

L'Atelier collectif de l'après-midi

Journée régionale des CM > 28 mars 2024

Sur le mode World café, division des participants en 6 groupes pour phosphorer sur 6 thématiques du moment

Atelier n°1 : comment intégrer le Tourisme durable et responsable dans sa stratégie de communication digitale

- Valoriser le slow Tourisme (éditos dédiés) > mobilités douces et transports en commun
- Tarif bas carbone régional > mise en place de tarifs préférentiels si utilisation des transports en commun
- Valoriser la démarche RSE de l'OT et des prestataires (limiter les brochures papier) + sites éco-responsables
- Mise en place de kits écogestes (cf Bretagne) > les bonnes pratiques digitales
- Répartir les flux touristiques (hors saison)
- Valoriser le tourisme de proximité
- Mettre en place des indicateurs quantifiables (impact carbone) > Bretagne > application permettant de reverser l'équivalent en € du bilan de son impact carbone.
- Calcul de son empreinte carbone (sites)
- Intégrer la stratégie au niveau territorial (impliquer les élus)
- Partenariats avec les influenceurs impliqués dans la démarche / médias et plateformes de voyage
- Stockage des données à revoir (mails, sites...)
- S'appuyer sur des labels et des marques existantes
- S'appuyer sur des marronniers liés à l'environnement (journée du recyclage)
- Adopter une attitude responsable en termes de contenu, (moins mais mieux) > outil d'adaptation du site web. Ex : version éco, case à cocher. Hébergeurs green
- Inciter les utilisateurs à être plus responsable (repartager les bonnes actions)
- Valoriser les actions de l'équipe en interne. Faciliter la communication avec des outils collaboratifs et pas forcément les mails-recyclage.
- 1 % Force de planète
- Chacun peut agir à son échelle
- Valoriser les circuits courts
- Créer une marque GREEN au niveau régional
- Podcasts et contenus liés aux actions des prestataires du territoire + actions et initiatives
- Prévention (randos, pêche à pied, etc...), les règles d'or.
- Les Good vibes > communiquer de façon positive (ne pas rendre la démarche contraignante)
- Mise en place d'un cahier des charges et valoriser les actions des partenaires
- BAD VIBES > heurter la sensibilité
- Interdire les IA (Attention à Chat GPT)

Atelier n°2 : comment rester inspiré pour ses posts et se diversifier ?

- Utiliser les marronniers
- Veille > toujours être à l'affût
- Chat GPT
- AI

- Pinterest
- Swello
- Blog du modérateur
- Magazines, livres
- Benchmark et pas que dans le tourisme, autres pays, cinéma...
- Sortir de son bureau
- Evènement de la région + locaux + nationaux > rebondir sur les anniversaires
- L'actualité
- Se mettre à la place des internautes
- De l'instantané, du Live
- La déclinaison des saisons
- Suivre les tendances
- Ne pas réfléchir seul (ne pas hésiter à impliquer les CS > attentes des touristes)
- Ne pas avoir peur de tester (nouveaux formats ...)
- Diversifier les visuels (paysage / humain)
- Faire appel à des influenceurs et ambassadeurs > Take-over
- Utiliser des photos à disposition > photothèque
- Un thème par mois
- Organiser son feed
- Repost dédié, ne pas se limiter à des photos Waouhhh
- Avant / après
- Le rendez-vous hebdo > le circuit de randonnée
- Avis clients
- Reposter les retombées presse
- Être opportuniste > grandes marées, neige...
- Anecdote, retour d'expériences, j'ai testé pour vous
- Profiter des études FVT > connaître sa clientèle
- Participer aux rencontres du E-Tourisme > faire des formations
- Les coulisses de l'OT
- Travailler à plusieurs et utiliser le crosspostage
- Ne pas être automatiquement dans les normes = se différencier
- Recycler ses contenus, pas toujours au même endroit en même temps

Atelier n°3 : comment renforcer l'identité normande grâce au digital ?

- Utiliser les # identitaires normands (Attractivité et Tourisme)
- Tagger les partenaires normands institutionnels du Tourisme
- Créer un « Halo », des filigranes sur les photos de profils des pages des RS
- Favoriser / engager les partages
- Demander à Méta de créer un émoticône Normand
- Créer un sticker normand dans les stories
- Contenu > mettre en avant les savoir-faire et produits normands
- Mise en place d'un budget commun pour des campagnes sponsorisées
- Sites web > mutualiser des contenus > landing page > renforcer les liens normands entre les destinations.
- Renforcer les collaborations avec des influenceurs « inter-destination »
- Evènements normands
- Travailler sur des calendrier éditoriaux normands communs

- Chaque site web d'OT propose des contenus, des parcours d'inspiration à l'échelle de la Normandie
- Se donner la possibilité de travailler sur des échelles géographiques plus larges et différentes des frontières administratives
- Création d'un groupe de coordination sur ce sujet de l'identité normande > comment mieux la valoriser ?
- Créer une semaine de la Normandie
- Valoriser les marques & labels (Ex : Heula) par les Institutionnels du Tourisme + Soutien
- Soutenir les initiatives du réseau Normand
- Mutualiser les posts sur les RS > Cross-poster et collaborer
- Avoir un calendrier éditorial partagé
- Créer des contenus renforçant et accentuant les stéréotypes et clichés normands
- GRC de destination efficace > avant, pendant et après le séjour
- Créer un grand jeu > concours à l'échelle normande
- Mise en place de séjours / expériences valorisant les produits normands > packages commercialisés
- Créer des portraits d'ambassadeurs / de locaux sur les dispositifs digitaux
- Créer un kit média Marque Blanche à utiliser par les destinations normandes
- Renforcer / revendiquer la fierté assumée normande
- Bien / Mieux connaître la stratégie digitale de Normandie Tourisme
- Mieux identifier les acteurs travaillant sur l'identité normande
- Remettre au goût du jour le récit historique de la Normandie
- Créer et valoriser des symboles forts de la Normandie

Atelier n°4 : Quelles sont les pires erreurs à faire en tant que CM ?

- Poster des nudes
- Poster des URL non paramétrées
- Ne pas avoir de stratégie digitale, de ligne éditoriale
- Poster n'importe quoi, n'importe quand
- Faire des fautes d'orthographe
- Ecouter sa hiérarchie (anonyme)
- Poster toujours le même contenu
- Dupliquer les contenus
- Ne pas adapter le contenu en fonction du RS
- Utiliser des contenus en basse déf
- Ne pas regarder ses KPI
- Insulter sa communauté
- Parler en son nom
- Publier trop de selfies
- Utiliser trop d'emoji
- Ne pas avoir le même nom sur tous les RS
- Ne pas identifier les gens
- Trop de #
- Ne pas répondre à un commentaire ou à une question
- Mettre trop de temps à répondre aux DM
- Prendre parti sur un sujet polémique
- Ne pas diversifier ses contenus

- Être irrégulier dans son rythme de publication
- Ne pas utiliser les réponses automatiques
- Trop se reposer sur l'IA > manquer d'authenticité
- Ne pas repartager ou Liker les publications où l'on est identifié
- Ne pas cibler les # et utiliser toujours les mêmes
- Ne pas demander l'autorisation du repost #
- Ne pas vérifier si l'on a les droits > photos, musique...
- Parler politique, exprimer son avis
- Ne pas suivre les CGU
- Ne pas faire de veille sur les nouvelles fonctionnalités des RS
- Ne pas suivre ses partenaires
- Faire trop confiance à Chat GPT
- Ne pas créditer les photos
- Ne pas faire signer les autorisations droits d'images
- Trop poster > ex un post LinkedIn par jour
- Se tromper de personne lors de l'identification
- Faire confiance à Métabusines pour les publications
- Avoir un seul compte Admin / propriétaire pour gérer la page
- Ne jamais changer son mot de passe
- Parler religion et politique
- Repartager sans alimenter ou sans stratégie
- Poster des vidéos de drone sans vérifier si le tournage a été autorisé
- Faire des posts trop longs ou peu aérés
- Connecter son compte pro sur son téléphone personnel

Atelier n°5 : Quel contenu valorisé dans sa communication pour développer le hors saison ?

- Randonnée / patrimoine naturel
- Bien-être (SPA, hammam, piscines...)
- Culturel
- Artisanat/ producteurs locaux
- Loisirs en intérieur (ateliers créatifs)
- Jeux concours
- Noël / Halloween
- Thématique > il pleut
- Enfants / Dog Friendly
- Parcours géocaching
- Visites virtuelles en 3D
- Vélos, sport
- Greeters
- Hébergements insolites
- Les bonnes adresses
- Les lieux ouverts
- Dimanche, que faire ?
- Les lumières, les ambiances (Instagram)
- Portraits de locaux
- Visites guidées
- Le Nautisme

- Les grandes marées
- Le city Break / city Pass
- Week-end, court-séjour sans enfants
- Les festivals en hors saison
- EVG / retraite spirituelles
- Eté indien
- Séniors / Dinks
- Van Life
- Les familles avec enfants de moins de 3 ans
- Digital Nomade > congrès séminaires
- Sorties scolaires / associatif / groupes

Atelier n°6 : Quels sont les KPI indispensables ?

- Taux d'interaction (nombre de likes) / engagement
- Portée
- Nombre d'abonnés
- Clics > CPC et CPM
- Nombre de visites sur le site > canaux, durée de la visite, profils des utilisateurs, articles et pages les plus lus
- Benchmarking
- Taux de rebond
- Nombre d'impression / nombre de personnes touchées
- E-mailing > taux d'ouverture, clics, taux d'abonnement et de désabonnement
- Soft et hard bounce
- Avis clients, e-réputation, taux de satisfaction (prestataires), positionnement et performance du SEO
- Vues vidéos, durée du visionnage (taux de rétention > 50% de taux de rétention pour une durée de 5 à 10 minutes. 60% pour une durée de 2 à 3 minutes. 80% pour une durée inférieure à 1 minute), taux de complétion.
- Nombre d'enregistrements des posts Insta
- Conversion
- ROI (Est considéré comme un bon ROI, un ratio de 5:1. Ex : pour 1 euro investi, vous devez gagner 5 euros.)
- Chiffres d'affaires
- Données démographiques
- Taux de concertation
- Mentions
- Influenceurs, ceux qui parlent de la destination