



Banyuls
sur mer
LA LUMINEUSE



ATELIER N°1

SE DEMARQUER SUR LES RESEAUX SOCIAUX



OFFICE DE TOURISME BANYULS-SUR-MER

4 avenue de la République

66650 BANYULS-SUR-MER

04 68 88 31 58

www.banyuls-sur-mer.com

anthony.otbanyuls@gmail.com

C'est parti ! N'ayez pas peur ça va bien se passer !
N'hésitez pas à m'arrêter pour poser une ou
plusieurs questions !

A Banyuls-sur-Mer

- RESEAU WIFI : **WIFI_MAIRIEBAN**
- MOT DE PASSE : **VinBaN66**



On fait les présentations ?

Anthony GUILLEMER



Gaëlle GIRONELLA



Office de Tourisme
Avenue de la République
66650 BANYULS-SUR-MER



04 68 88 31 58



ot.banyuls@banyuls-sur-mer.com



Banyuls sur Mer Tourisme



[@banyuls_sur_mer](https://www.instagram.com/banyuls_sur_mer)

Petit tour de table



- Je me présente (nom + structure)
- Ce que j'attends de cet atelier
- Les réseaux sociaux et moi ?

Réseaux sociaux : Définition

Un réseau social est un **ensemble** d'individus / d'organisations reliés entre eux par des **liens** créés lors d'**interactions**.



Les interactions peuvent être des discussions, des échanges, des commentaires, des partages (vidéos, liens, musique, photos, ...)

PROFIL = **compte personnel**. C'est aussi celui de votre ami.

Deux profils sont donc amis alors que si vous aimez une page, vous en êtes **fan**.

PAGE = **pages officielles d'organisations** (entreprises, asso, festivals, magasins, émissions de télé, etc.) ou **personnalités** (groupes de musique, chanteur, animatrice, politicien, etc.). Vous **n'êtes donc pas amis** avec une page, vous en êtes **Fan si vous l'aimez**.

POST = publication d'un statut.

MUR OU JOURNAL = **publications** que vous retrouvez lorsque vous allez directement sur **votre profil**, celui d'un ami ou la page d'une organisation.

Vous pouvez aussi publier (c'est-à-dire écrire) sur le mur / journal d'une autre personne ou d'une page, à moins que ce dernier ne soit fermé aux commentaires.

MESSAGE PRIVE (ou MP) = c'est un message que seul vous et le destinataire pouvez voir contrairement au mur ou journal ouvert à tous.

FIL D'ACTUALITÉ = c'est la **première chose que vous voyez en ouvrant Facebook**. Ce sont les nouvelles de vos amis, des pages que vous aimez et parfois celles que vous n'aimez pas encore, mais qui tentent d'acheter votre amour en payant des publicités (publications sponsorisées).

DEMANDE D'AMIS = quand quelqu'un (**un profil d'utilisateur**) souhaite devenir votre **ami virtuel**.

Vous ne souhaitez plus avoir cet ami dans votre monde virtuel? cliquez sur « **Retirer de ma liste d'amis** ».

PUBLICATIONS ET CONFIDENTIALITÉ = tout ce que vous voyez passer, que ce soit du texte, une photo ou une vidéo, c'est ce que l'on nomme une publication.

Elles peuvent être de **nature publiques** (tout le monde peut voir, amis, abonnés et inconnus) **ou réservées à vos amis seulement ou à un groupe d'amis**.

Vous pouvez **gérer vous-même la confidentialité** de vos publications, **ce n'est pas Facebook qui décide à qui vous désirez vous adresser quand même**.

IDENTIFICATION = pour identifier vos amis dans une publication, il suffit de mettre le signe **"@"** suivi du nom de votre ami. Celui-ci recevra une notification.

Votre ami peut aussi vous identifier, assurez-vous de bien gérer vos **paramètres de confidentialité** car bien que votre ami considère que la photo prise au bistro du coin soit amusante, vous n'avez peut-être pas envie que votre collègue de travail la voit. Car oui, lorsque vous êtes identifiés dans une publication, celle-ci devient visible par ses amis et vos amis, même si votre collègue n'est pas si proche que ça dans votre vie personnelle.

Dans le monde

- Réseau social n°1
- Sur les 3,42 milliards d'internautes dans le monde, **2,3 milliards sont actifs sur Facebook.**
- 4,75 milliards de partages et 4,5 milliards de likes par jour

En France

- Réseau social de référence
- On compte près de **45 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Facebook.**

Vos clients sont sur Facebook !



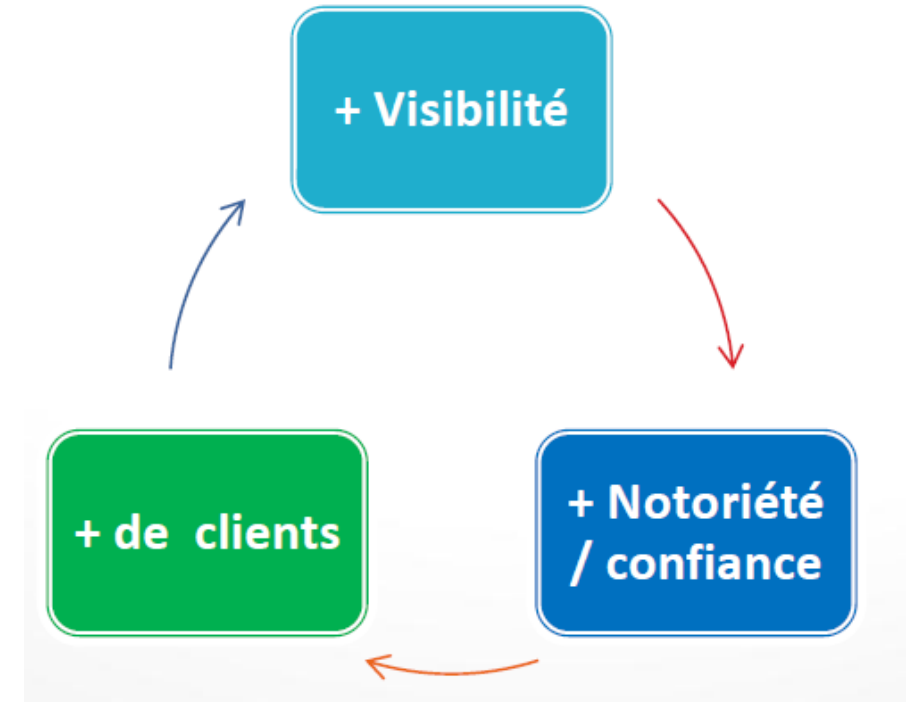
Facebook sur mobile

C'est l'application la plus téléchargée sur les Smartphones !
Elle offre quasiment les mêmes fonctionnalités que sur le web



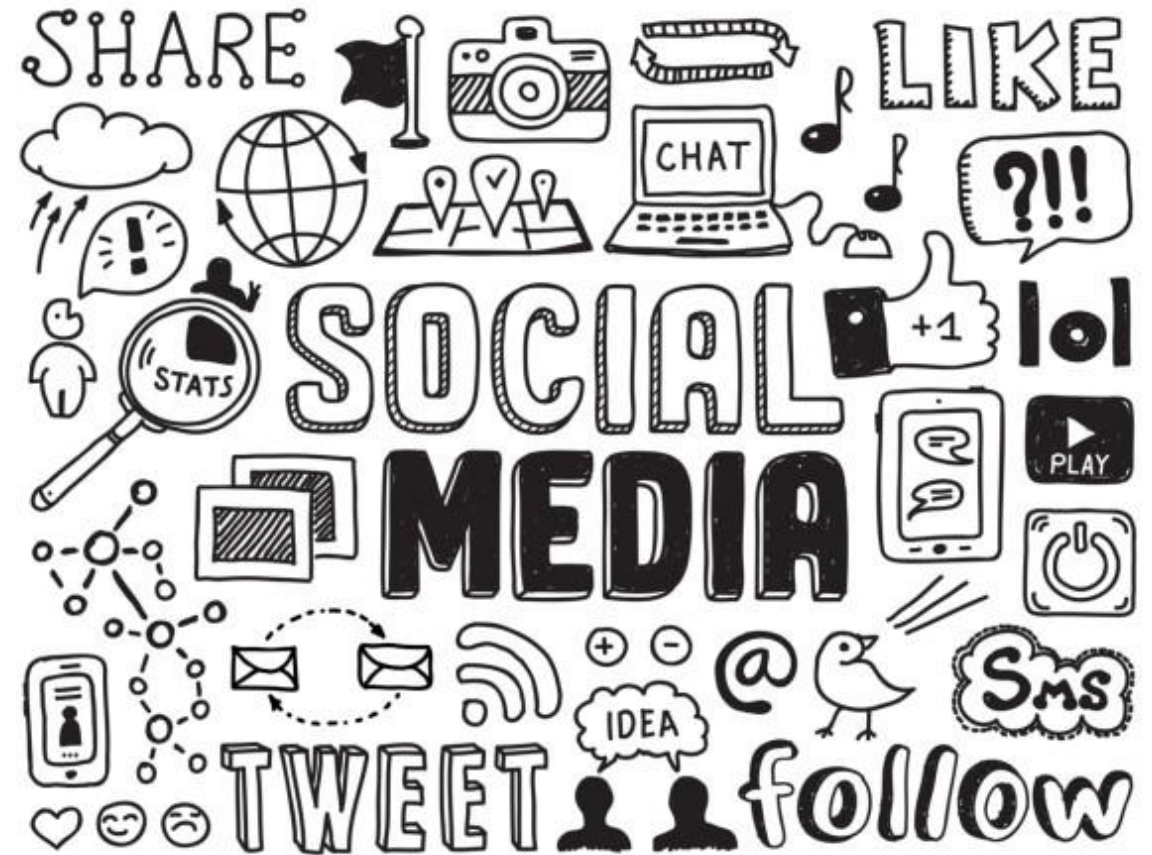
Quelle utilité pour un pro ?

- ✓ Promotion d'une entreprise ou d'un projet, **fidéliser sa clientèle**, mais aussi se faire connaître auprès d'un large public, faire de la publicité ciblée, et proposer un contenu complémentaire à celui de mon site web.
- ✓ Engager la conversation, mieux connaître ses clients, **animer une communauté** susceptible de faire à son tour la promotion de votre structure.
- ✓ Améliorer son **référencement** et sa visibilité sur le net.
- ✓ Côté pro : Faire de la **veille**, trouver de nouveaux partenaires, maîtriser sa **réputation**.



Les utilisateurs de Facebook

- ▶ 48% d'hommes et 52% de femmes.
- ▶ Tranche d'âge majoritaire : **20/29 ans, suivis des 30-50 ans.**
- ▶ **19 millions de visites/jour sur Facebook.**
- ▶ **50 minutes/jour passées entre Facebook, Messenger et Instagram.**
- ▶ **75% des Français qui se connectent à Facebook le font depuis un appareil mobile.**
- ▶ **Au réveil, 48% des 18-34 se connectent sur Facebook.**

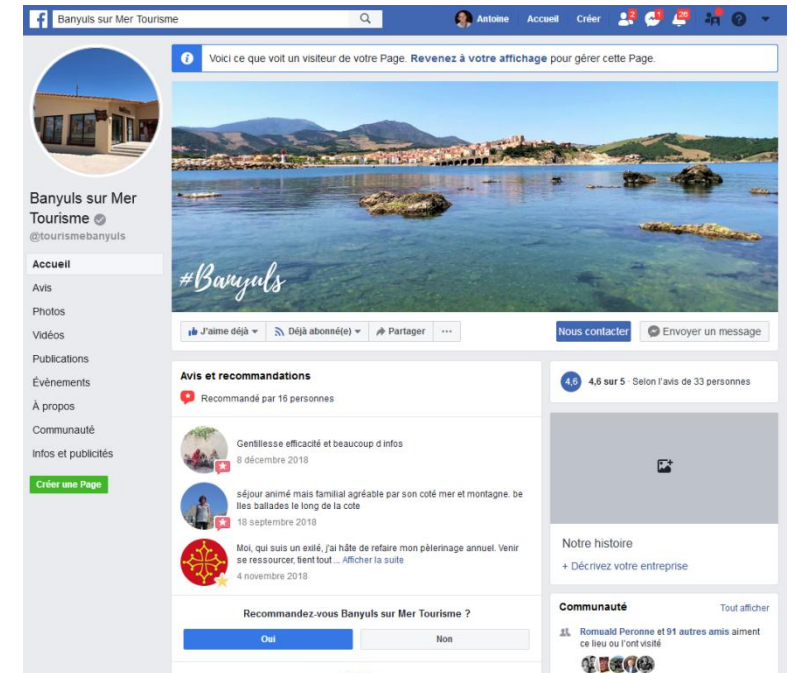
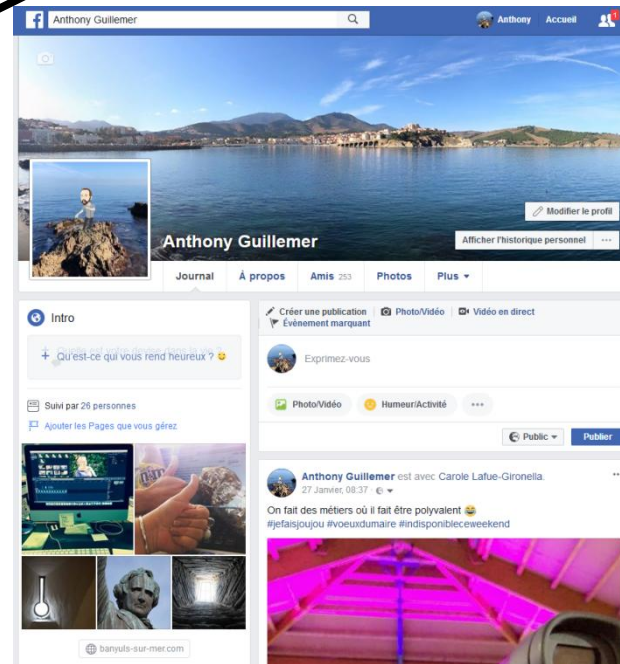


Facebook, c'est quoi ?

Profil

Groupe

Page



1 profil = 1 personne physique
pour partager avec des « amis » et administrer des Groupes et des Pages

1 groupe = 1 réseau

Il peut être privé ou public pour échanger avec des membres sur des sujets affinitaires

1 Page = 1 structure

Pour communiquer en tant que structure avec des « Fans » qui vous « aiment »

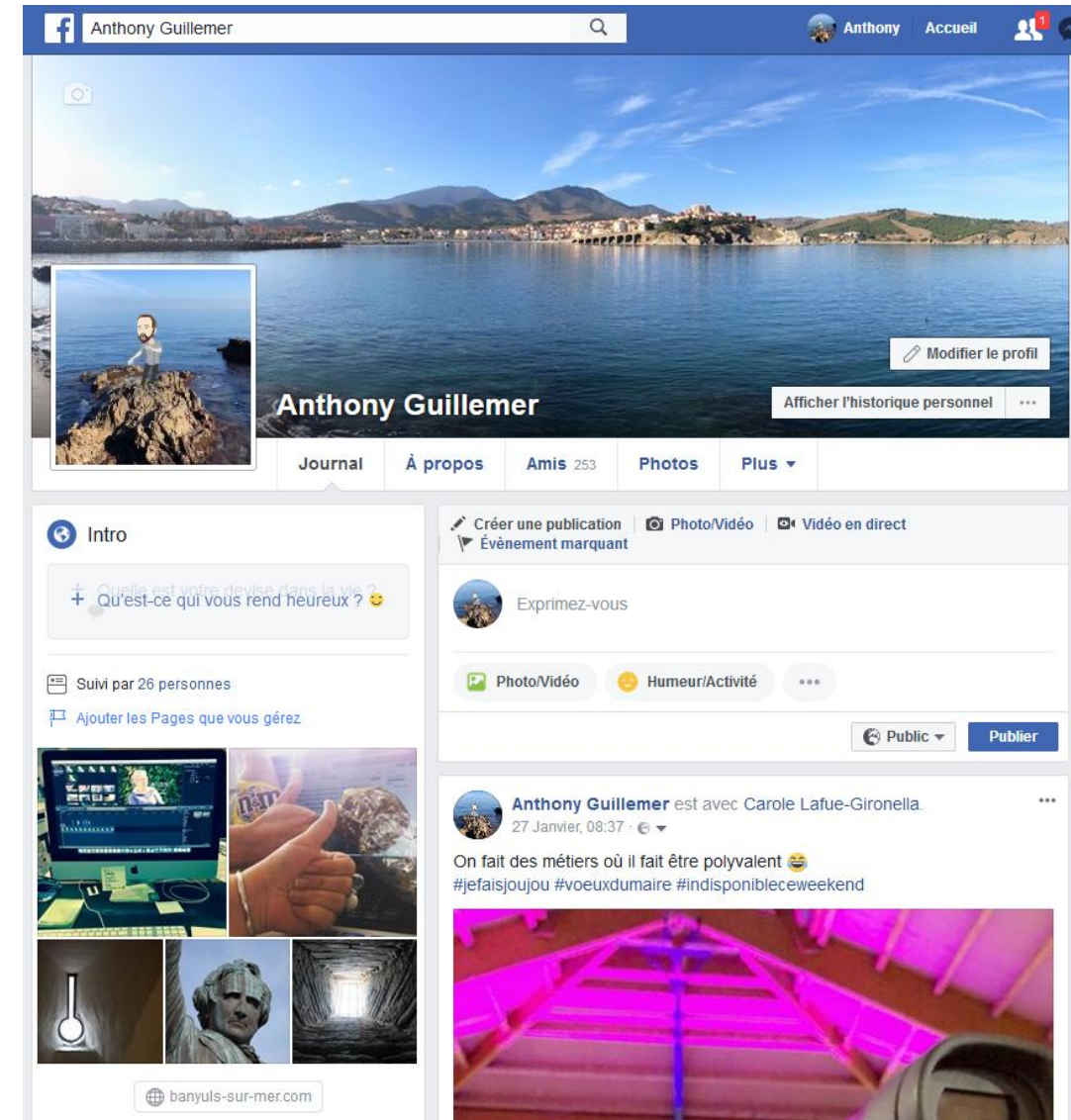
C'est l'élément central de Facebook.

- Les amis d'un profil sont des profils
- Les membres d'un groupe sont des profils
- Les fans d'une page sont des profils (ou des pages)

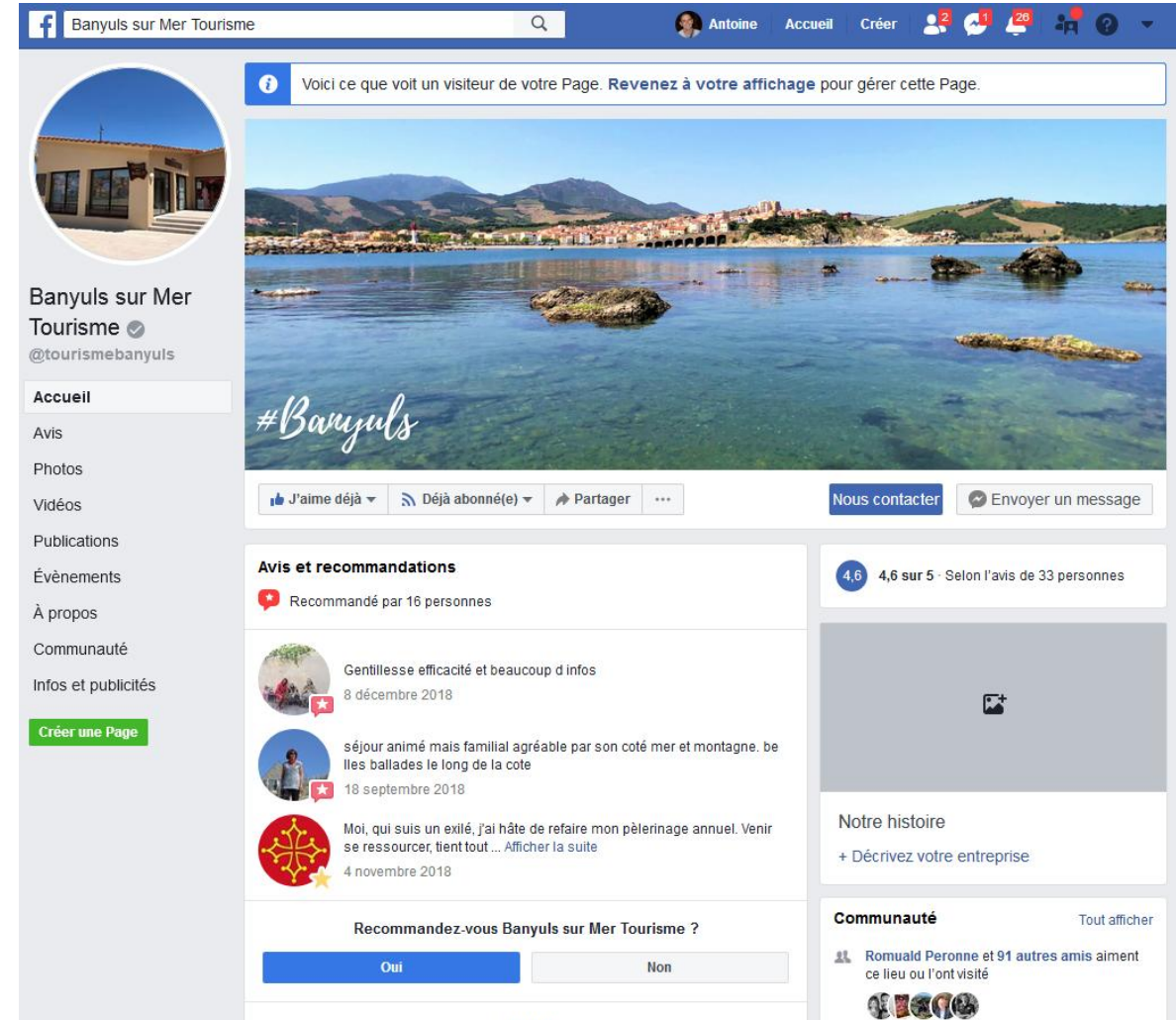
Il est limité à **5000 amis**.

Attention : Il doit représenter uniquement une personne PHYSIQUE
Gérer un profil pour autre chose qu'un individu est une infraction à la
Déclaration des droits et responsabilités de Facebook.

Une organisation, une marque, une entreprise s'exprime sur une **PAGE**, voire un groupe.



- Pas d'amis mais des **fans**
- La Page est forcément **publique**
- Aucune limitation du nombre de fans
- Accès au module statistiques
- Accès aux publicités
- **URL personnalisable**
- Capacité de s'exprimer en tant que page sur d'autres pages
- Application mobile « gestionnaire de page » pour gérer sa page depuis son smartphone
- Pas de possibilité d'envoyer des messages à ses fans si ceux-ci ne nous ont pas encore contacté en message privé



- C'est avant tout, un **outil d'échange et de discussion entre les membres** (profils).
- Un groupe peut être ouvert, fermé, ou secret.
- Les publications se font en tant que profils.
- Les publications sont notifiées par email (paramétrage par défaut), très efficace !
- Les administrateurs d'un groupe peuvent en restreindre l'accès, et n'accepter que les membres qu'ils approuvent.
- L'URL est personnalisable.

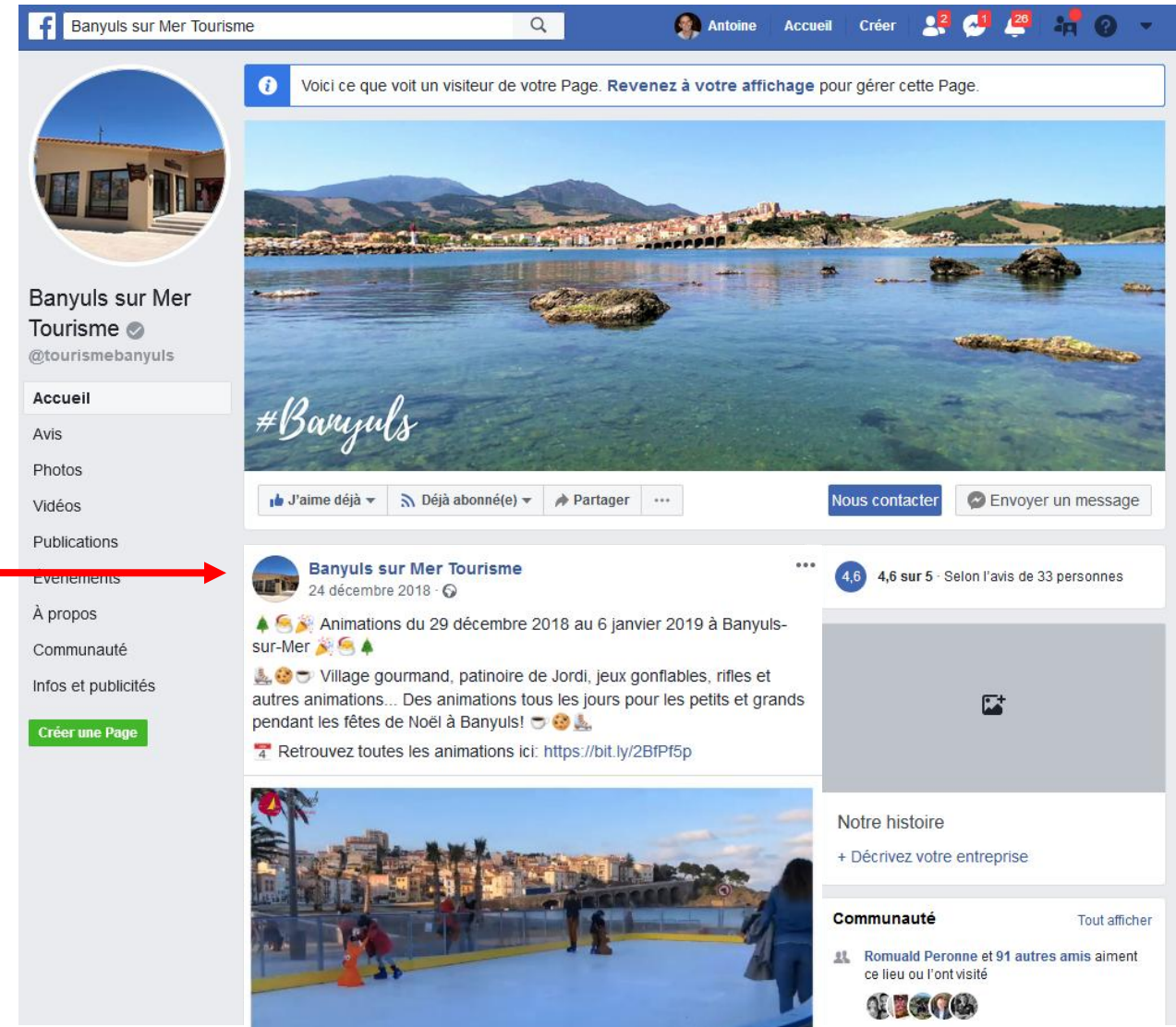


La photo ou vidéo de profil

**Idéalement un logo
ou une photo/vidéo qui caractérise votre structure**

► Vous pouvez directement en télécharger une depuis votre PC, puis la faire glisser (vers le haut ou le bas) pour la centrer comme vous le souhaitez.

► Privilégiez une image dont la miniature soit reconnaissable dans un « rond »



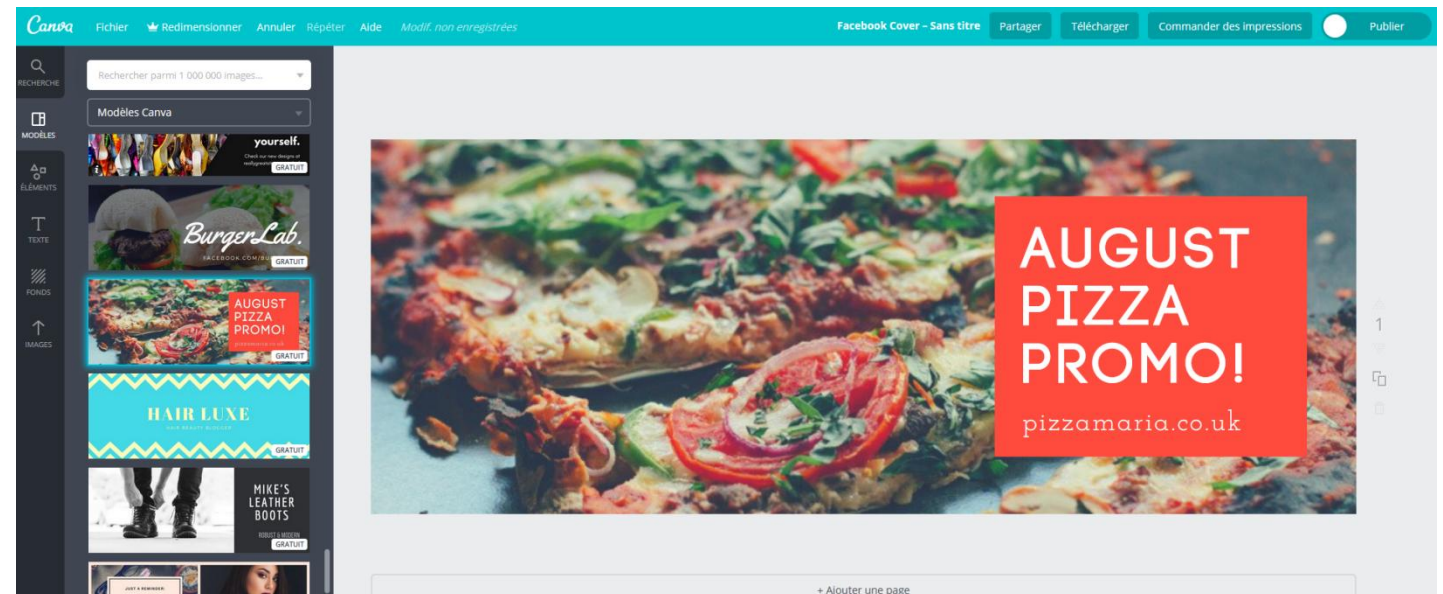
La photo ou vidéo de couverture

Pensez à la changer de temps en temps, en fonction des saisons, des nouveautés de votre structure (nouveau menu, installation de la clim, une promo...)

Une photo de couverture est toujours très « likée », ce qui va générer des interactions.

► Vous pouvez directement en télécharger une depuis votre PC, puis la faire glisser (vers le haut ou le bas) pour la centrer comme vous le souhaitez.

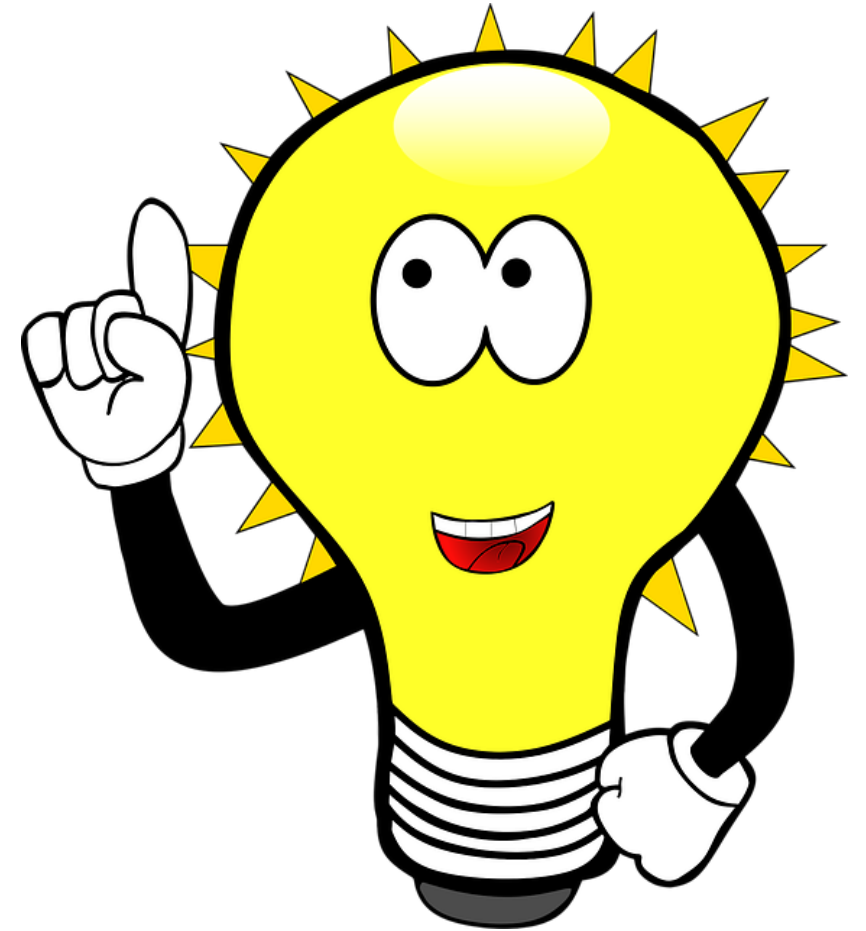
► Vous pouvez également utiliser la plateforme www.canva.com pleine d'excellents modèles (gratuit).



Comment obtenir plus de fans ?

Conseils et astuces qui fonctionnent

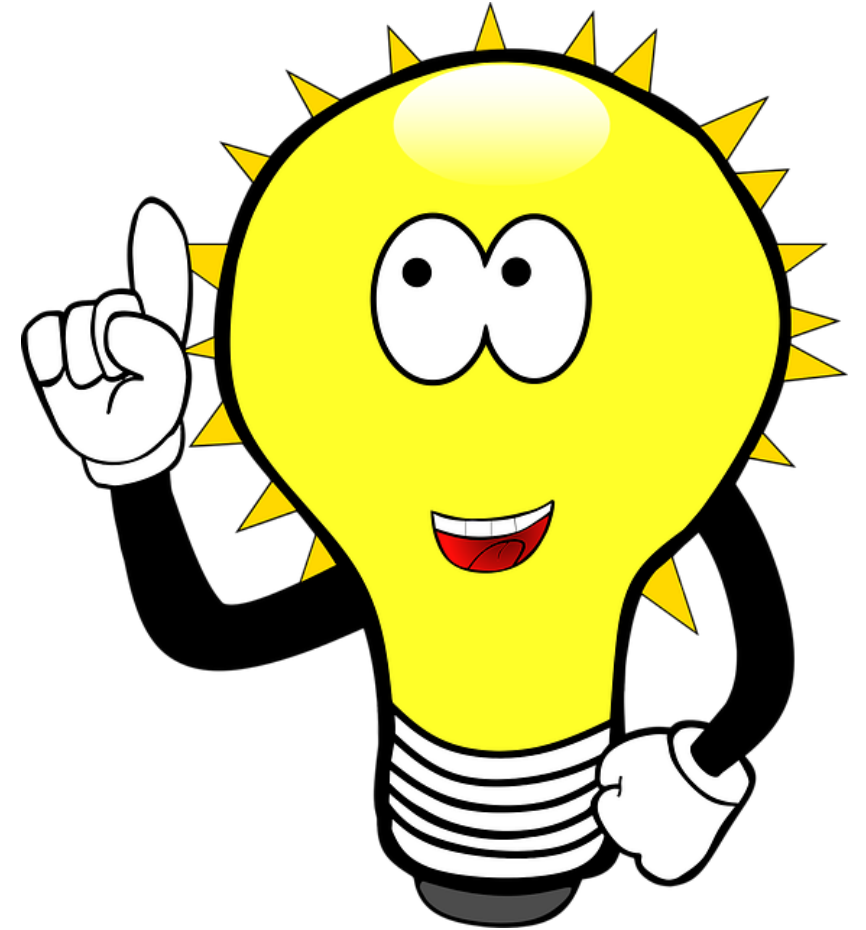
- **Soyez bref et concis** : pas plus de 100 caractères. L'internaute n'a pas le temps de lire ! Il lira en diagonale pour capter l'essentiel. Les publications de moins de 88 caractères reçoivent +66% d'engagement.
- **Parlez-lui de lui, de ce qu'il aime** : c'est la règle des 80/20. 80% du contenu publié sera lié à votre domaine d'activité / 20% parlera vraiment de vous. Votre message ne doit pas être trop « commercial ».
- **Etre réactif et disponible** : l'internaute aime qu'on lui réponde, qu'on le remarque et qu'on le valorise (tout comme vos clients réels). Il faudra être réactif vis-à-vis de ses commentaires et messages.



Comment obtenir plus de fans ?

Conseils et astuces qui fonctionnent

- **Echangez, discutez avec vos fans et les autres utilisateurs :** tout comme vous le feriez dans la réalité. Pas uniquement sur votre page, mais aussi sur d'autres pages en relation avec votre domaine d'activités par exemple.
- **Dévoilez-vous :** Donnez aux gens l'opportunité de mieux vous connaître. L'internaute aime suivre l'actualité et la vie des personnes qu'il suit. Les publications avec de « l'humain » sont les contenus les plus engageants.
- **Publiez régulièrement (mais pas trop) :** une des règles essentielles à retenir si vous souhaitez rester visible sur Facebook. Vos fans pourraient se sentir délaissés et décider de ne plus vous suivre... A l'inverse, trop publier « polluerait » leur fil d'actualité.
- **Posez des questions,** montrer que l'avis de vos fans compte vraiment pour vous !



Comment obtenir plus de fans ?

Conseils et astuces qui fonctionnent

- **Partagez leurs contenus** (en rapport avec votre activité) : ce qu'on appelle le crowdsourcing. Cela valorisera l'internaute et suscitera l'intérêt de votre communauté.
- **Publiez à des moments de « grande écoute »** : le matin (vers 9h), pendant la pause déjeuner (vers 13h) et le soir lorsque tout le monde est rentré chez soi (vers 20h).
- **Restez toujours positif** : être positif suscite plus d'engagement. Facebook est un lieu de divertissement et est associé à une véritable pause détente.
- **Créez de la nostalgie** : faites appel à ses souvenirs de vacances (la plage, le soleil... tout ce qu'il n'a pas chez lui), ses émotions...
- **Géolocalisez vos publications.**



Comment obtenir plus de fans ?

Conseils et astuces qui fonctionnent

- **Variez les contenus : photos, vidéos, liens, articles, ... pour ne pas lasser l'internaute.**
 - Enfin et parmi les conseils les plus importants :
Privilégiez des photos de qualité, avec des couleurs vives, et des vidéos courtes.
- > Une publication avec du texte seul ne sera quasiment pas relayée par Facebook. Les photos et les vidéos (courtes) engagent le plus les utilisateurs.

Toutefois, si vous souhaitez atteindre une audience plus grande, il faudra passer par des outils payants...

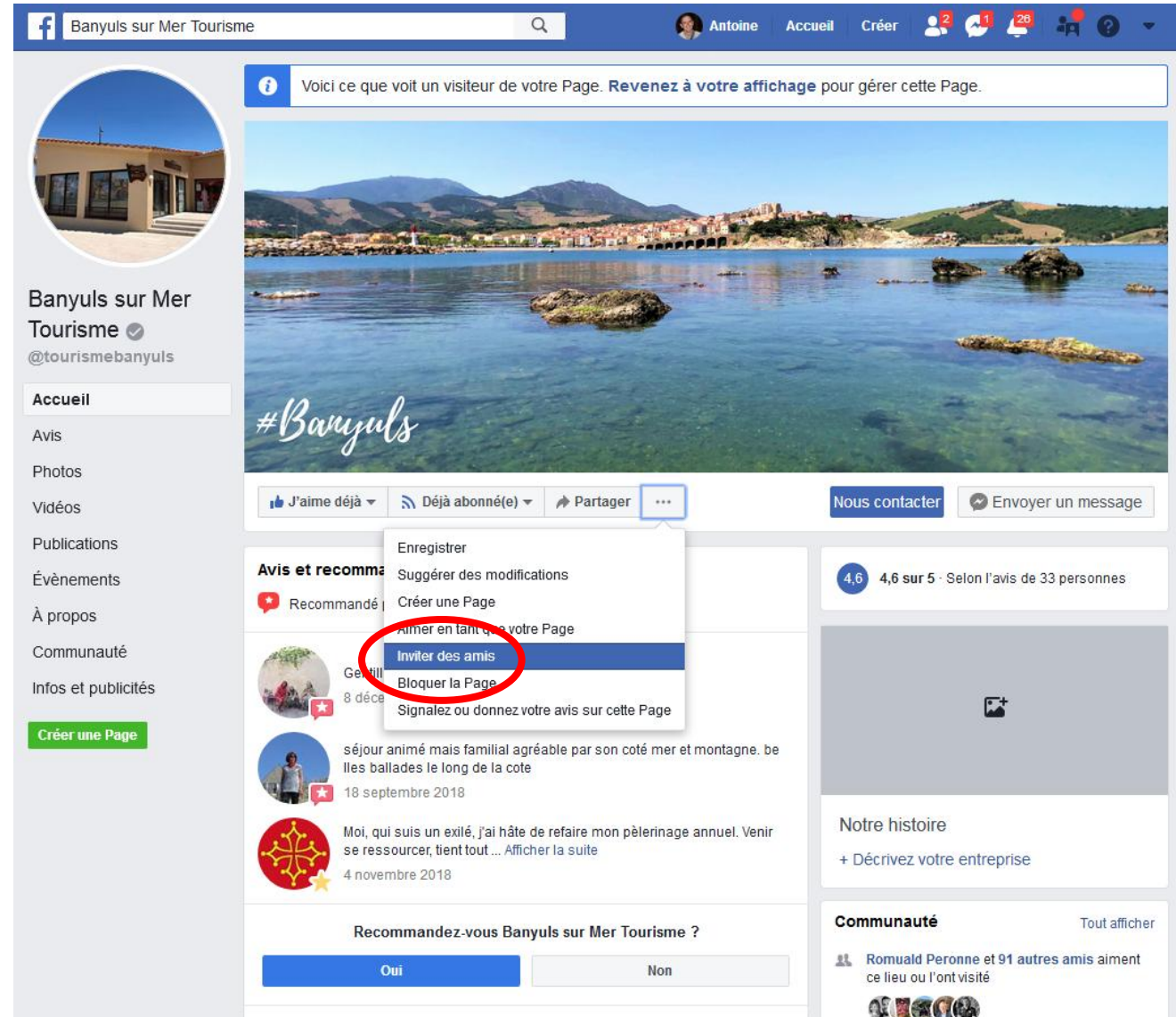


Comment obtenir plus de fans ?

INVITEZ VOS AMIS A DEVENIR FANS DE VOTRE PAGE FACEBOOK

Même si vos « amis » ne sont pas vos « clients », leurs amis peuvent le devenir.

En aimant, commentant ou partageant vos posts, vos amis vont peut-être susciter l'intérêt de leurs amis pour votre page !



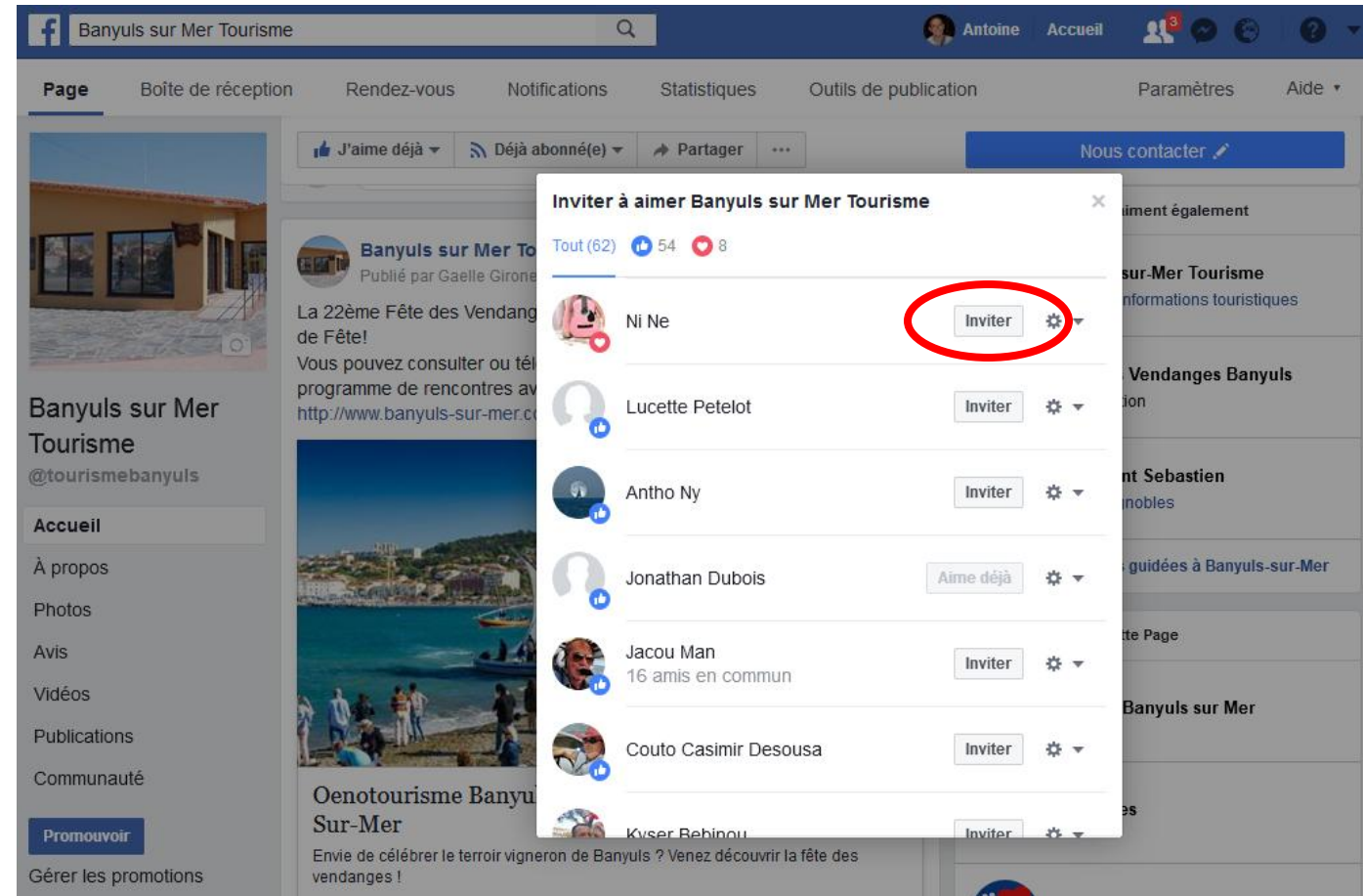
The screenshot shows the Facebook profile of 'Banyuls sur Mer Tourisme'. The page features a cover photo of a coastal town and a profile picture of a building. The left sidebar contains navigation links: Accueil, Avis, Photos, Vidéos, Publications, Événements, À propos, Communauté, and Infos et publicités. A green button 'Créer une Page' is at the bottom of the sidebar. The main content area shows a post with a scenic view of the coast and the hashtag #Banyuls. Below the post, a dropdown menu is open, highlighting the 'Inviter des amis' option. Other options in the menu include 'Enregistrer', 'Suggérer des modifications', 'Créer une Page', 'Aimer en tant que votre Page', 'Bloquer la Page', and 'Signalez ou donnez votre avis sur cette Page'. The right sidebar displays the page's rating (4.6/5), a 'Notre histoire' section, and a 'Communauté' section showing that 91 other friends have liked the page.

Comment obtenir plus de fans ?

INCITEZ INVITER LES GENS QUI ONT AIMÉ VOS CONTENUS A VOUS SUIVRE !

S'ils ont aimé une publication, il est possible que les prochaines les intéressent !

S'ils ont commenté, ils se sentent engagés, concernés par votre post !



Comment obtenir plus de fans ?

**AJOUTEZ A VOTRE SIGNATURE MAIL LE LIEN
VERS VOTRE PAGE FACEBOOK**

Que ce soit sous forme de logo ou de texte, en
ayant pris soin d'y intégrer un lien hypertexte !

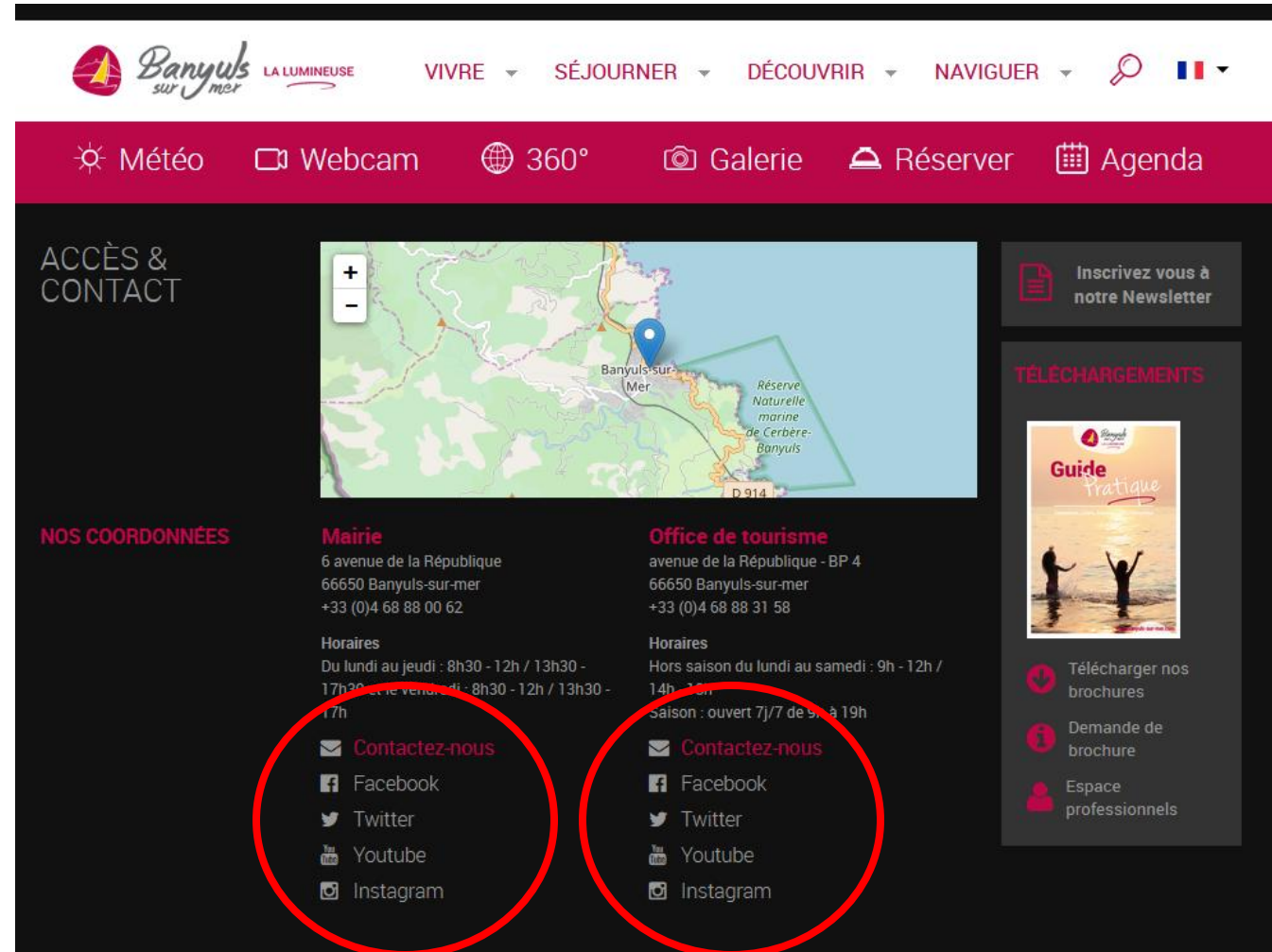


Comment obtenir plus de fans ?

AJOUTEZ A VOTRE SITE INTERNET DES LIENS ET/OU DES WIDGETS DE VOTRE PAGE FACEBOOK

Paramétrez un widget selon vos envies : taille et affichage, à l'aide sur site

<https://developers.facebook.com/docs/plugins/>
(le bouton « plugin page » est à tester !)



The screenshot shows the website for Banyuls-sur-Mer, featuring a navigation bar with links like VIVRE, SÉJOURNER, DÉCOUVRIR, and NAVIGUER. Below the navigation bar, there's a section for ACCÈS & CONTACT with a map of Banyuls-sur-Mer. The map shows the location of Banyuls-sur-Mer and the Réserve Naturelle marine de Cerbère-Banyuls. Below the map, there are two columns of contact information: Mairie and Office de tourisme. Both columns have a 'Contactez-nous' button and social media links for Facebook, Twitter, Youtube, and Instagram, which are circled in red. On the right side, there's a section for TÉLÉCHARGEMENTS with a 'Guide Pratique' and a 'Télécharger nos brochures' button.

Comment obtenir plus de fans ?

Indiquez sur vos propres supports

(cartes de visite, menus, flyers, brochures, sets de tables, ...) que vous êtes présents sur Facebook !

Le petit + :

Évitez le « Retrouvez nous sur Facebook »

Privilégiez un

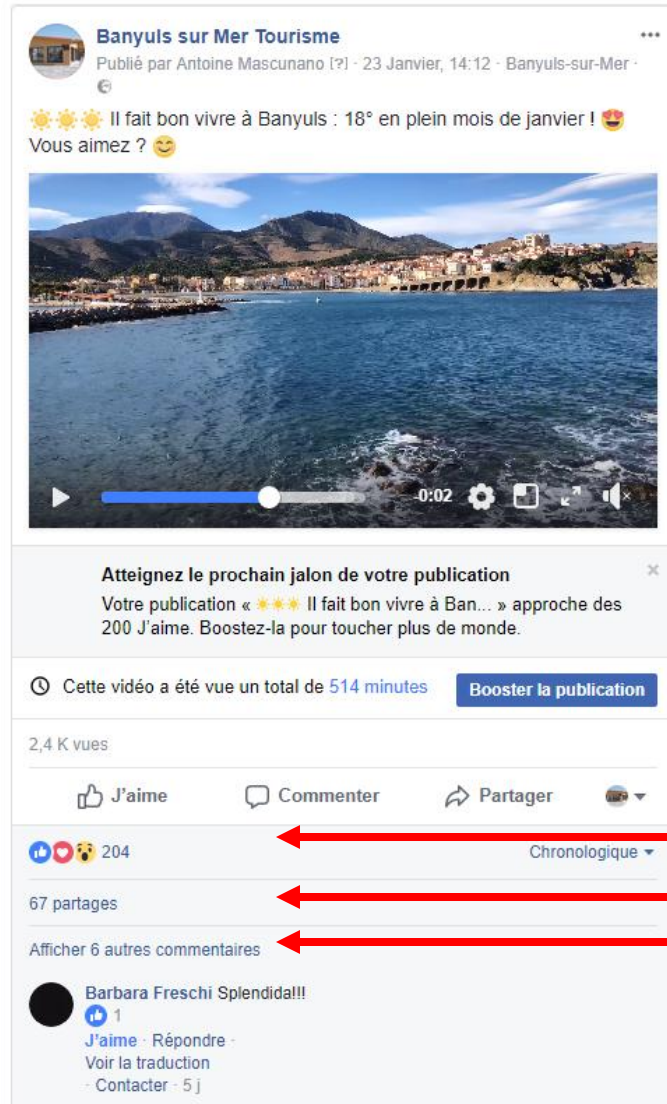
« **Soyez le premier à découvrir nos nouveautés** »

« **Profitez de nos promotions/bons plans** »

« **Suivez nos actualités en avant-première** »



Comment obtenir plus de fans ?



POUR CHAQUE POST : PRIVILEGIEZ LES CONTENUS MULTIMEDIA

Ils engendrent diverses réactions !

Des mentions « j'aime »

Des partages

Des commentaires

Comment obtenir plus de fans ?

PAYEZ POUR DE LA PUBLICITE SPONSORISEE



De manière générale, vous n'atteindrez qu'un dixième de vos fans avec vos publications « organiques ».

L'algorithme de Facebook change sans cesse, les contenus non sponsorisés des marques et entreprises vont voir leur **portée naturelle de plus en plus réduite...**



Facebook offre la possibilité de réaliser très rapidement et à moindre coût une campagne publicitaire.

Il existe **deux façons principales de faire de la publicité sur Facebook :**

1.Booster une publication existante

2.Créer une publicité dans le Gestionnaire de publicités



1 - Booster une publication existante

Vous pouvez "booster" une publication déjà existante et qui fonctionne.

Comment faire ? Créez simplement une publication sur votre page puis cliquez sur le bouton "booster". En cliquant sur ce bouton, vous pourrez paramétrer votre publicité et choisir votre cible, ainsi que le budget et la durée de votre publicité.

= La manière la plus simple et rapide de faire de la publicité sur Facebook.



2 - Créer une publicité dans le Gestionnaire de publicités

La deuxième manière, un peu plus complexe, est de faire de la publicité sur Facebook nécessite la création d'un compte **Gestionnaire de publicités**.

Cette plateforme vous permettra d'avoir un **suivi détaillé** sur l'ensemble de vos publicités !

Vous aurez accès à **plus d'options** pour créer des campagnes entièrement personnalisées, tester, ajuster, et vous pourrez suivre de près vos budgets...





Discutez, échangez avec vos fans : ils adorent ! Cela les incitera à continuer à liker et commenter vos publications.



Offrez-leur des réductions ou offres spéciales.



Organisez des jeux en surfant sur les grands événements de l'année.

Avec des **publications récurrentes**

Ces concepts doivent s'appuyer sur vos valeurs, votre ligne éditoriale et être des éléments forts de vos publications de sorte qu'ils puissent générer des posts de teasing (littéralement « aguichage ») et de feedback (« retour d'expérience »)

Exemple :

- Le bon plan week-end du jeudi
- La photo mystère de la semaine
- La recette de la semaine
- Le coupon du mois
- Le bon plan famille (à chaque période de vacances)
- Le témoignage du mois (interviews de prestataires)
- ...

Avec du **contenu à valeur ajoutée pour les fans**

Une nouveauté sur notre Site Internet, un ajout à votre programmation estivale, une annonce spéciale de dernière minute...

-> Vous pouvez vous baser sur **des moments-clés de votre activité :**

Le lancement de la saison, les soldes, la barre des 1000 fans franchie...

-> Ou **des moments « forts » du calendrier :**

Noël, la Saint-Valentin, la fête des Mères, l'arrivée de l'été...



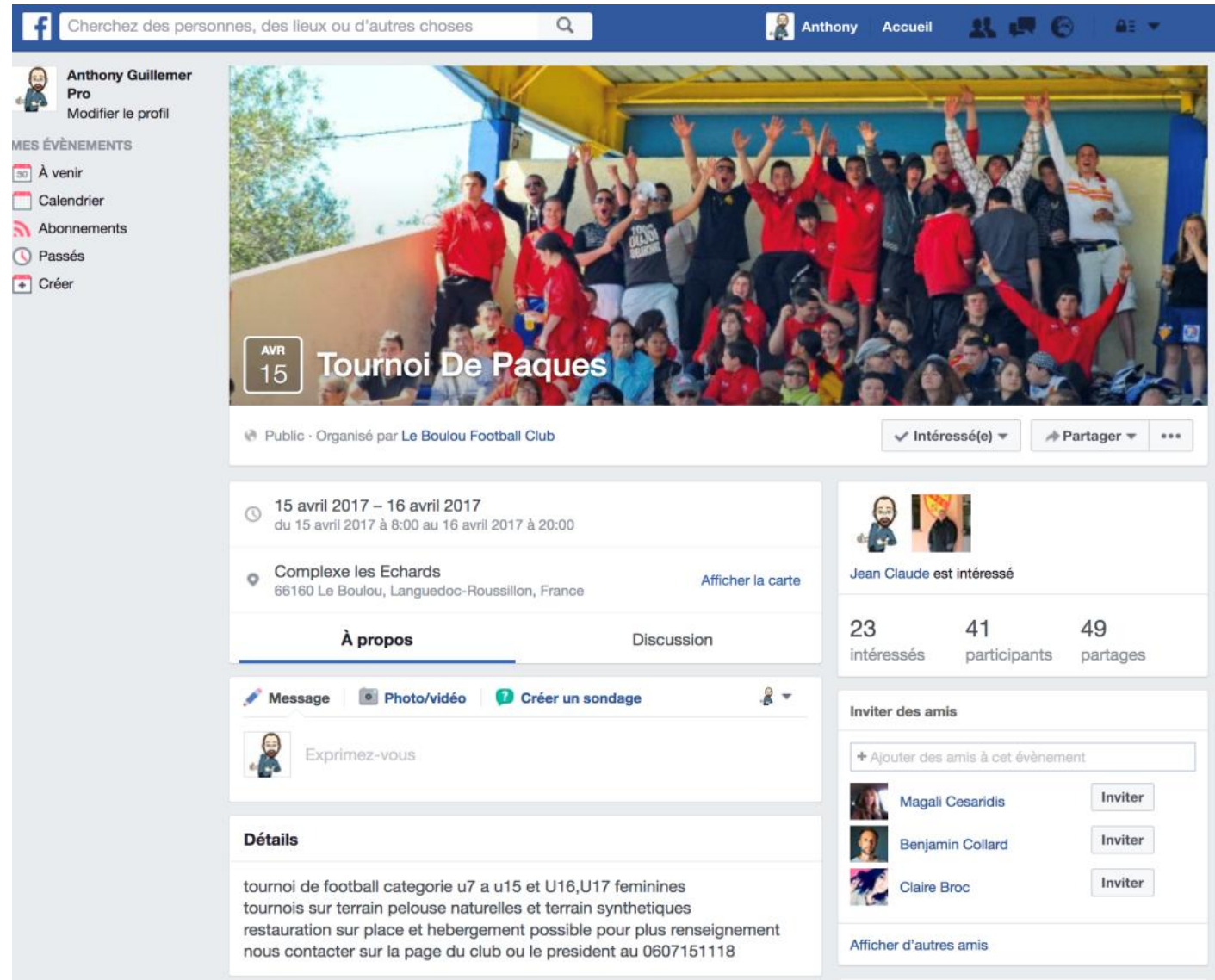
Coller à l'actu en utilisant un
Calendrier de publication

[Télécharger le calendrier Qualifio 2019](https://qualifio.com/fr/)



Avec un EVENEMENT

Utilisez l'outil prévu par Facebook pour profiter de ses propriétés virales. Vos fans pourront à leur tour inviter leurs amis.



The screenshot shows a Facebook event page for 'Tournoi De Paques' (Easter Tournament) organized by 'Le Boulou Football Club'. The event is scheduled for April 15-16, 2017, at the 'Complexe les Echards' in Le Boulou, France. The page features a large photo of a group of people celebrating, a sidebar with navigation options like 'À venir', 'Calendrier', and 'Abonnements', and a section for inviting friends. The event details include the dates, location, and a description of the tournament categories (u7 to u17) and facilities (natural and synthetic pitches, food, and accommodation).

Cherchez des personnes, des lieux ou d'autres choses

Anthony Accueil

Anthony Guillemer Pro
Modifier le profil

MES ÉVÈNEMENTS

- À venir
- Calendrier
- Abonnements
- Passés
- Créer

AVR 15 Tournoi De Paques

Public · Organisé par Le Boulou Football Club

15 avril 2017 – 16 avril 2017
du 15 avril 2017 à 8:00 au 16 avril 2017 à 20:00

Complexe les Echards
66160 Le Boulou, Languedoc-Roussillon, France

Afficher la carte

À propos Discussion

Message Photo/vidéo Créer un sondage

Exprimez-vous

Détails

tournoi de football categorie u7 a u15 et U16,U17 feminines
tournois sur terrain pelouse naturelles et terrain synthetiques
restauration sur place et hebergement possible pour plus renseignement
nous contacter sur la page du club ou le president au 0607151118

Jean Claude est intéressé

23 intéressés 41 participants 49 partages

Inviter des amis

+ Ajouter des amis à cet événement

- Magali Cesaridis Inviter
- Benjamin Collard Inviter
- Claire Broc Inviter

Afficher d'autres amis

Avec DES AVANTAGES OFFERTS A VOTRE COMMUNAUTE

Vous les motivez à rester dans votre communauté et vous leur témoignez de la gratitude pour leur fidélité.



Avec de **BONNES NOUVELLES**

Vous venez d'obtenir un prix ou une distinction spéciale ?

Informez-en vos fans, ils célébreront cette bonne nouvelle avec vous !

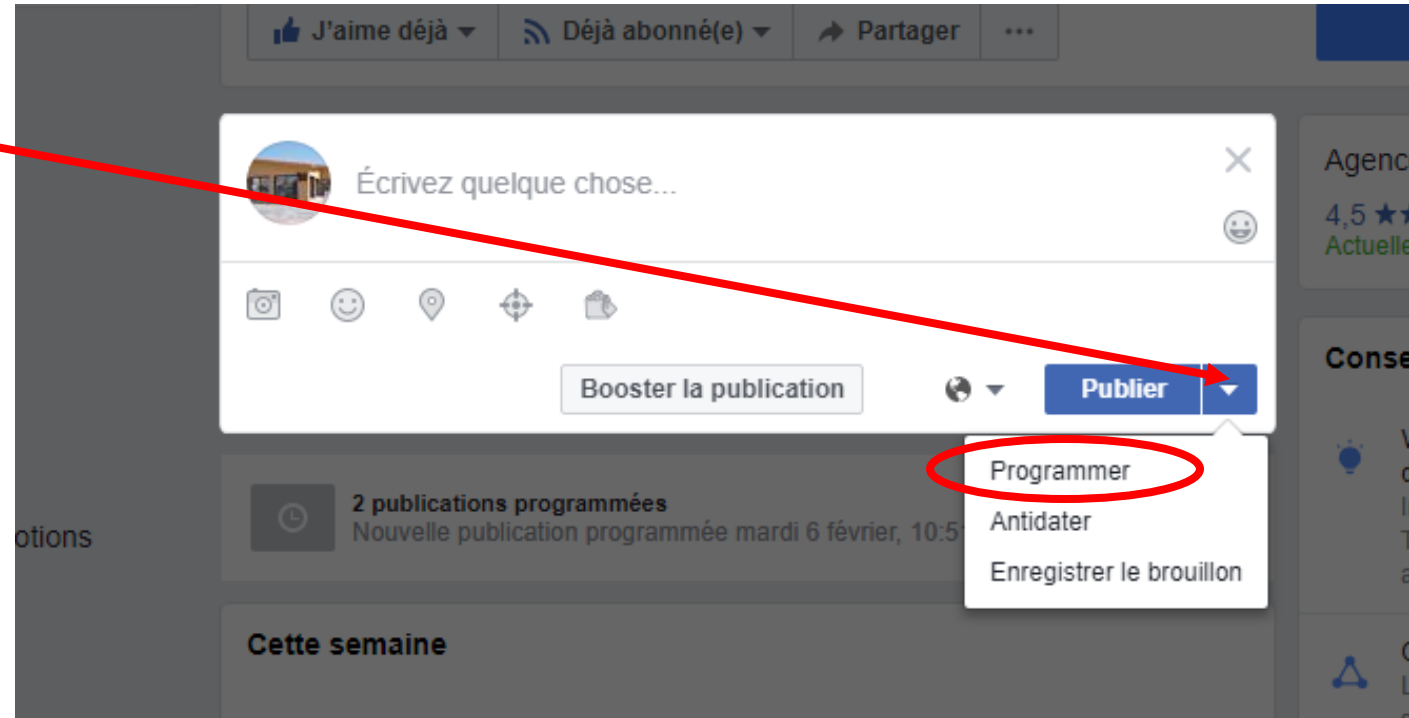


EN HUMANISANT VOTRE PRESENCE

Présentez-vous, mettez au premier plan votre animateur Facebook, l'équipe au travail, un employé saisonnier ou même les personnes sans qui votre entreprise ne pourrait être.



► Il est possible de programmer des posts afin qu'ils soient publiés plus tard.
Il faut alors cliquer sur la flèche à droite de publier et sélectionner « programmer »



Répondre aux questions et commentaires !

En interagissant, vos fans vont aussi vous poser des questions, en commentaires ou en message privé : il faut leur répondre !

Être réactif aux messages améliore le référencement de votre page !

Banyuls sur Mer Tourisme
22 février, 16:54 · 🌐

🌞 Le camping La Pinède ** a rouvert ses portes ce vendredi 22 février, sous un magnifique soleil ! Toutes les conditions sont idéales pour bien commencer les vacances scolaires chez nous, où il fait en ce moment même 24° ! 🥰

🔧 Les travaux pour la saison avancent bien au camping avec la mise en réseaux d'une partie de la Pinède pour l'installation des nouvelles structures légères de loisirs Coco-sweets (avant les vacances de Pâques) et la rénovation complète du sanitaire Gers Bas (avant le 1er juin 2019).



Engel Fa Dommage le camping a grave augmenté ses prix donc pas. Pour nous cet été

J'aime · Répondre · 5 j



Banyuls sur Mer Tourisme Bonjour, depuis 2 ans le camping est en pleine rénovation. 2 sanitaires ont été entièrement refaits, de nouveaux mobil-homes ont été installés, entre autres aménagements, ce qui implique une augmentation des tarifs. En espérant vous revoir prochainement à Banyuls, nous vous souhaitons une très belle journée!

J'aime · Répondre · 2 j



Très réactif aux messages

Taux de réponse : 100 % / Temps de réponse : 5 min.

26k mentions J'aime +121 cette semaine et 37 autres amis

33 329 portée(s) de publications cette semaine

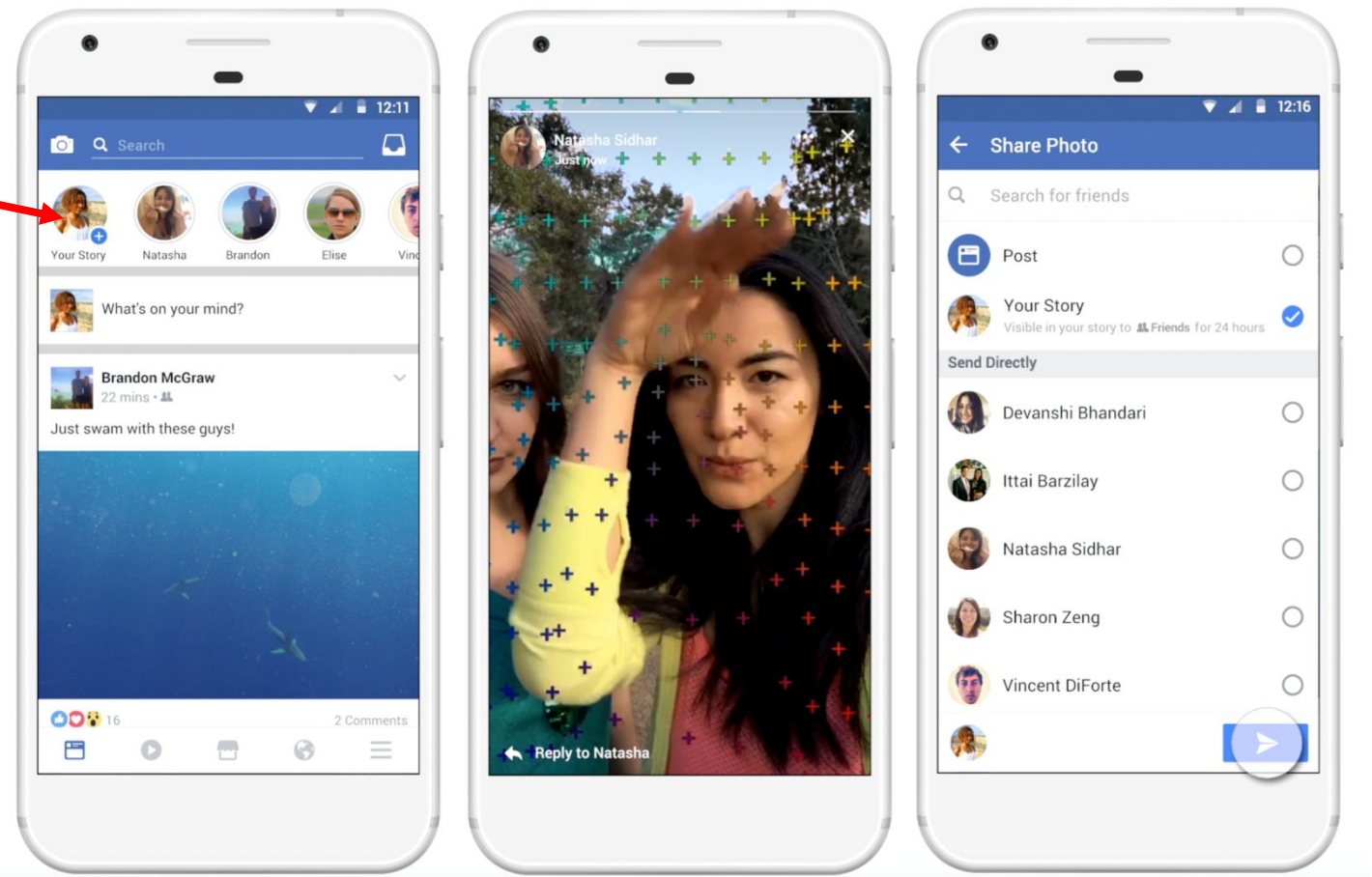
Du live !!!

- ▶ FAQ en direct
- ▶ « Behind the scene »
- ▶ News
- ▶ Tutoriels
- ▶ Filmer les conférences en live
- ▶ Partager un événement important
- ▶ Interview
- ▶ [+ d'idées sur le Facebook live](#)



Les « Stories »

- Contenu éphémère :
visiblement uniquement 24h !



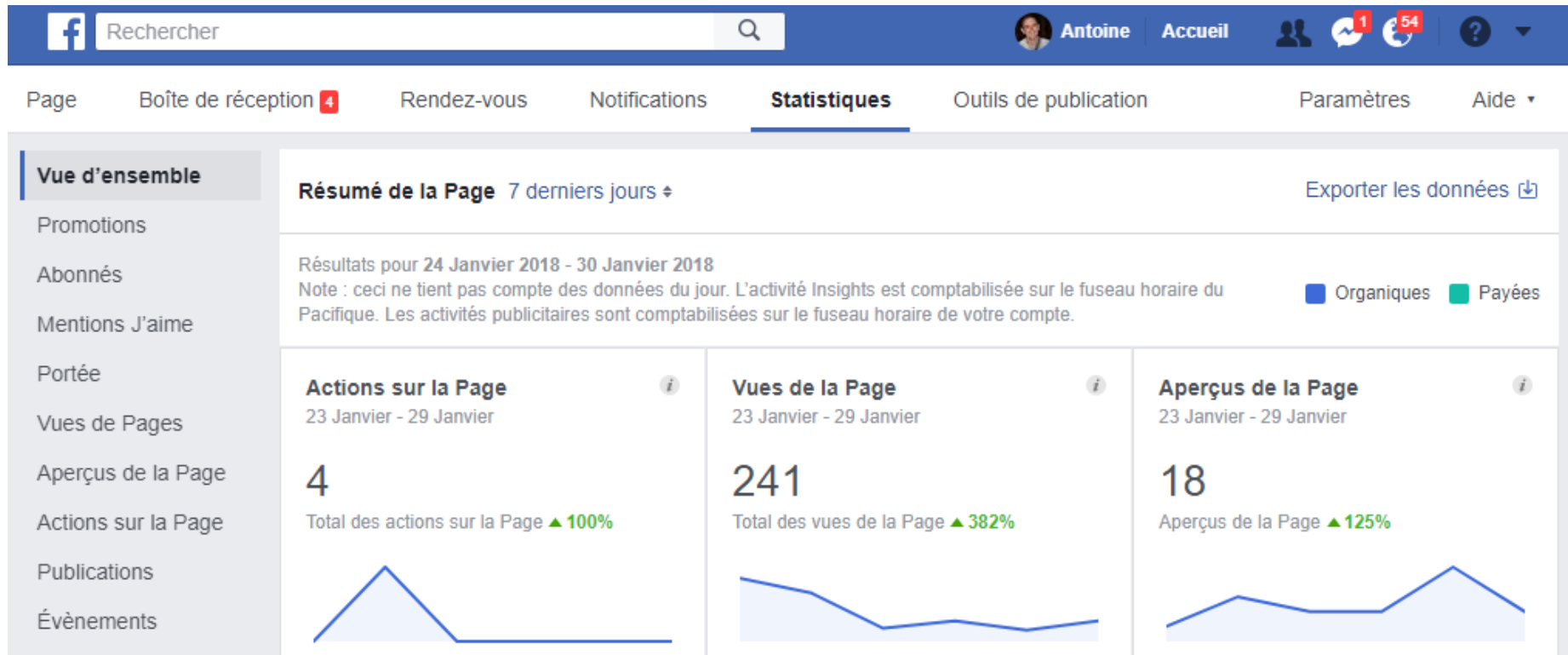
Analyser ses statistiques

Sur un réseau social, il faut coller avec ce qu'attend notre audience : c'est ce qui va générer des interactions

Aujourd'hui le « Edge Rank » sur Facebook : **10 à 15% des gens voient un post organique**

Pour améliorer ça : **augmenter l'interaction, l'engagement / ou pub payante**

Attention : si Facebook est important pour mon entreprise, limite au maximum de 3 mois pour certaines stats, sinon 28 jours ; ce qui implique qu'il faut sortir des stats régulières.



Onglet STATISTIQUES :

► Cet onglet permet d'obtenir des statistiques très poussées concernant votre page.

Les 4 zones importantes :

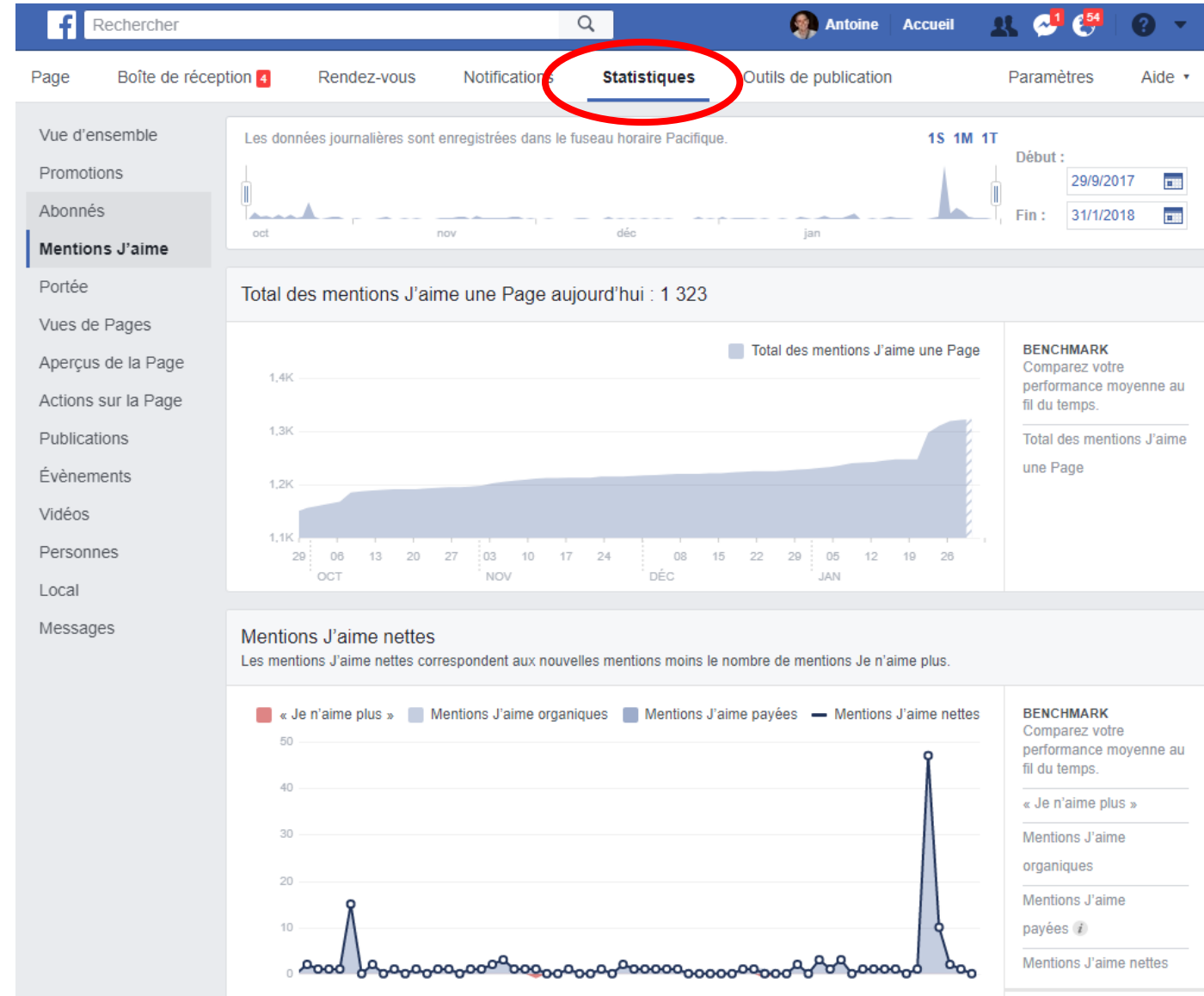
► **Abonnés** (= nombre de fans)

L'achat de fans ne sert à rien : ils deviennent des fans morts pour notre page, ils n'interagiront pas et donc le taux d'engagement ne sera pas bon

► **Personnes** (= fans, abonnés, personnes atteintes...) permet de déterminer nos cibles

► **Portée** (déterminer les publications qui ont eu de l'impact) permet de voir si ça a valu le coup de payer pour certains types de publications (ex : promo spéciale)

► **Publications** : indique l'indice de performance de chaque publication, les taux d'interactions (à partir de 10% c'est pas mal)



Mise en place d'un tableau de bord

Pour savoir si l'on est **efficace** dans ce que l'on fait ou si **au contraire** nous devons revoir une partie ou toute sa stratégie, il est conseillé de suivre ses statistiques.

Un grand nombre d'indicateurs sont mis à disposition par Facebook pour vous aider.

L'idée est de regrouper les statistiques les plus parlantes dans un **tableau de bord**, que l'on pourra suivre tous les mois.

I  STATS

Mesurer son efficacité

**Exemple de tableau
de bord mensuel
(à suivre sur un an)**

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	-> Déc	Total
Personnes atteintes	41 254	29 758	32 258	...	...	...	...	...
Nombre de fans	1375	1382 (+7)	1401(+19)	...	...	...	...	...
Best view (pers. att.)	Record météo (6200 pers atteintes)	...	...	...	...	...	...	X
Post le + cliqué (nb de clics)	Idem (400 clics)	...	...	...	...	...	...	X
Vidéo la + vue (nb de vues)	Live balade en mer (800 vues)		...	...	...	...	...	X
Tranche d'âge	35-45 ans							
Origine géo	1) Région 2) IDF							

Récap' : les bonnes pratiques



Comment obtenir une meilleure portée organique ?

Garder les publications courtes : moins y'a de texte, mieux c'est : longueur idéale: **moins de 50 caractères!**

Miser sur le visuel : publier du texte, c'est bien, mais une image, c'est mieux.

Poser des questions : trop souvent, les pages publient des textes qui sont linéaires et auto-promotionnels, et qui ne suscitent pas l'interaction. S'adresser directement aux utilisateurs en posant des questions, ne serait-ce que par un **« savez-vous que ? » ou « êtes-vous d'accord ? » ou « qu'en pensez vous ? »**

Publier des vidéos. La vidéo est sans contredit le support média le plus populaire sur le web et les médias sociaux.

La durée optimale serait ainsi de **30 à 60 secondes**.

Diffuser en direct : Live est disponible pour tous, autant sur votre profil personnel que sur une page pro.

Les facteurs clés du succès

Les points clés qui font la différence :

- L'**organisation** de la production de contenu
- La **qualité, l'anticipation et la préparation** des publications.
- L'**animation** de sa communauté et la capacité à susciter des interactions.
- La prise de distance avec la **promotion « classique »**, sortir de la logique « publicitaire » pour gagner en crédibilité et ainsi permettre le dialogue.
- La définition d'une **ligne éditoriale cohérente** avec les objectifs visés et les clientèles avec lesquelles on souhaite interagir sur Facebook.
- ... Et inspirez vous de ce que font les autres !



Pas d'interactions avec ses Fans

=

Pas de visibilité dans leur fil d'actualité

Seule une communauté engagée garantit le succès d'une entreprise et sa différenciation sur les réseaux sociaux.



**AVEC TOUTES CES ASTUCES, TOUT LE MONDE VA SE
RETOURNER VERS VOUS !**



Des questions ?

Votre avis compte pour nous

<http://bit.ly/Atelier1Banyuls2019>

SUR LE SITE INTERNET

Retrouvez un concentré d'informations Banyuls. Vous pourrez ainsi découvrir le territoire et vivre une expérience unique. Une rubrique contact est là pour nous envoyer directement vos questions, demandes et remarques.

www.banyuls-sur-mer.com

SUR INSTAGRAM

Chaque jour, des amoureux et passionnés de Banyuls témoignent de leur attachement et partagent cela sur Instagram.

Parce que nous aimons le Conflent, nous vous invitons à rejoindre le mouvement en partageant la beauté des lieux avec le hashtag #banyuls

[@banyuls sur mer](https://www.instagram.com/banyuls_sur_mer)

SUR FACEBOOK

Plongez dans l'univers de la destination et découvrez les coups de cœur de ce magnifique territoire, source d'inspiration !

[Fb.com/TourismeBanyuls](https://fb.com/TourismeBanyuls)

CONTACTEZ-NOUS

Vous avez une idée, un commentaire, une question ou une demande à nous transmettre ?

Vous pouvez nous écrire à :

ot.banyuls@gmail.com

Merci et bravo

