

Rencontres suisses
de l'œnotourisme
2019

Les ateliers de l'œnotourisme



MANU BROCCARD

COMMENT GÉRER SES RÉSEAUX SOCIAUX ?

1

Rencontres suisses
de l'œnotourisme
2019

Faisons connaissance

Manu Broccard

- Master HEC/IUKB
en management du Tourisme
- 15 d'activités pratiques dans le tourisme
au niveaux local, régional et cantonal
- 9 ans au service de la formation et de la recherche



 manu.broccard@hevs.ch

 <https://www.linkedin.com/in/manu-broccard-922a141>



2



Ordre du jour et thèmes abordés

Comment gérer les réseaux sociaux quand on a que 2 heures par semaine ?

- *Les principales statistiques*
- *Votre utilisation*
- *Les points clés d'une stratégie marketing RS*
- *Les 10 clés de succès*

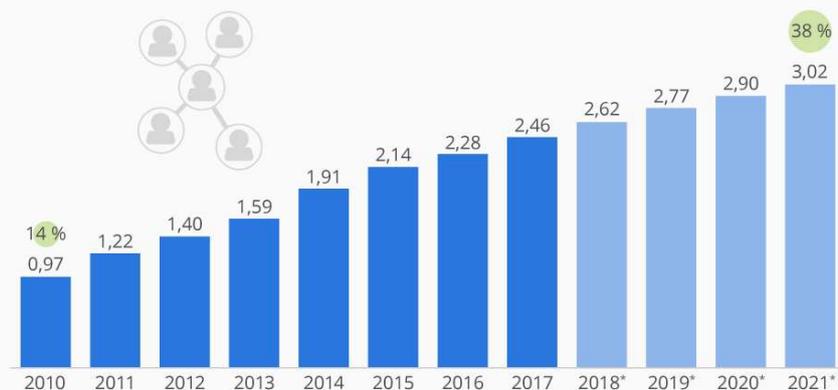
3



En 2021 plus du tiers du globe sera sur les réseaux sociaux

Nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux dans le monde, de 2010 à 2021 (en milliards)

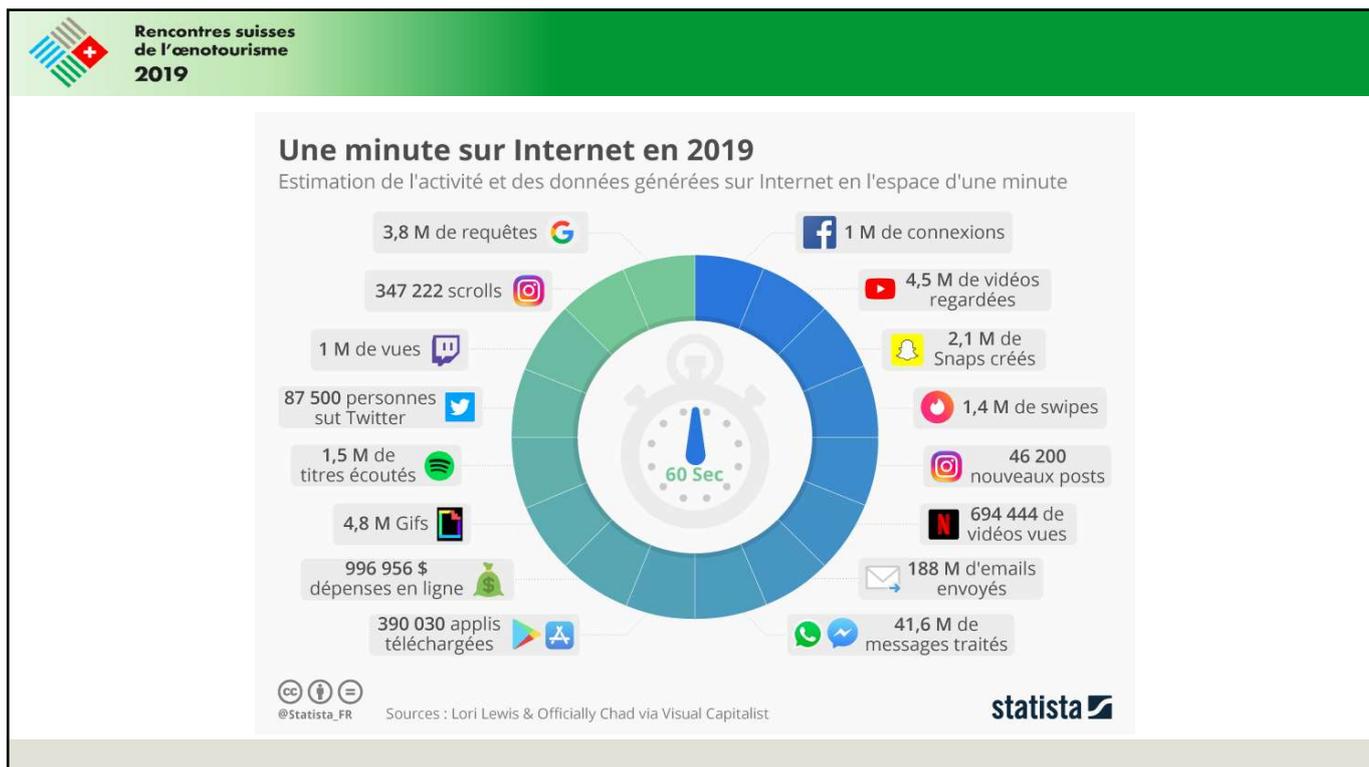
● Part de la population mondiale



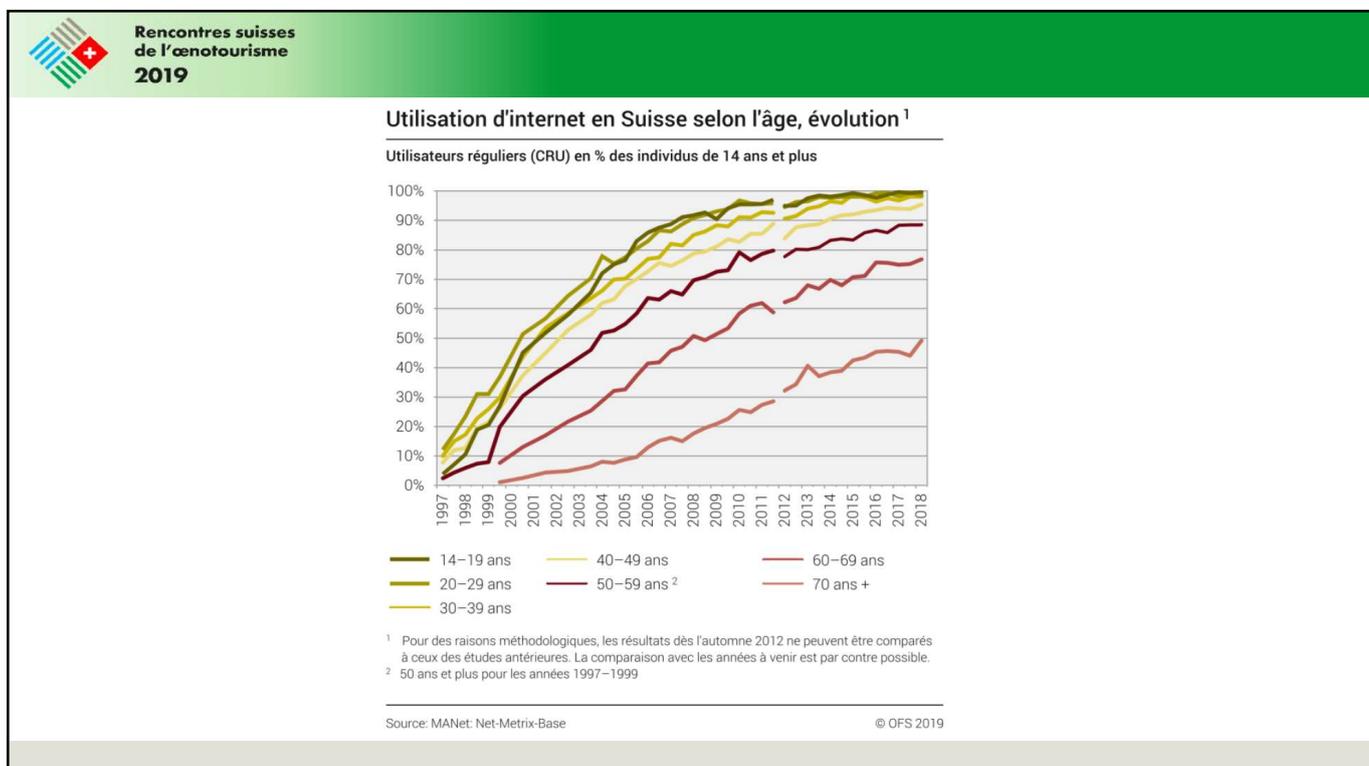
© Statista_FR * Prévisions
Source : eMarketer

statista

4



5



6



Les réseaux sociaux



7



Allez sur www.menti.com
et utiliser le code : 57 15 34



Please enter the code

Submit

The code is found on the screen in front of you

8



Allez sur www.menti.com
et utiliser le code (test) : 99 87 26



Please enter the code

Submit

The code is found on the screen in front of you

9

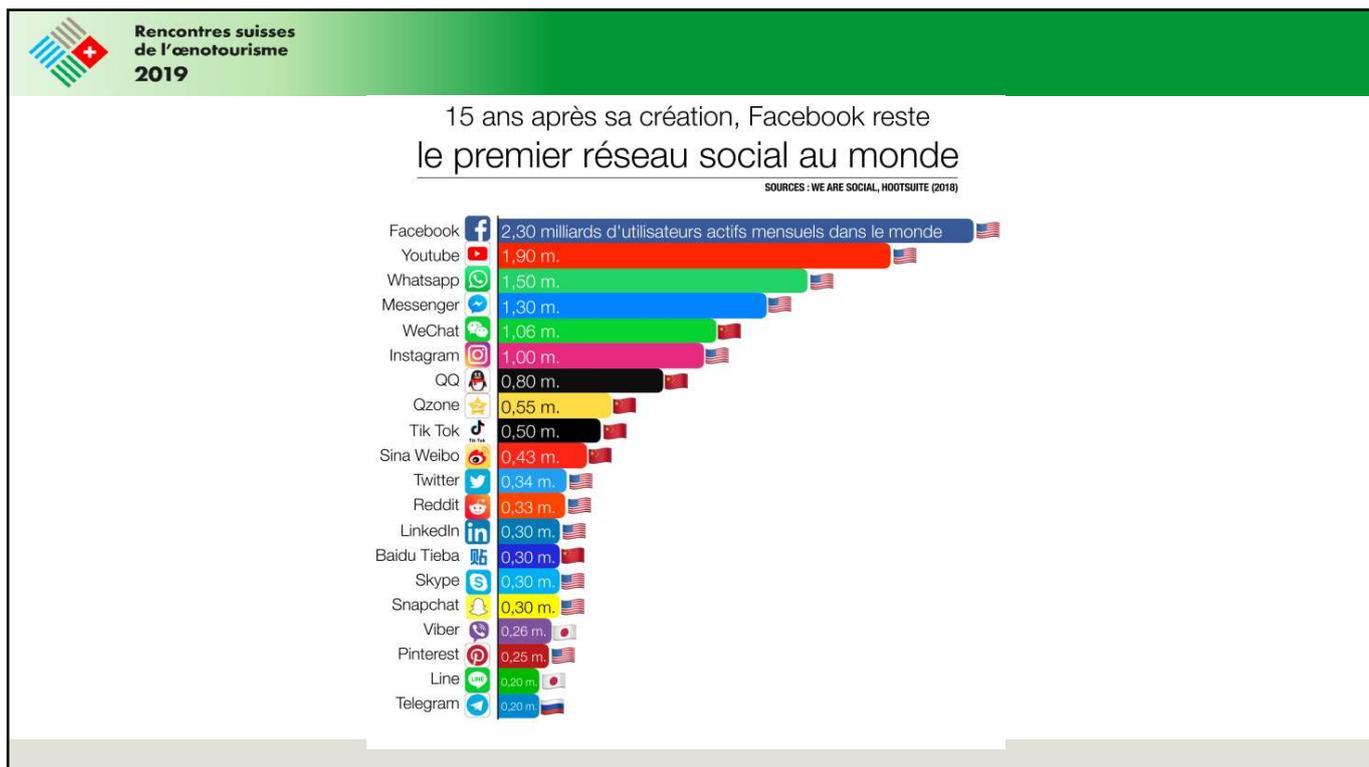


Qu'est-ce qu'un réseau social ?



- Réseaux professionnels (LinkedIn, Xing,...)
- Réseaux personnels (Facebook, Snapchat,...)
- Communautés de contenu (Instagram, YouTube, Pinterest,...)
- Blog, vlog (Twitter, wordpress, blogs thématiques, entreprises...)
- Site de partage d'informations (Slideshare, TripAdvisor,...)
- Communication (whatsapp, messenger,...)
- Crowdsourcing et crowdfunding...

10



11

Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Allez sur www.menti.com et utiliser le code : 57 15 34

Mentimeter

Please enter the code

57 15 34

Submit

The code is found on the screen in front of you

12



Le couteau suisse des entreprises du 21^e siècle

Les médias sociaux sont utilisés pour promouvoir une image de marque, communiquer avec des clients, générer de nouveaux clients potentiels, mieux comprendre les habitudes d'achat, gérer une réputation et renforcer une empreinte numérique.

Source : searchenginejournal.com/top-dos-donts-effective-social-media-management

13



Avantages de l'utilisation des RS

- Améliorer la notoriété de votre entreprise
- Garder un œil sur la concurrence
- Mieux connaître votre clientèle actuelle et potentielle
- Rester au contact des attentes et des modes
- Obtenir de nouveaux prospects (intérêt)
- Apporter du trafic vers votre site
- Optimiser votre communication



14

Quelques règles de bases pour bien réussir sa présence sur les réseaux sociaux



15

<p>✘</p> <p>Utiliser les réseaux sociaux sans stratégie</p>	<p>✔</p> <p>Faire un diagnostic de votre présence online</p>
--	---



16



Analysez vos efforts actuels

- Sur quels réseaux êtes-vous actifs ?
- Sont-ils bien adaptés par rapport à votre cible ?
- Vos contacts correspondent-ils à vos clients ?
- Quels sont les réseaux sur lesquels vous êtes le plus performant ?
- Quels types de publications fonctionnent et lesquels ne fonctionnent pas ?
- Y a-t-il non pertinent ou obsolète à nettoyer ?

17

Communiquer sans objectifs précis

Fixer des objectifs pour pouvoir mieux vous adresser à votre public

18



Types d'objectifs à prioriser

- Travailler la notoriété : mieux faire connaître ma marque et mes produits
- Développer une communauté : échanger et interagir avec mes clients actuels
- Gagner de nouveaux clients et collecter des données (emails,...)
- Connaître les attentes des clients
- Connaître le marché (concurrents, trends,...)
- Réaliser des ventes directes
- Promouvoir mes événements
- Créer du trafic sur mon site internet
- ...

19

Utiliser les réseaux sociaux en fonction des modes

**Comprendre chacune des plateformes retenues:
Quel réseau social pour quel public ?**

20

Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

LinkedIn

- Un homme (31%)
- Entre 18 et 24 ans (34%)
- Citadin (34%)
- Salaire de CHF +80'000.- (45%)
- Diplôme Universitaire (50%)

Facebook

?

Source : Sproutsocial

21

QUEL RÉSEAU SOCIAL CHOISIR POUR VOTRE BUSINESS ?

2016	f	▶	📷	G+	in	🐦	P
MEMBRES	1,6 milliard	1 milliard	430 millions	440 millions	429 millions	325 millions	110 millions
DEMOGRAPHIE	Âge moyen 34	Âge moyen 26	Âge moyen 26	Âge moyen 34 67% d'hommes	Âge moyen 44	Âge moyen 22	Âge moyen 26 85% de femmes
ENTREPRISES	B2C 66% B2B 30%	B2C 53% B2B 51%	B2C 42% B2B 22%	B2C 22% B2B 13%	B2C 39% B2B 66%	B2C 50% B2B 55%	B2C 39% B2B 20%
OBJECTIFS	Construire et fidéliser une communauté de fans	Rechercher "Comment ..."	Construire des relations, conversation	Infos et articles	Infos et articles, conversation	Actualités et articles, se positionner comme expert	Épingler des images dans des tableaux (Scrapbooking)
POINTS POSITIFS	Génération de leads, outils marketing, e-commerce, un marché important de clients potentiels, innovation constante, partages, forte croissance, groupes	SEO, webinars, notoriété de marque, contenu très varié, droits d'auteur respectés, let's play, qualité vidéo (entre 380p et 4k)	Génération de leads, impact sur les ventes, filtres, capter une image sur le vif	SEO, partage sur les autres réseaux sociaux, communautés	Développer son business en B2B, Pulse (articles), asseoir son expertise, groupes	Relations publiques, service client, moteur de recherche	Génération de leads, générer du trafic vers des sites externes, e-commerce
POINTS NÉGATIFS	Reach faible (30%), de moins en moins populaire chez les jeunes	Investissement considérable (logiciels, temps, argent, connaissances, contenu...)	Seulement des images, utilisation limitée sur ordinateur	Peu d'utilisateurs actifs, pas de post sponsorisé, démographie spécifique	Outils limités, évoluant peu, moteur de recherche	140 caractères (images incluses), peu d'utilisateurs actifs	Demographie très spécifique

Source chiffres : digitalmediaplugins.com, ibids.com Agence de communication 360° www.mjmedia.ch

22

Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Connaître les utilisateurs

RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	PINTEREST	LINKEDIN
<p>3,025 MILLIARDS D'INTERNAUTES 2,060 MILLIARDS ACTIFS SUR LES RÉSEAUX</p> <p>68% DES INTERNAUTES 28% DE LA POPULATION MONDIALE</p> <p>TEMPS PASSÉ 1H30 PAR JOUR EN FRANCE 2 HEURES PAR JOUR DANS LE MONDE</p> <p>PÉNÉTRATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE MONDE</p>	<p>RÉSEAU SOCIAL N°1 DANS 126 PAYS SUR 137 ÉTUDIÉS</p> <p>1,480 MDS D'UTILISATEURS 10 MDS DE MESSAGES ENVOYÉS PAR JOUR 4,5 MDS DE LIKES PAR JOUR 1,8 M DE LIKES PAR MINUTE 4,75 MDS DE PARTAGES PAR JOUR</p> <p>TEMPS PASSÉ SUR FACEBOOK 6H45 PAR MOIS</p> <p>AU RÉVEIL 48% DES 18-34 ANS SE CONNECTENT AGE MOYEN : 22 ANS</p> <p><small>NOTE: EN FRANCE: 50 M INACTIVES; 70% DES PAGES LIKÉES - 80 PAR COMPTE (MOY.)</small></p>	<p>307 MILLIONS D'ACTIFS MENSUELS EN FRANCE 2,3 MILLIONS EN FRANCE 80% SUR MOBILE</p> <p>44% DES INTERNAUTES N'ONT JAMAIS TWEETÉ</p> <p>61% < 35 ANS 19% CADRES SUP.</p> <p>55% HOMMES 33% EN ILE DE FRANCE</p> <p>LES TWEETS AVEC UNE PHOTO 2x - DE PARTAGE</p> <p>TEMPS PASSÉ SUR TWITTER 170 MIN PAR MOIS</p>	<p>300 MILLIONS D'ACTIFS MENSUELS 85 MILLIONS POUR INSTA-DIRECT</p> <p>30% D'UTILISATEURS, AUX USA</p> <p>30 MDS DE PHOTOS PARTAGÉES 2,5 MDS DE "LIKES" CHAQUE JOUR 70 M DE PHOTOS PARTAGÉES CHAQUE JOUR</p> <p>1 UTILISATEUR SUIT EN MOYENNE 134 PERSONNES</p> <p>46% DES UTILISATEURS SUIVENT DES MARQUES 70% DES MEMBRES FRANÇAIS SE CONNECTENT 1 FOIS PAR JOUR</p>	<p>85% DES USAGERS SONT DES FEMMES</p> <p>30% DES ACTIFS ONT ENTRE 25 ET 34 ANS</p> <p>100 MILLIONS DE MEMBRES</p> <p>TEMPS PASSÉ SUR PINTEREST 16 MIN PAR MOIS</p> <p>POPULARITÉ DES PINS EN FONCTION DES JOURS DE LA SEMAINE LUNDI FITNESS MARDI HIGHTECH MERCREDI CÉLÉBRATION JEUDI VENDREDI SAMEDI DIMANCHE MARIAGE, BLAGUES, VOYAGE, FOOD</p>	<p>380 MILLIONS DE MEMBRES 10 MILLIONS DE MEMBRES EN FRANCE</p> <p>34% DES MEMBRES AUX USA</p> <p>DEUX NOUVEAUX MEMBRES CHAQUE SECONDE</p> <p>TEMPS PASSÉ SUR LINKEDIN 17 MIN PAR MOIS</p> <p>79% 44 ANS +34 ANS AGE MOYEN</p> <p>27% DES VISITES VIA MOBILE</p> <p><small>© 2017 Bridge</small></p>

Source : www.chefdentreprise.com (2017)

23

Utiliser les réseaux sociaux mais n'avoir rien à dire

Mettez de l'émotion dans vos publications

Rendez les intéressantes en y racontant vos plus belles histoires

24


Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Vos plus belles histoires

- vos succès
- votre famille
- vos employés
- vos produits (un nom, un assemblage...)
- vos événements
- une rencontre particulière
- ...



25


Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Philippe Bujard Vin Selection
24 juin

Lié à l'histoire viticole de #Lavaux depuis le XVème siècle, la Famille BUJARD est heureuse de vous présenter sa toute dernière création, dédiée au plus jeune descendant de la lignée.
#Cuvée #Vianney 2018.
Dégustation ce vendredi 28 juin dès 17h00 à Châtagny sur Villette Cour BUJARD.
Présentation de tout l'assortiment... Afficher la suite






Cave du Rhodan Mounir Weine, reconnaissant.
23 août, 18:11

Gratis Versand!
Unser Diversitas Hommage Pinot Noir wurde zum Best of Wallis 2019 ausgezeichnet. Zudem erreichte er die höchste Punktzahl aller Schweizer Rotweine. Kurz: Er gilt somit als bester Rotwein der Schweiz an der Weinprämierung Zürich.
Zur Feier gibt es für kurze Zeit gratis Versand in unserem Online Shop auf <https://rhodan.ch> (Rabattcode: BESTERROTWEIN) – Profitieren Sie jetzt!
Voir la traduction



Celliers de Sion
30 août, 16:45

Nos collaborateurs se dévoilent...
Découvrez Hervé Acosta, notre représentant !



26

FMP Formation

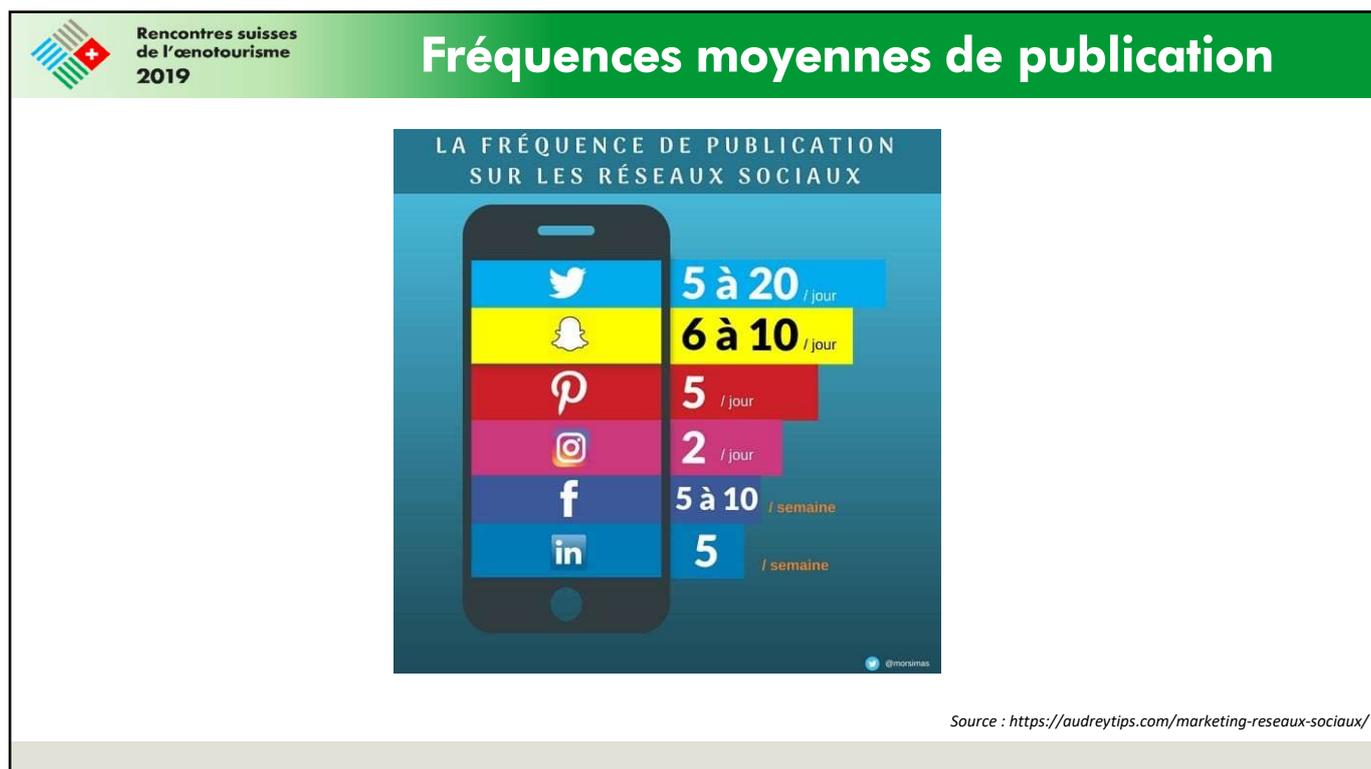


27

<p>✘</p> <p>Noyer les gens de posts, de newsletter et de messages</p>	<p>✔</p> <p>Publier des infos régulières sans « gaver » votre public</p>
---	--

The image is a comparison graphic with two columns. The left column has a red background and a white 'X' icon in the top left corner. The right column has a green background and a white checkmark icon in the top right corner. In the center, there is a circular icon with a blue background, a white border, and a flag on a pole. The flag is split vertically, with a red side containing a white 'X' and a green side containing a white checkmark.

28



29

X

Se contenter de publications textes

✓

Utiliser les éléments visuels tels que photos et vidéos

30

PICTURE MARKETING

L'image est le type de post qui génère le plus gros taux d'engagement avec 0,118%

Source: étude de Graph Insider



31



Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Le succès de la vidéo



Cave du Chevalier Bayard
@cavechevalierbayard

César Ritz - Cave du Chevalier Bayard



Pro vins Valais
3 h

LE VALAIS ROULE JUSQU'À ZÜRICH
Notre barrique autonome Pro vins a fait le spectacle dans les rues de Zurich avant de finalement rejoindre notre nouveau concept-store Pro vins Wine & Co Zurich!



Daniel Magliocco & fils
25 mars

Merci à Canal9, comme cela je sais que j'ai tendance à parler avec les mains...



Adrian & Diego Mathier Nouveau Salquenen AG
27 août, 09:37

C'est la fête des bulles !
Votre Folie à deux pour Noël...



Celliers de Sion
@lescelliersdesion

LA BELLE HISTOIRE DES CELLIERS DE SION

32

Ne pas prendre le temps de contrôler son efficacité

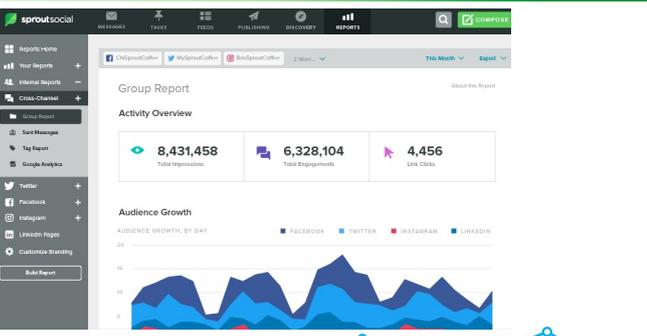


Mesurez les résultats et s'adapter si besoin

33



Divers outils à disposition



PROUVEZ L'IMPACT DE VOS EFFORTS

Démontrer que vos efforts sur les médias sociaux sont payants à l'aide de rapports exportables et prêts à l'emploi, que vous pourrez partager avec votre supérieur, votre équipe ou vos clients.

Vous pouvez également recevoir par e-mail des mises à jour hebdomadaires ou mensuelles.

Augmenter mon abonnement

Performances de votre publication

19 359 Personnes atteintes

1 225 Réactions, commentaires et partages

916 👍 J'aime	486 Sur la publication	430 Sur les partages
140 ❤️ J'adore	81 Sur la publication	59 Sur les partages
1 😂 Haha	1 Sur la publication	0 Sur les partages
29 😮 Wowah	17 Sur la publication	12 Sur les partages
1 😞 Triste	1 Sur la publication	0 Sur les partages
69 Commentaires	46 Sur la publication	23 Sur les partages
69 Partages	65 Sur la publication	4 Sur les partages

1 294 Clics sur la publication

240 Affichages de photos	1 Clics sur un lien	1 053 Autres clics
-----------------------------	------------------------	-----------------------

COMMENTAIRES NÉGATIFS

8 Masquer la publication	2 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page

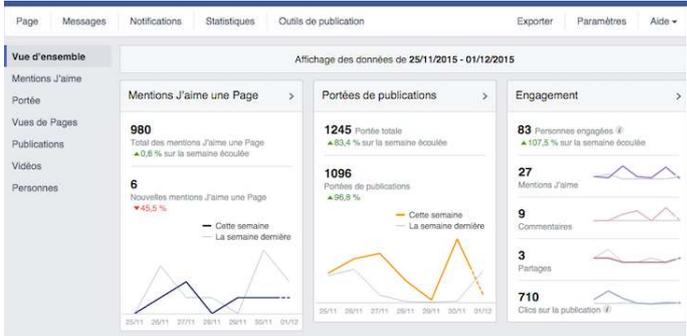
Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

34


Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Les indicateurs de mesures des résultats

- Nbre de clicks
- Nbre d'interactions
 - Nbre de 'likes'
 - Nbre de commentaires générés
- Nbre de partages
- Portée des publications



35


Rencontres suisses de l'œnotourisme 2019

Les outils de mesures de la réputation

Exemple de résultats de la Fanpage Karma ?

En image ?

En vidéo ?

36

✘

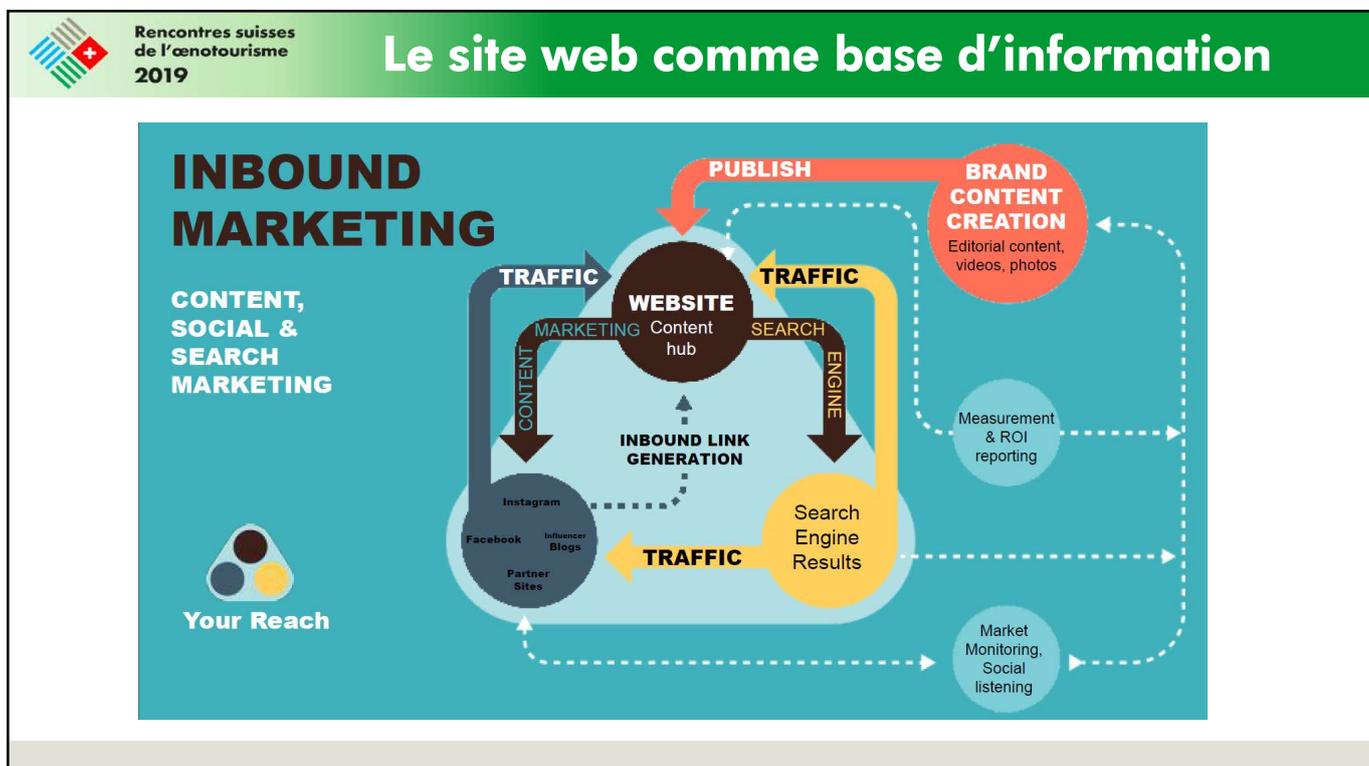
Tout miser sur les réseaux sociaux ou tout miser sur son site Internet



✔

Utilisez vos réseaux sociaux en relation avec votre site internet afin d'y générer du trafic

37



38

<p>✘</p> <p>Eviter les publications trop fréquentes ou de laisser vos clients sans nouvelles</p> <p>Ne pas répéter les mêmes publications sur tous les réseaux (adapter au public de chaque réseau)</p> <p>Les longs textes insipides ne sont pas lus</p> <p>Ne pas laisser des commentaires sans réponses</p>	<p>✔</p> <p>Surveiller votre réputation sur internet</p> <p>Mettez en avant vos offres et rendez-les disponibles en ligne</p> <p>Adaptez votre contenu aux différents réseaux et à leur publics</p>
---	--



39

<p>✘</p> <p>Eviter les publications trop fréquentes</p> <p>Ne pas répéter les mêmes publications sur tous les réseaux (adapter au public de chaque réseau)</p> <p>Les longs textes insipides ne sont pas lus</p> <p>Laisser des commentaires sans réponses</p>	<p>✔</p> <p>Publier des infos régulières sans 'gaver' votre public</p> <p>Utiliser les éléments visuels tels que photos et vidéos</p> <p>Publier sur les réseaux où se trouvent vos clients</p> <p>N'hésitez pas à raconter de belles histoires</p> <p>Mesurez vos résultats</p> <p>Surveiller votre réputation sur internet</p> <p>Mettez en avant vos offres et rendez-les disponibles en ligne</p> <p>Adaptez votre contenu aux différents réseaux et à leur publics</p>
---	--



40

Les 10 « clés de succès » en réseaux sociaux

1 Identifiez vos cibles

2 Gérez vos contenus

3 Faites preuve d'authenticité

4 Soyez réactifs

5 Surveillez votre cohérence
inter-réseau

6 Engagez-vous avec votre audience

7 Transformez les avis en succès

8 Faites preuve de continuité

9 Entourez-vous

10 Restez à jour avec l'évolution des
technologies

41

Merci pour votre attention !

42