

**Thème :** Communiquer sur son engagement via  
les médias sociaux.

**Date :** le 11 décembre 2012  
**Lieu :** La 4ème dimension - Florac  
**Durée :** 1 journée

**Intervenant :**  
Guillaume Sapin

**Contexte :**

Les adhérents de l'association Cévennes écotourisme sont des professionnels du tourisme engagés pour l'écotourisme. Leur engagement se traduit par des actions concrètes et propres à chacun d'entre eux, sur les plans environnementaux, sociaux et économiques.

La promotion de leur structure et de leurs actions pour l'écotourisme sont importantes, à la fois pour un développement économique, mais aussi pour sensibiliser le grand public à une autre forme de tourisme.

Pour ce, il semble indispensable d'avoir un site internet comme vitrine de leur prestation touristique, dans une époque où internet est un outil essentiel du quotidien de nombreux foyers.

Via internet, les médias sociaux représentent de nouveaux moyens de communication et de promotion, permettant de toucher un public large et diversifié, et pouvant être un bon instrument de veille.

Certains adhérents de Cévennes écotourisme aimeraient connaître d'avantage ces médias, afin de se positionner dans leur utilisation, pour en faire un usage efficace et non chronophage.

Cette formation est proposée pour répondre à ce souhait.

**Objectifs :**

-Comprendre ce que sont les médias sociaux.

-Acquérir une connaissance des différents médias sociaux et des utilisations possibles.

-Apprendre à s'en servir pour communiquer sur son engagement et sa prestation (quels médias sociaux sont pertinents, comment leur donner vie, comment équilibrer le temps passé et les résultats obtenus).

- Apprendre à créer ou améliorer une 'page' via certains médias sociaux

**Liste des participants :**

Stéphane Benon, La ferme de Lancizolle

Jean Marc Brunel, Gîtes du Chastel

Martial Paulet, Hôtel des gorges du Tarn

Suzanne Lamouroux, Le Peloux

Dominique Bugeau, Gîtes du Cambon

Véronique Marzio, Grandeur Nature

Florence Pratlong, Le Souleïrol

Claudie Martin, Le Ferme de Salièges

Denys Olivero, La chèvrerie des Felges

Alain Lagrave, Gîte La Carline

Lisa Leyten, Le Combe de Ferrière

Laurène Grangette, chargée de mission, Cévennes Ecotourisme

## Déroulement de la journée :

10h - 12h30 :

Que sont les médias sociaux ? A quoi servent ils ?

(Panorama non exhaustif de l'existant et ciblage de médias sociaux adaptés à la communication d'une structure touristique)

Quelles sont les stratégies à avoir ?

13h30 - 17h00 :

Mise en application et gestion d'une communauté :

- découverte de nouveaux outils
- Mise en place d'outils et amélioration d'outils existants.

(Application pratique)

Ce compte rendu renvoie à des **annexes** en pièces jointes, nommées et numérotées dans le texte.

## La journée de formation :

**Tour de table des présents. Chacun présente son usage et son niveau de connaissance actuel d'internet (site internet, réseaux sociaux...)**

## LES MEDIAS SOCIAUX

---

### Le Web 2.0, c'est quoi ?

Depuis 5/6 ans, on parle d'un web plus social, qui propose une interaction entre les utilisateurs. Cela a commencé par les forums, les blogs.

Le Web 2.0 est basé sur la notion de 'partage d'information' (blog, site internet, réseau social).

(Exemple d'outil : le flux RSS, qui permet d'intégrer la partie d'un site internet sur un autre).

### Quelques définitions :

**Réseau social** : ensemble d'entités sociales (individus, organisations), reliées entre elles par les liens créés lors des interactions sociales (wikipedia.fr).

**Médias sociaux** : ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet.

Les réseaux sociaux sont construits autour des médias sociaux.

### Quelques exemples d'outils de médias sociaux :

- SMS
- Systèmes de chat
- Réseaux sociaux (facebook...)
- Partage de Photo (Flickr...)
- Partage de musique, de vidéo (Youtube)

- Blogs
- ...

## **Panorama des médias sociaux :**

- Les supports (smartphones, ordinateurs, tablettes, objets connectés)
  - Les interactions (conversations, emails...)
    - Les médias sociaux : de publication (tumblr), partage (Dailymotion), de jeu (Kobojo), de rencontre (Classmates), d'achat, de localisation (dis moi où)...
    - Au centre, rassemblant toutes ces fonctions (facebook, twitter, google+)

## **Des chiffres :**

- Octobre 2012 : Facebook dépasse le milliard d'utilisateurs connecteurs (Facebook a 6 ans).
- 77 % des internautes déclarent se rendre quotidiennement sur un réseau social
- En moyenne les personnes passent près de 7h/ mois sur Facebook
- 57 % des utilisateurs des réseaux sociaux sont des femmes
- 300 millions de photos en permanence sur Flickr (selon les droits de partage, une photo pourra être utilisée de plusieurs façons).
- 175 millions de Tweets par jour (on peut visualiser une carte instantanée du dernier million de Tweet envoyé sur le site <http://onemilliontweetmap.com/>)
- 350 millions de membres Facebook sur Smartphone (en 2014, un utilisateur PC = utilisateur mobile)
- 4 % des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux.

## **Guide des bonnes pratiques des médias sociaux**

### **La veille**

Faire de la veille permet de se faire une e-reputation. Cela permet d'acquérir des éléments d'information pour sa stratégie marketing sur son établissements, ses concurrents, son environnement ...

Ex de sites spécialisés tourisme : tripadvisor, Vinivi, Lonely Planet, Easy Voyages, Dis moi où, La Fourchette, Google.fr/places

**Outil de veille :** [Netvibes](#)

Netvibes permet de suivre différents sites sur un même site.

[Google Alertes](#) : on choisit son/ses mots clefs, que google nous transmet à la fréquence choisie.

### **Les cibles**

Facebook : 34 millions de visiteurs uniques en France. Twitter : 2,9 millions

Selon le média social, on touche un public différent (ex : plus d'hommes présents sur Flickr que de femmes ...)

### **Ma stratégie : mon schéma**

Ma stratégie sur les médias sociaux s'inscrit dans ma stratégie globale de :

- Communication
- Commercialisation

- Gestion de la relation client
- Penser à référencer son établissement sur les principaux sites de voyageurs (trip advisor, trivago, zoover, vinivi, Qype, L'internaute, Citivox, Resto.fr, La Fourchette).

## **Les moyens humains et financiers pour les réseaux sociaux**

- Un community manager est un spécialiste des médias sociaux qui intègre ces derniers dans un plan de marketing et de communication global.
- Le personnel peut être formé en interne
- Un stagiaire ou un apprenti peut également permettre à une structure de se développer sur les médias sociaux.

Pour augmenter en efficacité : plus des structures touristiques sont présentes et en lien sur les réseaux sociaux, plus l'impact sera important.

## **Créer sa page sur Facebook**

---

### **Son image sur Facebook**

- Choisir son logo (pour l'image carré au coin à gauche. Utiliser un logo si on en a un)
- Choisir une image de couverture (très important car il identifie l'entreprise. L'image sera de préférence au format paysage 851 X 315).
- Autres éléments graphiques

### **Pour créer sa page et la gérer, on doit créer un profil**

- Informations personnelles
- Permet de se connecter à sa page
- Pas de lien entre vos "amis" et vos "fans"

Un profil est limité à 5000 amis.