous pourrez partager cette story sur votre compte.

Une Story avec quiz : un exemple d'utilisation d'une interaction avec une devinette et 2 réponses possibles. Il suffit de toucher sur une des 2 cases pour répondre.

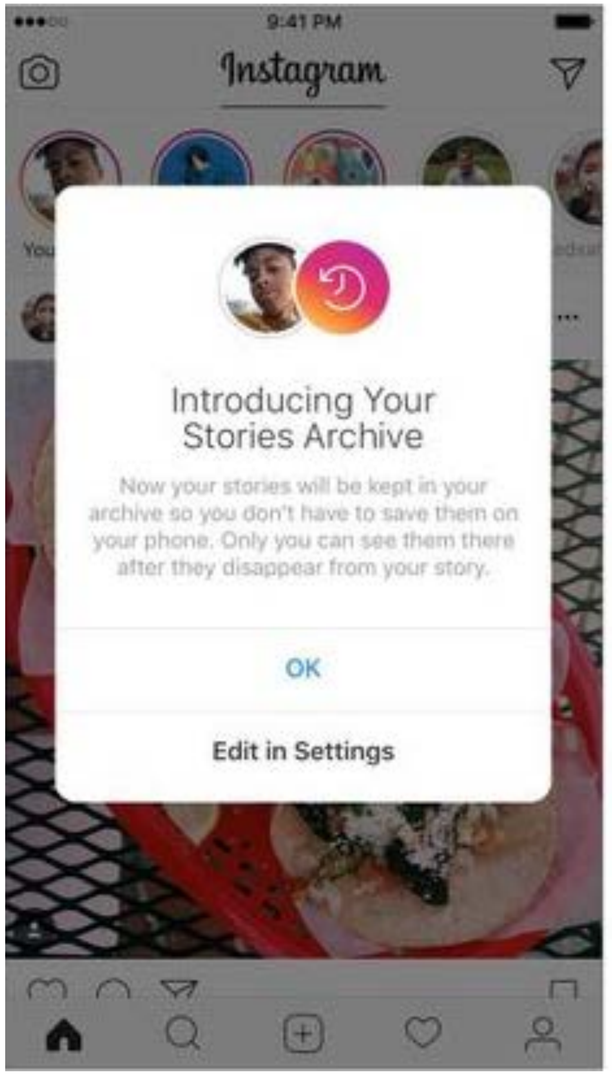


Tous droits réservés - Reproduction interdite

INSTAGRAM STORY

Une story (photo ou vidéo) déjà publiée sur un profil est archivée sur le compte de l'utilisateur.

Objectif : masquer les stories au public sans les supprimer définitivement (après 24h).



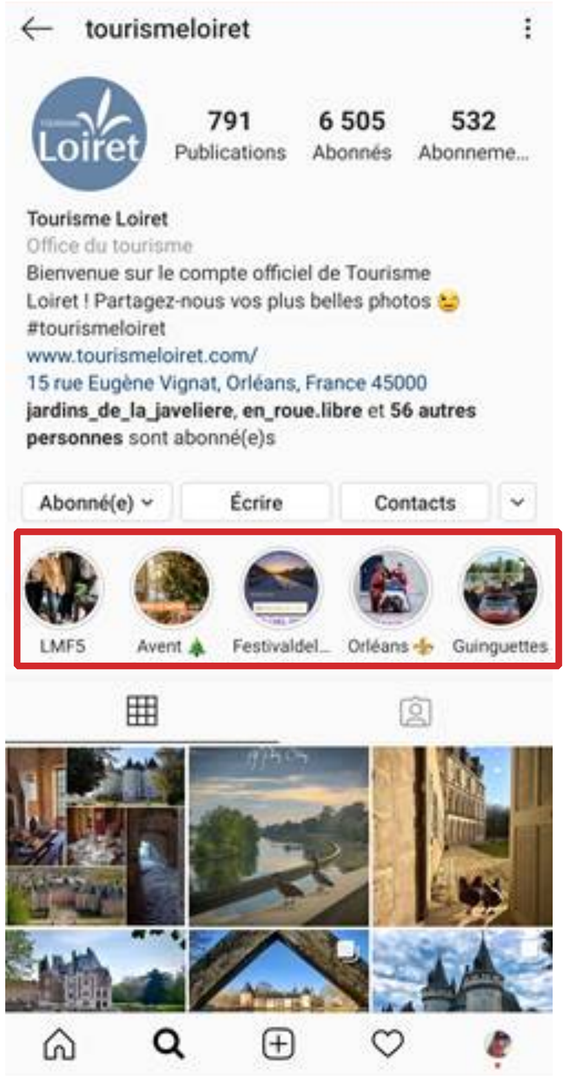
Tous droits réservés - Reproduction interdite

INSTAGRAM STORY

Possibilité de mettre en avant des stories avec une durée <u>indéterminée</u> sous la description du compte.

Possibilité d'ajouter une ou plusieurs stories à une même une.

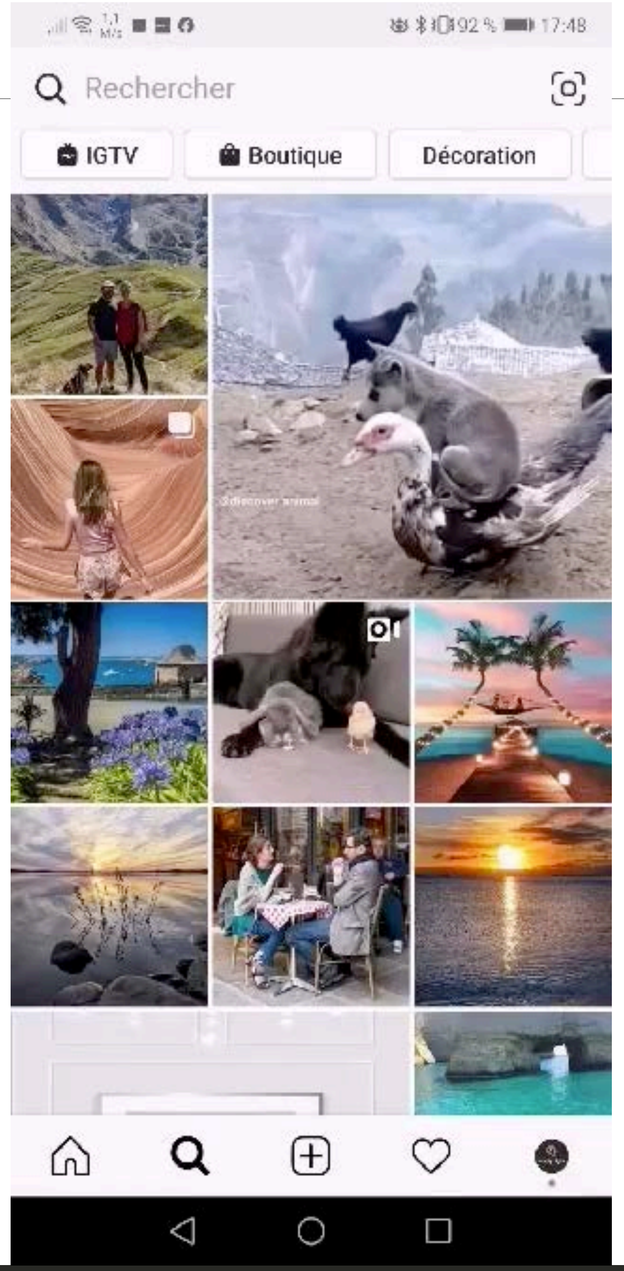
Possibilité de choisir la photo de couverture et de donner un titre aux unes



Tous droits réservés - Reproduction interdite

IG TV

L’IGTV (Instagram Télévision) est le nouveau service d'Instagram qui permet le téléchargement de videos longues (de 1 minute à 1 heure, visionnables en mode paysage)



Apparition d’un nouvel onglet dédié aux IGTV

Les IGTV sont visibles directement depuis le fil d’actualité et contiennent un bouton de redirection vers la version complète

Possibilité de partager les IGTV en story avec des extraits vidéos

Prochainement : la monétisations du format grâce à un système de publicités proche de Youtube

Tous droits réservés - Reproduction interdite

LES LIVES

Un live est la diffusion en direct sur Instagram de contenus vidéos.

Avantages : ce format est très utilisé, génère beaucoup d'interactions (encore plus en ce moment) et est très accessible (autant qu'une Story).

Le caractère éphémère du live est maintenant compensé car il peut être archivé sous la forme :

> D'une story
> D'un IGTV

Tous droits réservés - Reproduction interdite

3 ELEMENTS À RETENIR

1) Variez les contenus : photo, vidéo, carrousel, stories, IG TV

2) Pensez au format hauteur : tout est vu sur mobile !!!

3) La qualité est primordiale… Encore +++ sur Instagram

Définition de l’image ET esthétisme

⚠️ *: Utilisez les filtres avec parcimonie*

Tous droits réservés - Reproduction interdite

3. ATELIER

« Statistiques & Réseaux Sociaux »

Pourquoi consulter vos statistiques

1/ Analyser ses prises de parole : les évaluer !

2/ Prouver vos résultats, motiver et se motiver

3/ Confirmer ou adapter vos pratiques ou votre stratégie

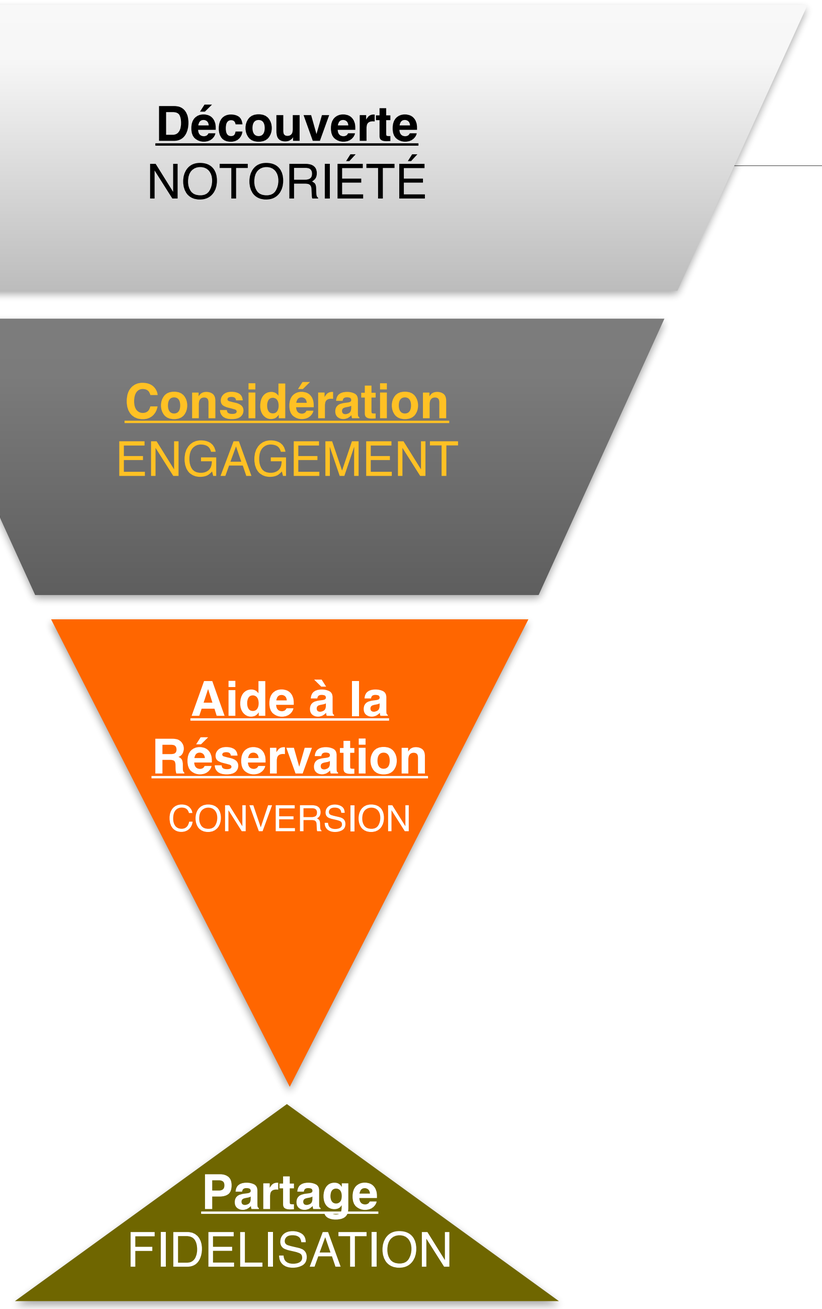
4/ Collecter des données et documenter le savoir-faire interne

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Se fixer des objectifs clairs

L’entonnoir de conversion

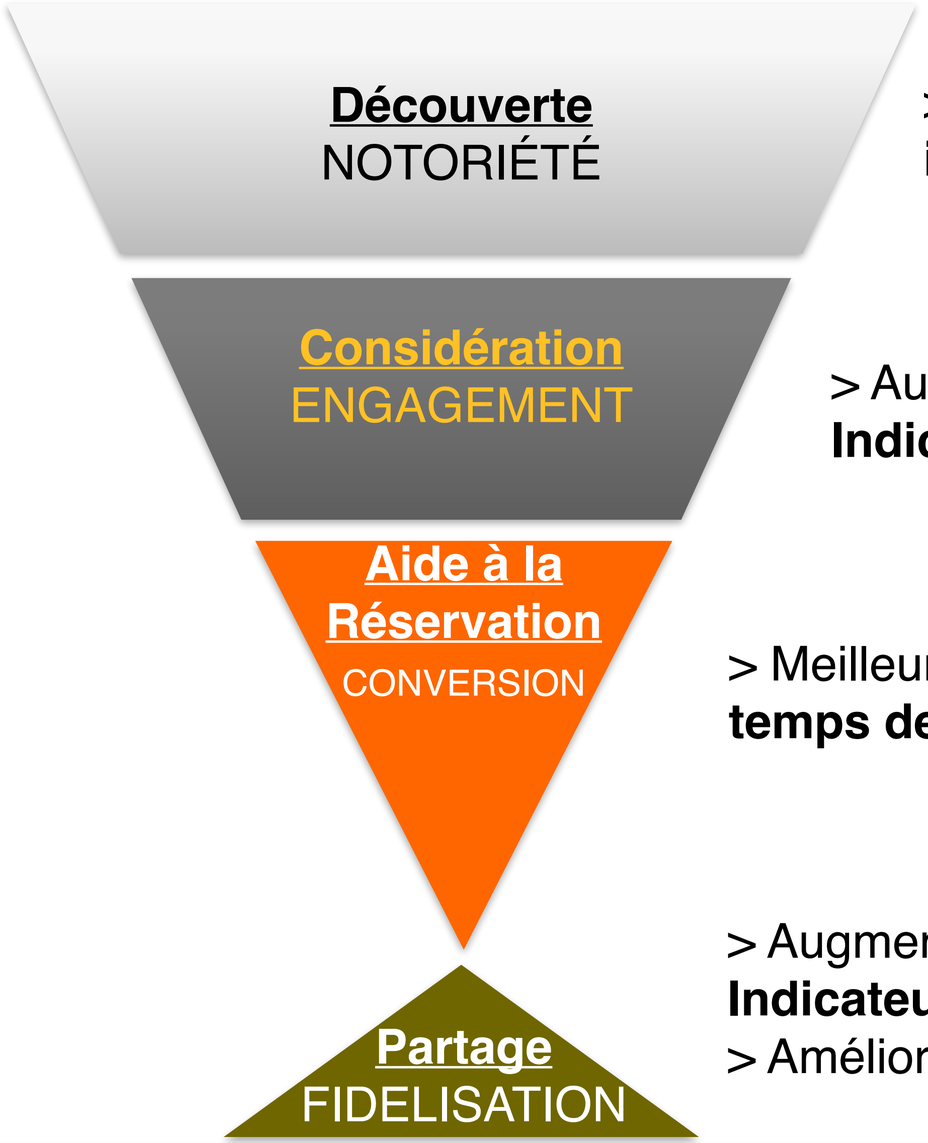
Savoir se positionner en fonction de son utilisation / avancement dans les réseaux sociaux et plus largement sur le digital



Tous droits réservés - Reproduction interdite

Que faut-il regarder ?

4 exemples d'indicateurs principaux à suivre



> Augmentation de l'audience, croissance de votre communauté : **indicateur = nombre de fans/abonnés/followers**

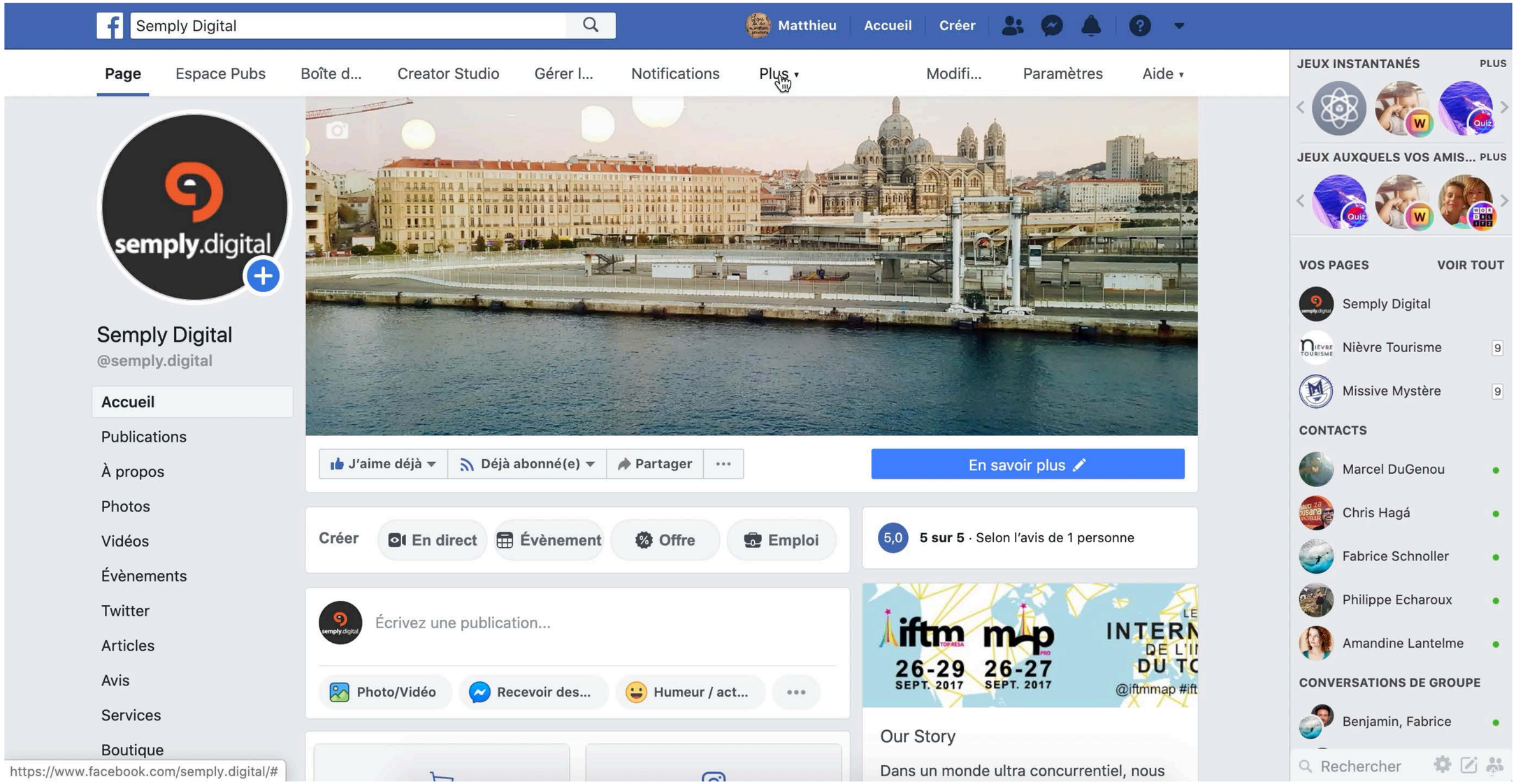
> Augmentation de l'interaction avec votre communauté : **Indicateur = taux d'engagement**

> Meilleure réactivité dans les réponses : **Indicateur = amélioration du temps de réponse**

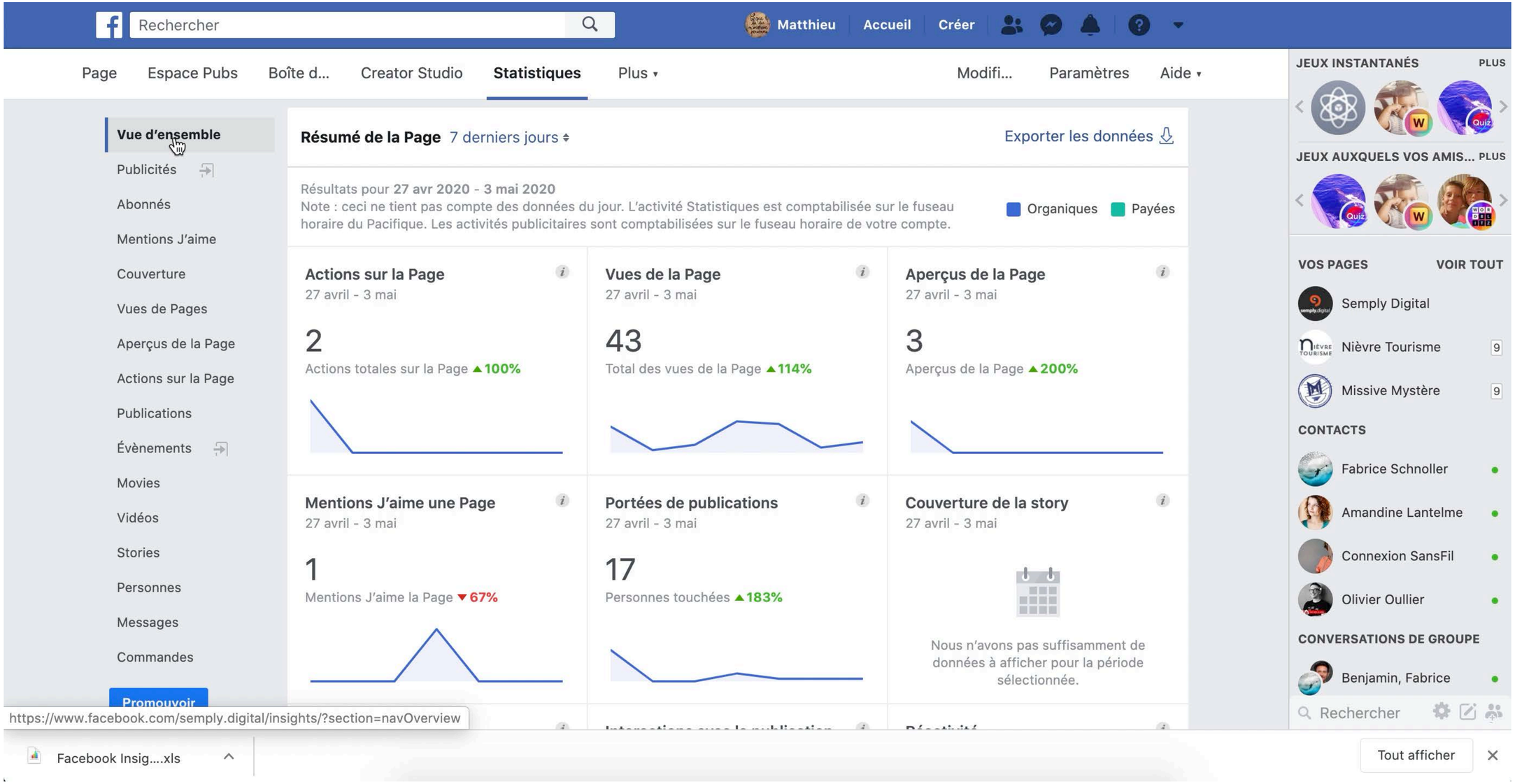
> Augmentation des contributions de vos fans/abonnés/followers : **Indicateur = nombre de contenus récupérés** ou **de hashtags utilisés**
> Amélioration / maintien de votre note : **Indicateur = appréciation**

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Comment accéder aux statistiques

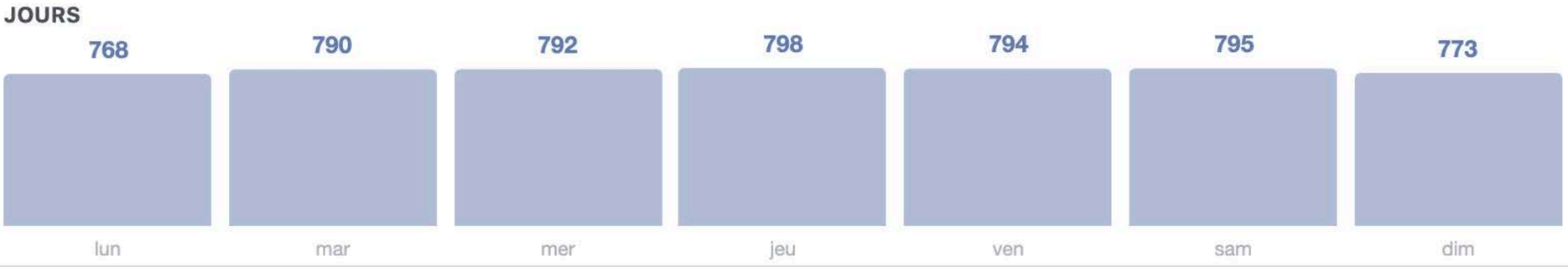


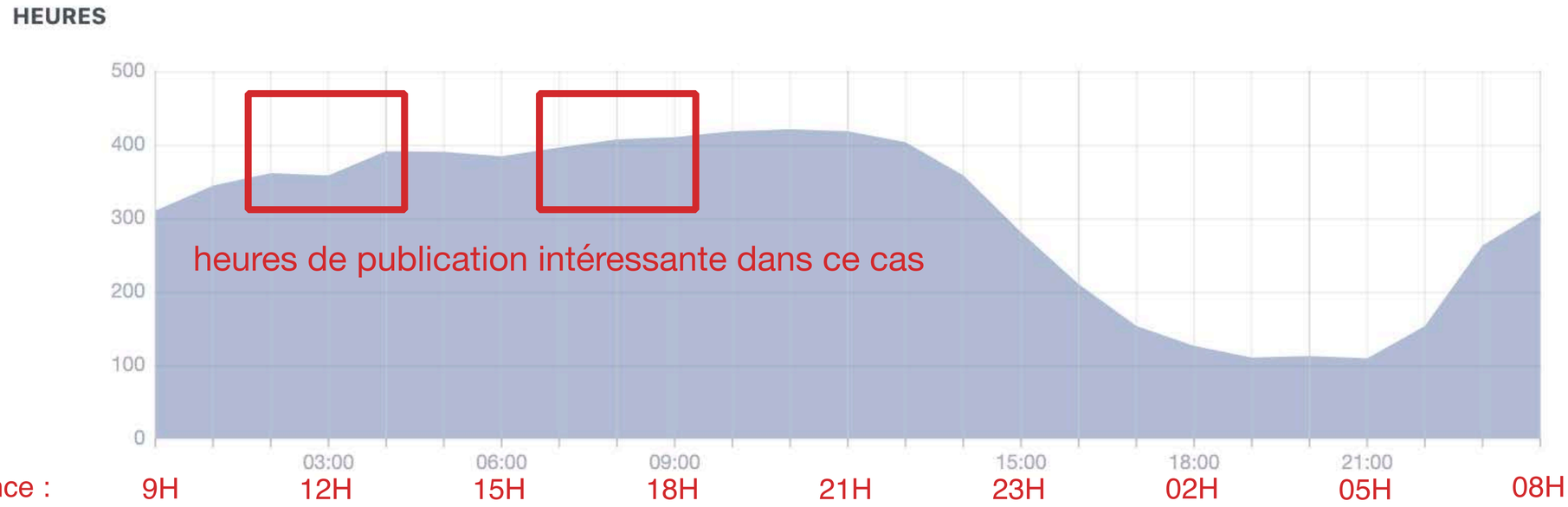
Les principales fonctionnalités sur Facebook



Comprendre les horaires de Facebook

Données affichées pour une période récente d'une semaine. Les statistiques pour l'heure de la journée correspondent au fuseau horaire du Pacifique.



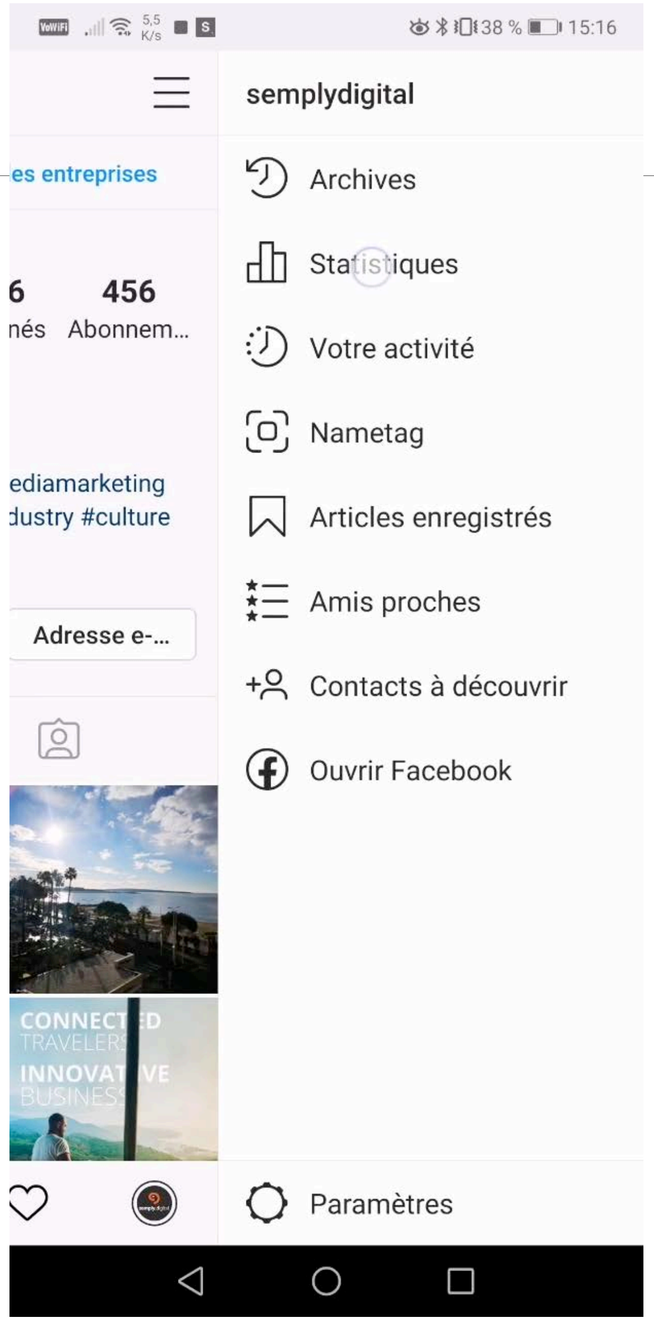


En France : 9H 12H 15H 18H 21H 23H 02H 05H 08H

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Les principales fonctionnalités sur Instagram

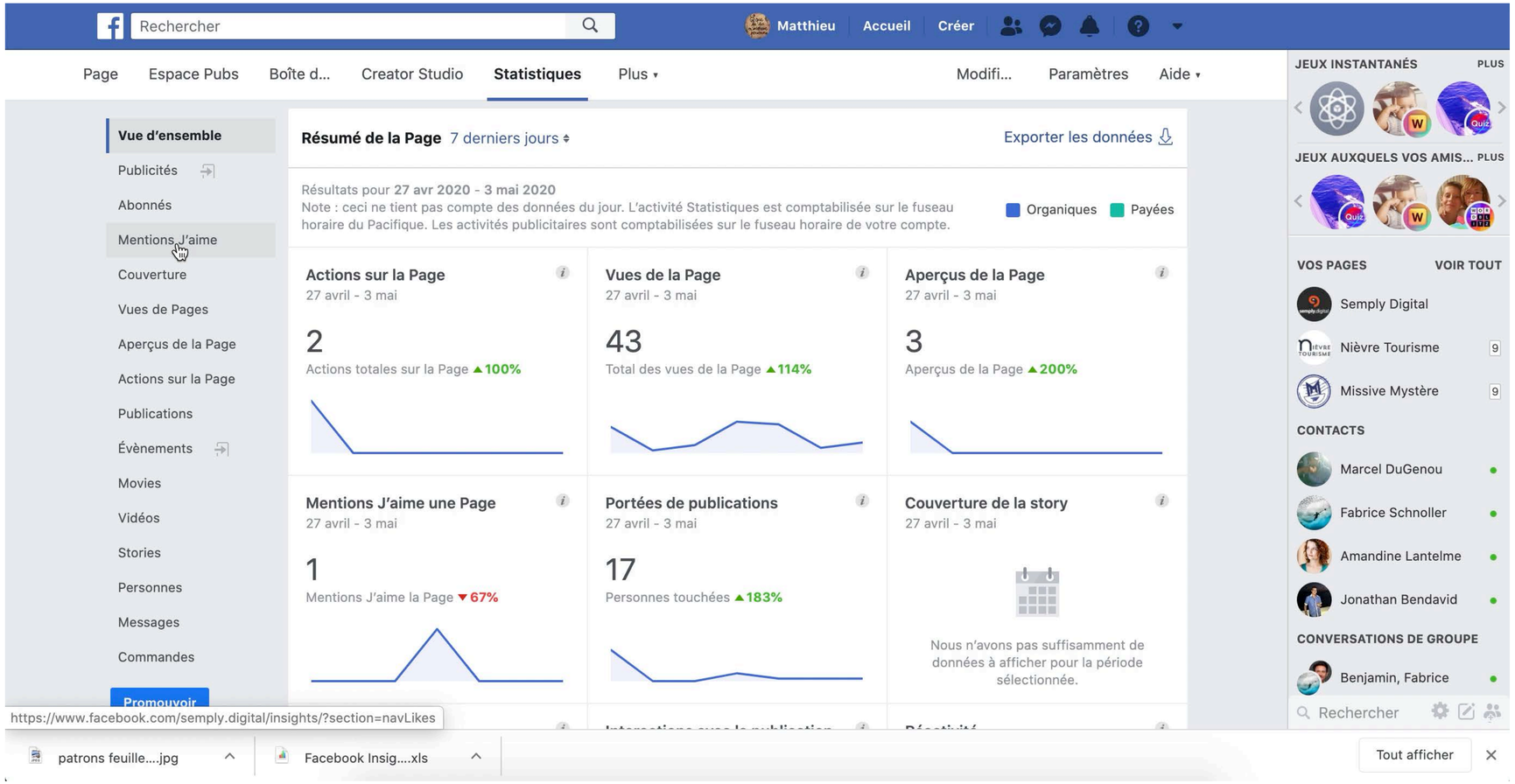
Instagram dispose d’un onglet statistiques
Uniquement pour les comptes professionnels



Tous droits réservés - Reproduction interdite

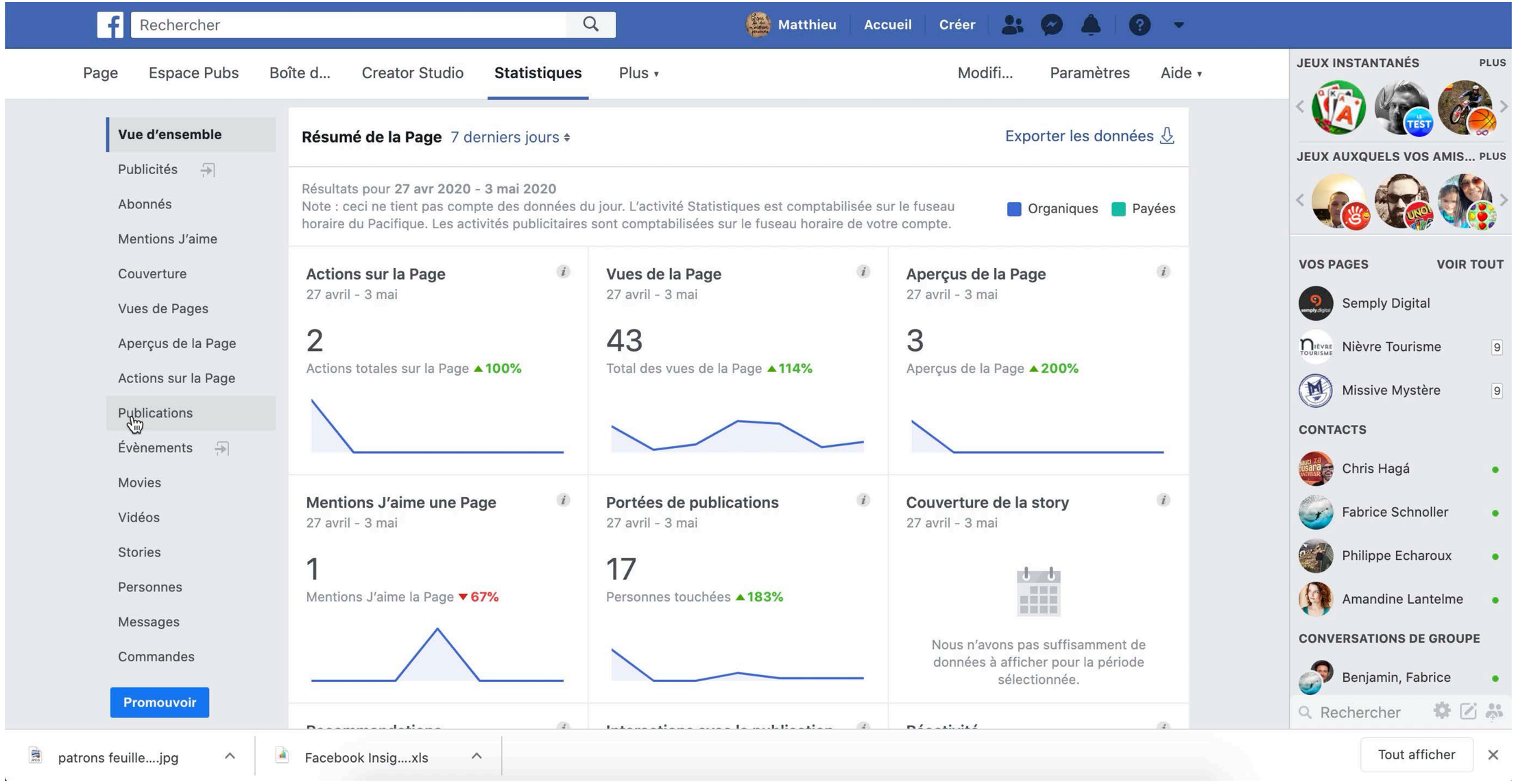
Suivre le nombre de fans / d'abonnés

Découverte
NOTORIÉTÉ



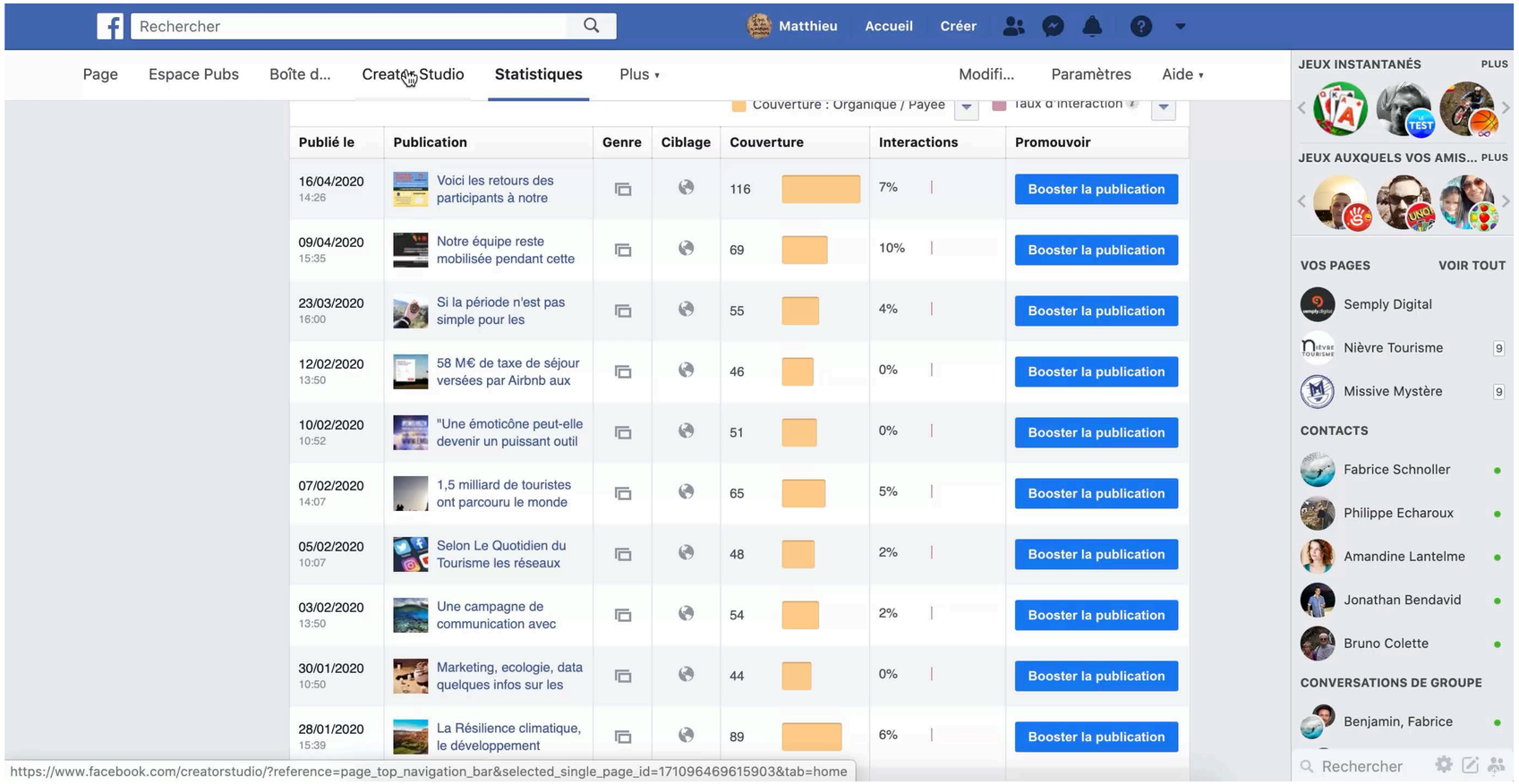
Suivre l'engagement sur Facebook

Considération
ENGAGEMENT



Suivre l'engagement sur Instagram

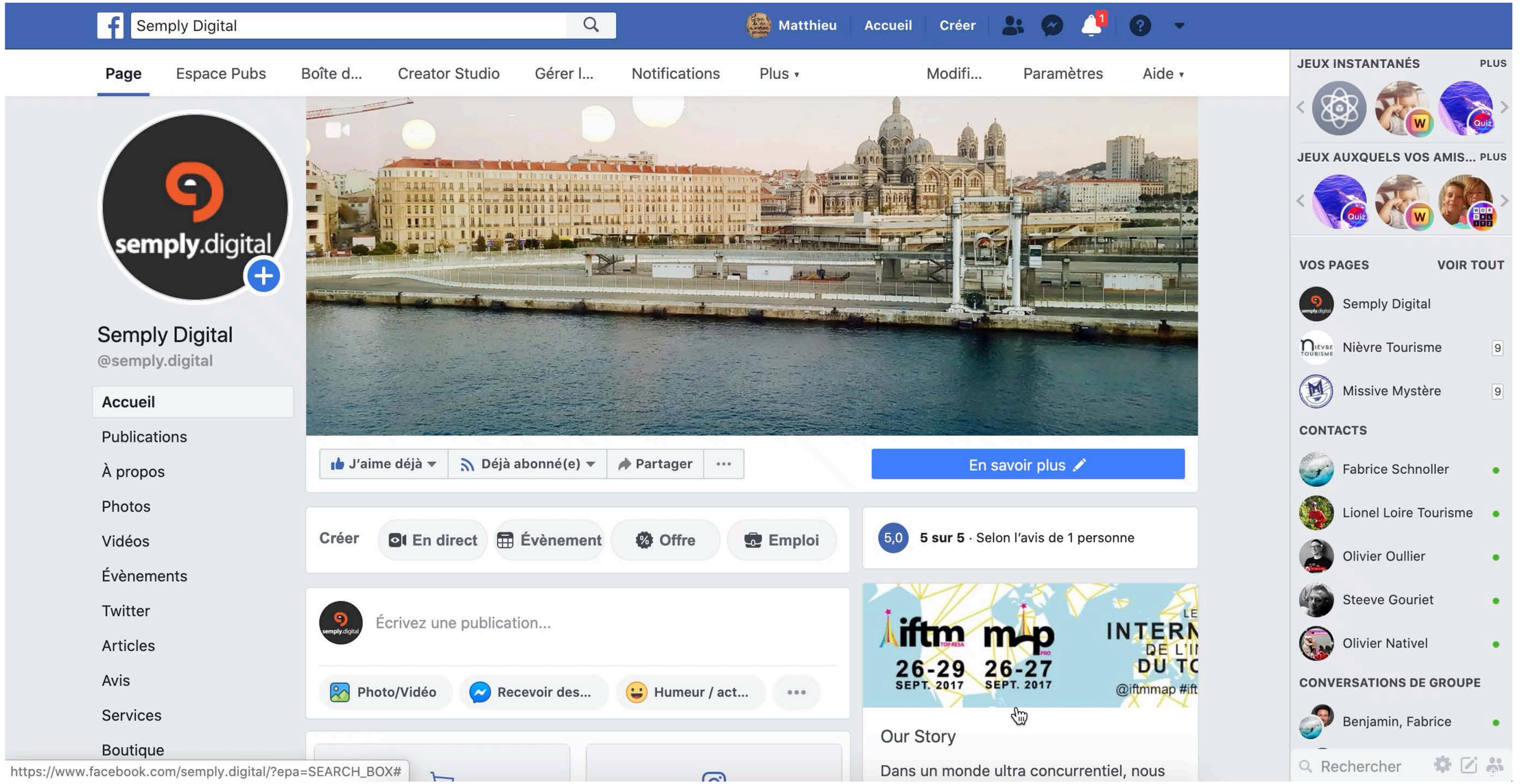
Considération
ENGAGEMENT



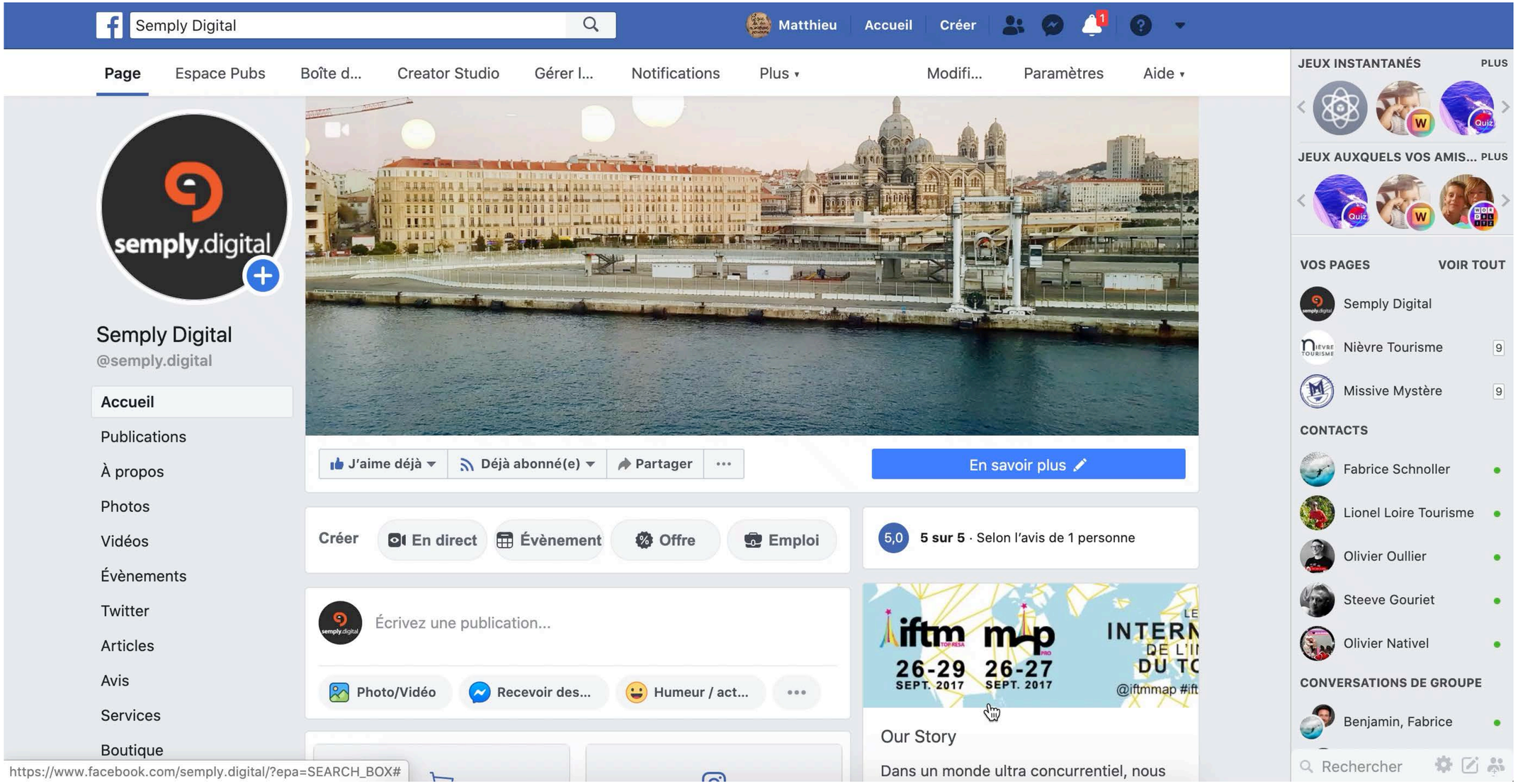
Suivre l’évolution du temps de réponse

Aide à la Réservation

CONVERSION



Indicateur évolution de l'appréciation sur Facebook



Tous droits réservés - Reproduction interdite

Indicateur Hashtag utilisé sur Instagram

Rappel : Le hashtag (#) positionné avant un mot permet de le transformer en balise : il devient un mot clé clicable !

2 stratégies complémentaires :

> Utiliser un # connu pour valoriser vos publications

> Créer un # qui vous est propre et inciter vos abonnés / clients à l'utiliser pour parler de vous (et ainsi facilement retrouver les publications qui vous concernent).

Tous droits réservés - Reproduction interdite

LES PIÈGES À ÉVITER

> Ne pas regarder les bonnes données
(ou les regarder de la mauvaise façon)

> Ne s'intéresser qu'au négatif
(ou ne s'intéresser qu'au positif)

> Avoir peur de se tromper

Tous droits réservés - Reproduction interdite

A RETENIR

> Suivre ses statistiques est essentiel

Evolution du nombre de fans, taux d'engagement, avis, partage de photos… Ces indicateurs clés vous permettront de suivre vos progrès

> Il existe énormément de données.

Fixez vos objectifs : accroître vos fans, faire du trafic vers votre site, augmenter votre note… Vous saurez ensuite quelles données regarder

Explorez les possibilités, si nécessaire formez-vous. La progression n'en sera que plus rapide.

> N'ayez pas peur de vous tromper.

Les réseaux sociaux permettent de tester et d'apprendre pour se perfectionner.

C'est une excellent pratique pour apprendre.

Tous droits réservés - Reproduction interdite

Pour conclure en 3 points clés

1) La qualité prime sur la quantité - Variez les types de post et essayez

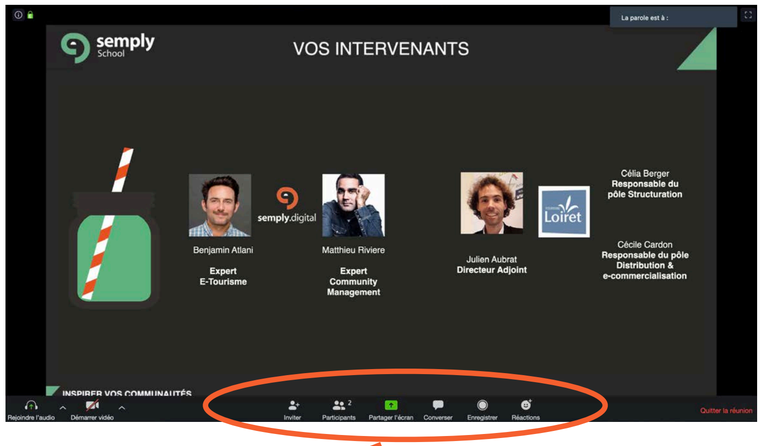
2) Fixez vous des objectifs prioritaires à atteindre et concentrez-vous dessus

3) Analysez vos résultats pour comprendre la portée de vos actions sur les réseaux sociaux

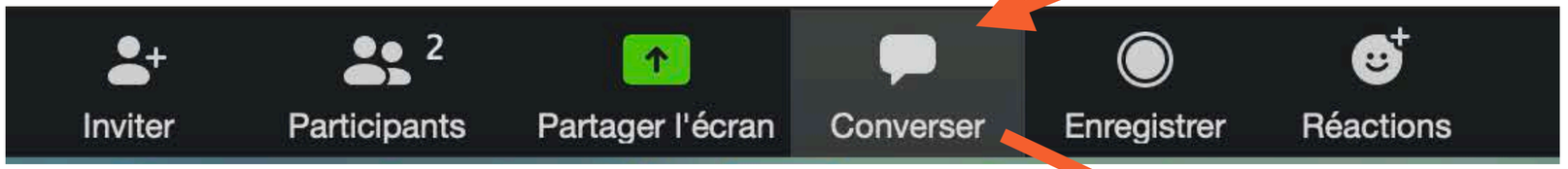
Tous droits réservés - Reproduction interdite

Session Questions / Réponses

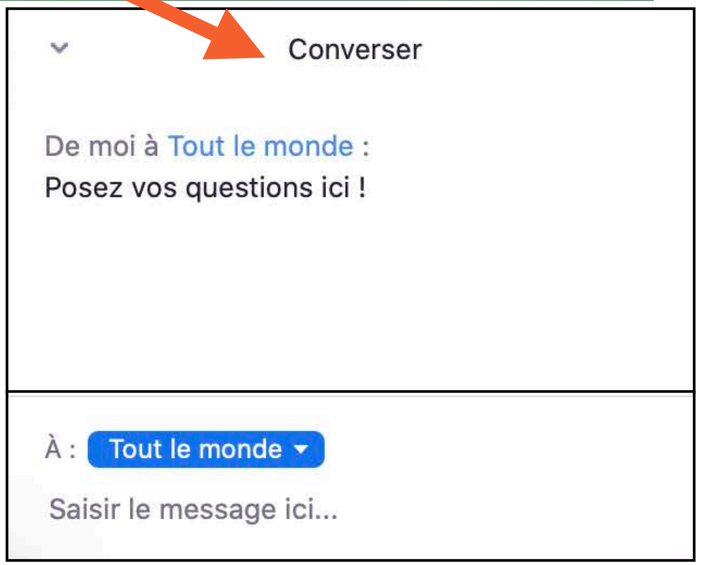
Pour poser vos questions :



1. Dans la barre menu en bas
2. Bouton Converser



3. Puis « A TOUT LE MONDE »
4. Ecrivez votre message



Tous droits réservés - Reproduction interdite

MERCI D'AVOIR SUIVI CES 3 WEBINAIRES

COMMENT PRÉPARER AU MIEUX LA REPRISE

Vous allez recevoir un questionnaire de satisfaction.

Merci d'y accorder quelques minutes de votre temps !