



Café numérique n°2 : Comment se démarquer grâce à Facebook ?

Jeudi 07/10 : Témoignage de Febe et Joeri (Rêve Aveyron)

Participants : Lyliane BONNEAU (Chambre d'hôtes La Forge) – Marie Christine SOUYRIS (Château de Coupiac) - Fabien BONALDI (Complexe hôtelier Cap Vert) - Nadia Fargeix Bondia (Arc En Miel) - Guillaume RIVIERE (Explonature) - Isabelle Gasselin (Les Chemins de Traverses) – Hugues (Maison des Etoiles) – Florence LAPLUME

Réseau des Offices de Tourisme du Pays de Roquefort : Chantal (OT du Réquistanais), Emeline (OT Muse et Raspes), Elodie (OT Rougier d'Aveyron Sud) et Elodie (OT Pays de Roquefort et du Saint-Affricain)

Excusés : Isabelle SCHMIDT (Hôtel Restaurant Auberge de la Planquette) - Martine ROUQUETTE (les Gîtes du Brugas) - Valérie ROSSI (La villa des Raspes) - Véronique DELTOUR (Gîte Chez Firmin)

Fiche d'identité de son compte FB : +2500 abonnés / la page FB a pris un envol il y a 3 ans lors de la création des activités gîtes et tables d'hôtes.

Autres présences : Instagram / Blog / Site web : 4000 visites en septembre sur le site web dont 25 % viennent directement par les réseaux sociaux (FB et Instagram)

Objectifs

- **Pour quelles raisons avez-vous choisi de créer une page FB pour votre structure ? Quelles sont les objectifs de votre page ?**

Objectif au début de leur installation à Janolles : Garder le lien avec leur famille en Belgique

Très rapidement leur présence sur Facebook a pris une tournure pro et a été utilisé comme outil de promotion et de fidélisation afin de se faire connaître auprès d'un large public et proposer un contenu complémentaire à celui de son site web. Febe souligne que Facebook est le nouveau « bouche à oreille ».

Objectifs de leur page :

- *Obtenir des résas / Fb est surtout une vitrine pour inciter les gens à réserver en direct sur leur site Internet.*



Café numérique n°2 : Comment se démarquer grâce à Facebook ?

- *Créer un lien entre les proprios et les visiteurs susceptibles d'être intéressés pour venir chez eux et grâce à Facebook les gens ont la sensation de se connaître en arrivant. Les hôtes se sentent à l'aise dès leur arrivée en séjour. Cela facilite le lien créé avec eux.*
- *Animer une communauté susceptible de faire à son tour la promotion de leur structure.*
- *S'immerger dans le cycle de vie du voyageur et plus essentiellement au début, soit au moment du choix de la destination touristique afin de venir influencer ce dernier.*
- *Créer des synergies avec les autres présences de la structure sur d'autres médias sociaux ou site internet*

Contenus diffusés

- **Quel contenu publiez-vous ? (Photos, vidéos, stories, quiz...) et à quelle fréquence ?**

Conseils :

- *C'est plus le contenu du message qui est important que le type de contenu, bien entendu il faut varier les contenus pour ne pas lasser l'internaute.*
- *Jouer sur l'émotion que cela peut provoquer (montrer votre vie de l'intérieur / se mettre en avant mais en restant vous-même)*
- *Vendre comme une expérience et non comme un logement en personnalisant la relation avec les abonnés*
- *Sur chaque publication mettre un lien vers son site web ou son blog pour accéder à plus de contenu*

Constat :

C'est une fenêtre vers l'extérieur pour rester connecté avec les gens ça change au quotidien on est passé de belles photos à la vraie vie du quotidien pour refléter la réalité.

- **D'après vous quel type de contenu apporte des actes d'engagement (likes, commentaires, partages...) ?**



Café numérique n°2 : Comment se démarquer grâce à Facebook ?

- *Réaliser des publications permettant de partager votre quotidien avec les abonnés : les photos des propriétaires engagent le plus d'interaction tout comme les publications qui racontent votre histoire.*
- *Mixer le type de contenu pour s'adresser à tous*

Ressources

- **Quel temps hebdomadaire dégagez-vous à l'animation de votre page ?**

FB est un travail de chaque jour (hors saison 2 jours par semaine consacré au marketing : blog / Réseaux Sociaux / site web)

En saison : chaque jour : réalisation d'une storie / reposts de publications des hôtes en séjour ou stories des visiteurs venus chez eux

L'hiver : plus de publications élaborées / des vidéos en live / réflexion stratégie médias sociaux

- **Quels sont les moyens (humains / financiers) mis à disposition ?**

Humains : une à deux personnes (Febe et son compagnon) pour l'animation et la réalisation de contenus / le suivi & la veille

Calendrier de publications

- **Avez-vous mis en place une stratégie éditoriale (calendrier des publications) en exploitant l'outil statistiques de FB ?**

Conseils :

- *Publiez à des moments de grande écoute (les statistiques de Fb permettent d'accéder à cette donnée).*
- *S'appuyer sur les stats qui indiquent à quel moment les gens sont le plus sensibles à faire des réservations et réaliser les publications pour inciter à la vente sur cette période*

Facebook ADS

- **Avez-vous mis en place des campagnes payantes ? Avez-vous eu des retombées ?**



Café numérique n°2 : Comment se démarquer grâce à Facebook ?

Pas d'expérience sur Ads : 1 seule fois (montant investi 25 euros) la campagne a permis d'augmenter le nombre d'abonnés mais comme les hébergements sont remplis d'une année sur l'autre Febe n'a pas l'utilité de passer par des campagnes payantes pour commercialiser son hébergement.

Cibles

- **A qui s'adresse votre page ?** Femmes 25 – 35 ans / Belges

Conseils :

- S'adresser aux abonnés qui vous correspondent

- **La/les cible(s) ?**

Clientèle mixte : majorité des réservations faites un an en avance par des belges alors que la clientèle française réserve au dernier moment (proximité de la destination)

Outils testés et approuvés par Febe

Linktree

<https://linktr.ee/>

Linktree est une page de renvoi de référence pour les médias sociaux. Outil GRATUIT

A savoir Instagram ne permet pas de renvoyer facilement vos abonnés vers un contenu extérieur à l'aide de liens, et le lien en bio est la seule solution jusqu'à maintenant. C'est là que Linktree devient intéressant en proposant un service pensé pour Instagram et permettant de partager plusieurs liens au lieu d'un seul. Il est possible de créer un nombre illimité de liens et la plate-forme vous fournit un lien de type linktr.ee/nominstagram à partager dans sa bio. Dans sa version gratuite, le service permet également de connaître le nombre de fois où chaque lien a été cliqué et offre une sélection de thèmes pour personnaliser votre Linktree.

Lodgify

<https://www.lodgify.com/fr/>

C'est un logiciel de réservation. Système de gestion de location de vacances centralisée pour gérer les calendriers, les réservations, les tarifs et les paiements.