

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

RESTEZ CONNECTÉS

LES
RENDEZ-VOUS
DU CRT

11:45 pm

Social

RENDEZ-VOUS DU CRT N°4

RESEAUX SOCIAUX :
What's new en 2019 ?





RDV DU CRT N°4

FOCUS SUR LA STRATEGIE DU CRT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR SUR LES RESEAUX SOCIAUX

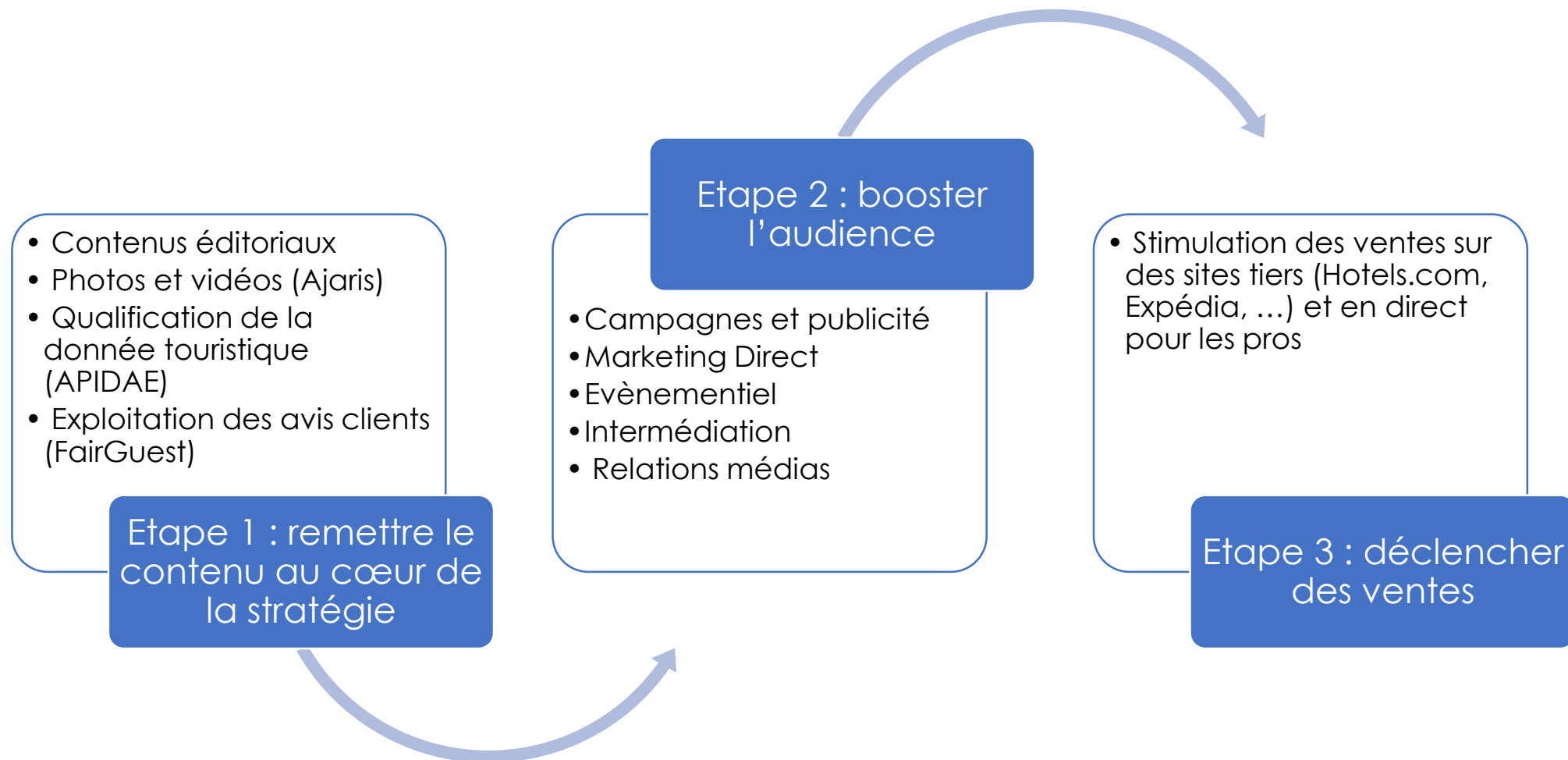


CONTEXTE
LOGIQUE « GRAND PUBLIC »
LOGIQUE « PRO »



CONTEXTE

La place des réseaux sociaux dans la stratégie du CRT



CONTEXTE

2 priorités, 3 étapes clés

2 objectifs :

1. **Gagner de l'audience à l'international**
2. « **Faire savoir** » ce qui est réalisé par le CRT et ses partenaires



3 actions pour y répondre :

1. **Création des pages Facebook US et UK**
Fin 2017
2. **Montée en puissance de la communication pro**
Juillet 2018
3. **Boost de la page Instagram**
Octobre 2019



CONTEXTE

2 logiques dissociées et complémentaires



Grand public

Facebook
Instagram



Pro

LinkedIn
Twitter
WhatsApp

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Principes de fonctionnement

Pourquoi ?

Répondre aux besoins du cycle du voyageur : informer, susciter l'envie, convertir et fidéliser

Comment ?

- ✓ Toucher au bon moment les cibles avec une personnalisation géographique
- ✓ Pousser du contenu avec les messages de marques de destinations (Provence, Alpes, Côte d'Azur) en veillant à une équité des territoires
- ✓ Trouver les formats performants (photos horizontales/verticales par exemple)

Qui ?

- ✓ L'équipe communication du CRT sur le marché FR
- ✓ L'équipe communication du CRT avec les agences partenaires pour les marchés US/ UK et Chine

Quoi ?

Des contenus insolites et inspirationnels, des paysages et des lieux incontournables

Quand ?






3 fois / semaine, sur Facebook ou Instagram, avec des calendriers éditoriaux dédiés

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Principes de fonctionnement

Mise en place d'outils collaboratifs

Organisation de Comités éditoriaux réguliers et mise à jour permanente du calendrier des publications

1	—	Jour	Format	Thématique éditoriale	Territoires	Lien vers site extérieur	Lien vers brouillon Facebook	Contenu	Texte Facebook	Crédit (auteur)	Lieu	Commentaires
113	Semaine 18	mercredi 2 mai	Photo carrée	Escapades urbaines	Côte d'azur	http://bit.ly/316DaysOfSun	DRAFT		Welcome to Menton, the town where the sun shines 316 days a year ☀️☀️☀️ >> http://bit.ly/316DaysOfSun	@renovasp		ok
114		vendredi 4 mai	Photo verticale	Nature	Alpes	/	DRAFT		Forget everything, immerse yourself in the beauty of Gorges du Verdon 🌿🌿	Flayols.G		Ok renvoyer vers : http://www.verdoutourisme.com/ O mais le site n'est pas en anglais
115												
116	Semaine 19	lundi 7 mai	Photo verticale	Evénements	Côte d'azur	/	DRAFT		South of France is buzzing! 🎉 The Festival de Cannes starts tomorrow! Do you like this year official poster? It's a photo extract from 1965 Jean-Luc Godard's movie "Pierrot le Fou" - partly shot in the South of France in places like Perquécrolles or Hyères. Can you recognise the actors? Design © Flore Maquin in Pierrot le fou © George Pierra	Design © Flore Maquin in Pierrot le fou © George Pierra	Cannes	Peut être plus faire le lien avec le sud de la France grâce au texte ou au choix de l'image ? Taguer Cannes tourisme ? (en général ?) OK texte changé et localisation rajoutée excuse moi mais je ne vois pas le lien avec le sud Le lien c'est que c'est un événement d'ampleur mondial qui a lieu dans le sud de la France oui oui mais je pensais plus au contenu du film, ça fait "double li" ;). bref, c'est bien comme ça, si tu peux identifier Hyères tourisme https://www.facebook.com/hyeres-tourisme/ Hyères Tourisme tagué
117		mercredi 9 mai	Photo verticale	Nature	Alpes	/	DRAFT		80km of lakeside and creeks, exceptional sunlight, a Watersport destination... We may have found your summer holiday! 🌊🌿 📍 @crazyserreponcon Serre Ponçon	Mouton A	Serre Ponçon	ok post. Pour la photo, je ne pouvais le la donner qu'à partir de mercredi à mon retour au bureau ok pas de pb
118		vendredi 11 mai	Multiphotos	Art de vivre	Provence	/	DRAFT		Shopping in Aix en Provence is an experience for all your senses. What are your favorite Provence must haves? 🍷🌿	Shutterstock		identifier @Office de tourisme d'Aix Provence C'est fait ok
119												

+

≡

2018 Facebook UK ▾

ADS UK 2018/2019 ▾

OLD ADS UK 2018 ▾

Temps Forts 2018 ▾

2018 Facebook US ▾

ADS US 2018/2019 ▾

OLD ADS US 2018 ▾

+

←

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Facebook



*Engagement 2,75%
Nb de posts 56
dont 11 sponso*

PROVENCE



*Engagement 3,38%
Nb de posts 26
dont 9 sponso*

ALPES



*Engagement 2,60%
Nb de posts 59
dont 13 sponso*

CÔTE D'AZUR



135k fans



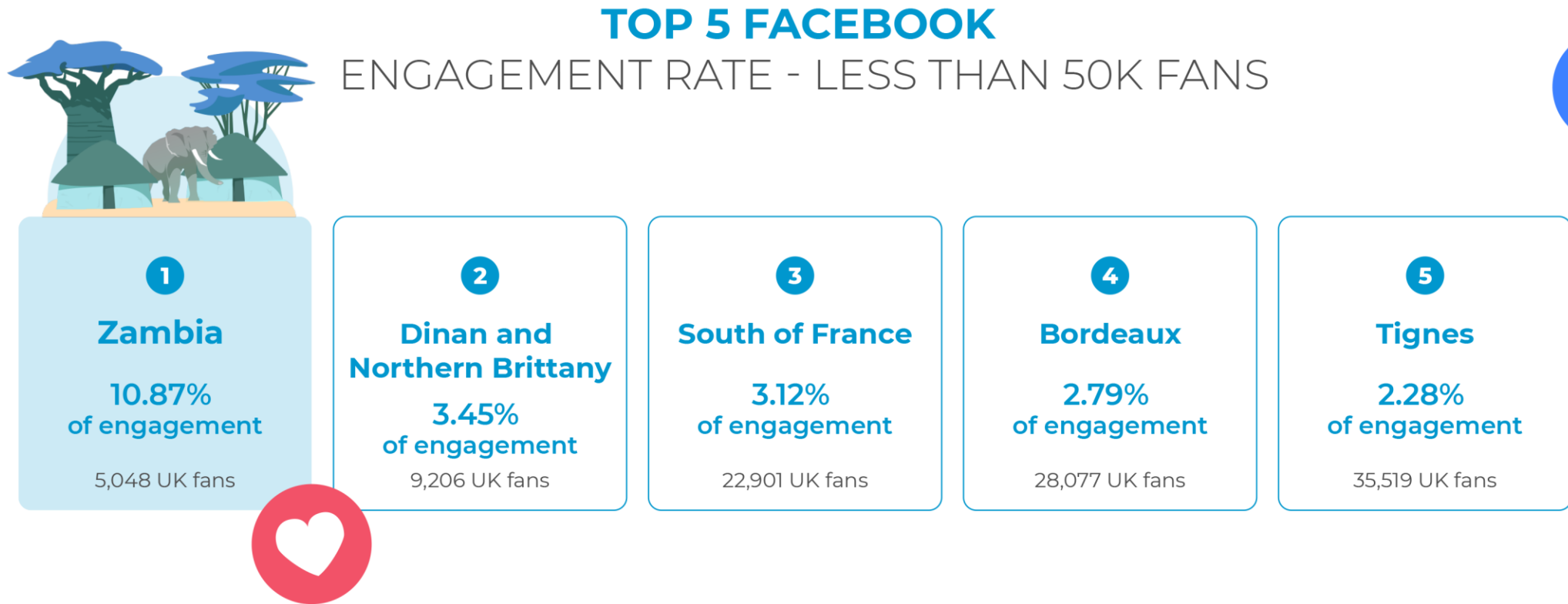
56.5k fans



76.5k fans

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Facebook



La page UK s'est classée 3^{ème} destination étrangère en termes d'engagement dès son lancement et 8^{ème} destination étrangère tous indicateurs confondus en 2018

Source : étude We Like Travel « Les destinations étrangères au Royaume-Uni en 2018 » < <http://we-like-travel.com/etudes-et-barometres/etudes-et-infographies/>

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Instagram

3 posts par semaine afin de représenter les 3 destinations

Organisation thématique - Ambiance colorée par territoire - Respect de la saisonnalité

Le tout avec des textes en FR et EN et des stories !



Visitsouthoffrance

🇫🇷 Bien finir la journée à Marseille avec un petit toit-terrasse @friche_bdm 🌤️🤯
🇬🇧 Nothing like ending the day on the cool rooftop #lafriche in Marseille

•
•
•
#visitsouthoffrance #provence #choosemarseille
#mafriche #marseille



Visitsouthoffrance

🇫🇷 A table! 🍴🥰
🇬🇧 Have you ever tried a Bouillabaisse? The iconic dish of Marseille, a fish stew. Probably the tastiest fish soup you will ever try.

•
•
•
#visitsouthoffrance #provence #choosemarseille
#bouillabaisse #marseille



19.8k abonnés

LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Weibo et WeChat

Une travail spécifique de promotion est en cours auprès du marché chinois avec les partenaires du Contrat de Destination Provence.

2 canaux ont été choisi pour « toucher » ce public :

✓ WeChat

✓ Weibo



从马赛机场出发，穿梭巴士服务于马赛，普罗旺斯地区艾克斯，普罗旺斯地区萨隆，阿尔勒，尼姆，土伦，圣特罗佩等，每个航班抵达时都有出租车在外等候。



许多艺术家都被戈尔德（Gordes）的魅力所折服，其著名的石头房子坐落在沃克吕兹（Vaucluse）山脊南部，被称为“天空之城”。凭借蜿蜒的鹅卵石街道，花岗岩所砌成的房屋和颇具气势的梯田，戈尔德在第二次世界大战之后成为了艺术地标，无数艺术家来此吸取灵感，其中就包括夏加尔（Marc Chagall）、安德烈·洛特（André Lhote）和维克托·瓦萨瑞丽（Victor Vasarely）等。

LA LOGIQUE « PRO »

Principes de fonctionnement

Pourquoi ?

« Faire savoir » ce qui est réalisé par le CRT et ses partenaires

Comment ?

Twitter + LinkedIn

Qui ?

- ✓ Toute l'équipe opérationnelle du CRT est mobilisée avec une coordination du pôle communication
- ✓ Les acteurs du tourisme régional – institutionnels et privés – sont visés par les communications

Quoi ?

1. Des événements ou des actions portés par le CRT ;
2. Des données chiffrées sur le tourisme en région ;
2. Des nouveautés et démarches menées par d'autres partenaires touristiques en région ;
3. Des grandes évolutions du secteur.

Quand ?

Communication 2 à 3 x / semaine en moyenne sur les RS

LA LOGIQUE « PRO »

Principes de fonctionnement

Mise en place d'outils collaboratifs

The screenshot displays the Microsoft Teams application interface. On the left, the 'Vos équipes' (Your teams) sidebar lists several teams: 'Communication & Webmarketing', 'Général', 'Réseaux sociaux', 'Web', 'Nouveautés et actualités en région', 'Tendances du secteur', 'Team bulletin d'inscription', and 'Comité Editorial - Grand public'. The 'Tendances du secteur' team is selected, showing its 'Digital' channel. The main chat area is titled 'Tendances du secteur > Digital' and shows two messages. The first message, from Sarah Le Pelley on July 16, 2019, discusses a fictional location on Instagram for protecting natural sites. The second message, from Julien Auray on July 22, 2019, discusses the importance of recent reviews on TripAdvisor. Both messages include a 'Répondre' (Reply) button. The interface also shows a 'Conversations' tab and a 'Wiki' icon.

TEAMS de Microsoft pour fluidifier la veille

LA LOGIQUE « PRO »

Principes de fonctionnement

Comité éditorial mensuel en interne et mise à jour permanente d'un calendrier éditorial

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
26 août	27	28	29	30	31	1 sept.
		Open Crans Montana; Julien Auray				
		Lancement campagne hotels.com; Julien Auray	Newsletter Août Open Crans Montana; Julien Auray			
2	3	4	5	6	7	8
Open Crans Montana; Julien Auray	Post Rdv du CRT Réseaux sociaux		Zéro Fumé			
9	10	11	12	13	14	15
Post Candidature Destination Vignobles; Julien Auray	Post campagne Golf Belgique; Julien Auray		Post nouvel hôtel Mercure à Marseille; Julien Auray			
16	17	18	19	20	21	22
	Rendez-vous du CRT; Julien Auray			Evènement Golf à Lausanne; Julien Auray		
	Opération Lancement de saison Alpes - Paris; Julien Auray	Opération communauté chinoise; Julien Auray	Bilan saison estivale 2019; Julien Auray	Post Twitter atelier Chatbot; Julien Auray		

Calendrier Outlook partagé pour planifier

LA LOGIQUE « PRO »

Twitter



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT_RegionSud

Adieu "PACA" et bonjour

#Provence #Alpes #CotedAzur 🖐️

Continuez à suivre notre actualité avec

@CRT_RegionSud 😊

pic.twitter.com/JLOQwV4wJz



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT_RegionSud

Dans le cadre du Contrat de Marque Alpes et en lien avec @atout_france et Webedia, une campagne de communication digitale à l'attention du marché italien a été lancée cet été pour développer la notoriété du massif sud-alpin et stimuler les ventes avec Easyviaggio

#purealpes pic.twitter.com/xnOn3NR8ya



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT_RegionSud

Le **#CRT** présente aujourd'hui son

#PlandActions2019 à **#HotelRenaissance** à **#Aix**.

Plus de 300 professionnels et partenaires venus de toute la région sont attendus

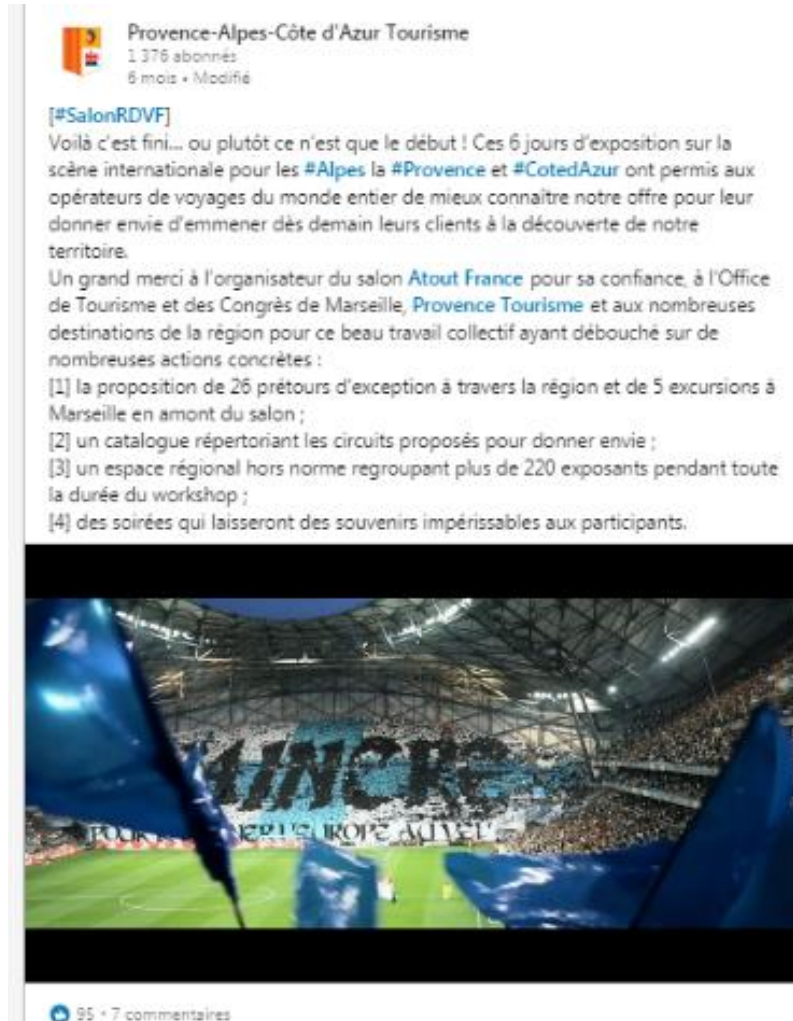
pic.twitter.com/VIDM1ABj6Y

Recentrage du compte sur les pros pour moins d'audience mais plus d'engagement

LA LOGIQUE « PRO »

LinkedIn

- ✓ + 350% d'abonnés en 1 an
- ✓ Plus on suit notre ligne éditoriale, plus l'audience et l'engagement sont forts



LA LOGIQUE « PRO »

WhatsApp

Utilisation BtoB pour l'évènementiel :

- ✓ Eductours
- ✓ Missions à l'étranger
- ✓ Evènement grand public

3 avantages :

- ✓ Identification des problèmes en temps réel
- ✓ Optimisation de l'organisation logistique
- ✓ Partage des contenus photos / vidéos



AGENDA

Présentation du Plan d'actions régional 2020



INVITATION PLAN D'ACTIONS REGIONAL 2020



**Le Jeudi 10 octobre de 9h à 12h30
Au Château Saint Hilaire à Coudoux**

AGENDA

Ne manquez pas les derniers Rendez-vous du CRT de l'année 2019 !

12, 13 ET 14 NOVEMBRE 2019

RENDEZ-VOUS N°5

**BIEN CHOISIR
SES INDICATEURS
POUR ÉVALUER
SES RÉSULTATS**

EVALUATION

12 novembre de 14h à 17h

Auberge La Feniére à Lourmarin (84)

13 novembre de 9h30 à 12h30

Chambre de Commerce et d'Industrie des Hautes-Alpes à Gap (05)

14 novembre de 9h30 à 12h30

Mas des Escaravatières à Puget-sur-Argens (83)



Bien souvent, l'évaluation poussée de ses actions de communication ou de commercialisation est une étape négligée par les acteurs du tourisme. Pourtant, choisir ses « key performance indicators » (KPI) et mettre en place des dispositifs de suivi de ses actions est une étape indispensable pour cadrer et faire évoluer sa stratégie.

De l'évaluation des retombées médias au suivi statistique de ses ventes ou de la fréquentation de son site web en passant par l'analyse de son e-réputation sur les réseaux sociaux ou les providers d'avis, les outils ne manquent pas pour mesurer ses performances.

- Quelles sont les grandes étapes à suivre pour structurer son système d'évaluation ?
- Quels outils utiliser pour mesurer ses résultats sur les différents canaux ?
- Comment se servir de cette étape d'évaluation pour piloter sa stratégie ?

En partenariat avec les Chambres de Commerce et d'Industrie des Hautes-Alpes, du Var et du Vaucluse.

AGENDA

Rencontres départementales du Tourisme Côte d'Azur France



CÔTE d'AZUR
FRANCE

14
NOVEMBRE
2019

5^{èmes} Rencontres
départementales du tourisme azuréen

"Comment accroître la dépense
touristique moyenne et stimuler la
consommation ?"

NICE ACROPOLIS - AUDITORIUM ATHÉNA
DE 14H00 À 17H00

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME
CÔTE d'AZUR
FRANCE

DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES

RÉGION
SUD PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR

CCI NICE
CÔTE D'AZUR

nice
acropolis

France.fr

AGENDA

Les Rdv du CRT reviennent en 2020

5 thèmes traités :

Tendances « food » : s'adapter aux nouvelles attentes des clientèles

>14, 15 et 16 janvier

Chine : saisir les opportunités d'un marché en constante évolution

>Vendredi 27 mars matin

Japon et Corée, des marchés asiatiques matures à forte valeur ajoutée

>Vendredi 27 mars après-midi

Piloter sa distribution en ligne dans un contexte commercial fluctuant

> 22, 23 et 24 septembre

Optimiser ses photos et vidéos pour booster son image

>17, 18 et 19 novembre

EVALUATION

Faites-nous un retour sur ce rendez-vous !



RESTEZ CONNECTÉS

LES RENDEZ-VOUS

Rendez-vous du CRT n°4 - Réseaux sociaux : what's new en 2019 ? - 17, 18 et 19 septembre 2019

Merci de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous aider ainsi à répondre au plus près de vos attentes.



SUIVANT

Page 1 sur 4

<https://bit.ly/2ky983q>