

L'importance de votre présence sur les réseaux sociaux

Dans ce petit tutoriel, nous allons vous aider à comprendre l'intérêt d'être présent sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et Instagram. Nous vous donnerons également quelques conseils pour rédiger vos posts.



Pour qui ? Ce tuto s'adresse à l'ensemble des socioprofessionnels du tourisme présents sur les réseaux sociaux ou désirant s'y inscrire.

1

Pourquoi le faire ?

"Quelle est l'utilité d'être présent sur Facebook et Instagram ?"

Les réseaux sociaux permettent aux internautes de partager du contenu.

En 2023, Instagram compte 23,7 millions d'utilisateurs et Facebook comptabilise 32 millions d'utilisateurs. En étant présent sur les réseaux sociaux, vous **gagnez en visibilité** et pouvez susciter l'envie des clients de **se rendre dans votre établissement**.

Cela permet aussi de créer une **identité numérique**, une **image de marque**, de **fidéliser les clients** tout en bénéficiant de la **forte notoriété** de ces plateformes.

Ces outils permettent de **mettre en avant vos produits**, de **créer du lien** avec vos clients, de leur apporter de **l'information** et de **partager des visuels de qualité**.

2

Facebook ou Instagram ?

"Faut-il privilégier Facebook ou Instagram ?"

Pour savoir quel réseau social vous est le plus adapté, posez-vous la question suivante :

Quel contenu je souhaite partager avec mes abonnés ?

Si vous souhaitez partager des **événements**, du contenu sous forme de **texte**, des **photos**, **liens** renvoyant vers des sites Internet, des **stories**, **Facebook** sera plus adapté à vos besoins.

Si vous êtes adaptés de partage de **photos**, **vidéos** et de **stories**. Alors, **Instagram** est fait pour vous.

Pourquoi choisir ? En étant **présent sur les deux plateformes**, bénéficiez de deux fois plus de visibilité, en touchant un **public différent**.

3

Comment le faire ?

"Comment créer sa page professionnelle ?"

Voici les étapes pour créer votre page professionnelle :

Instagram :

- On configure en passant à un **compte pro**
- On choisit sa **catégorie**, et on vérifie ses **coordonnées**

Facebook :

- On s'inscrit
- On ajoute ses informations
- On ajoute des photos
- On développe son audience



Afin que votre post soit vu par le plus de personnes possible, il est recommandé de publier les mercredis et dimanches entre 6h et 10h, entre 12h et 13h et entre 17h et 22h



Afin que votre publication touche un maximum de personnes, il est recommandé de publier les mercredis, jeudis et vendredis entre 6h et 9h, et entre 12h et 15h

4

Conseils

“On vous donne quelques conseils pour créer des posts de qualité”

Instagram :

- Choisissez de **beaux visuels**
- Utilisez les **hashtags**
- Utilisez des **emojis**
- Incitez vos abonnés à **commenter** vos posts
- **Taguez** des abonnés et/ou partenaires
- Suscitez de l'**engagement** (posez des questions...)
- Soyez **concis**
- Racontez l'**histoire** de votre entreprise, un **portrait**

Facebook :

- Ecrivez des **textes qui apportent** aux internautes (secrets, histoire...)
- Ne soyez **pas trop scolaires**, exprimez vos sentiments, donnez votre avis...
- Faites **court et précis**
- Ajoutez des **visuels forts**
- Soignez le **titre** de vos publications
- Publiez de manière **régulière**
- Utilisez des **emojis**
- Suscitez une **conversation** (posez des questions...)
- **Répondez aux commentaires**
- Ajoutez des **appels à l'action**



En fonction du thème abordé dans votre publication, adaptez les conseils ci-dessus.

Il est important d'apporter une plus-value aux internautes, et des visuels de qualité (jolies photos, vidéos, stories...), ainsi, l'abonné aura envie de voir vos prochaines publications, et de se rendre dans votre établissement.

5

L'objectif

“Quel est l'objectif de tout ça ?”

Le but principal, vous l'aurez compris, est d'**améliorer la visibilité** de votre établissement en ligne.

L'objectif est de **donner envie** aux internautes de pousser la porte de votre établissement.

De belles photos, des informations complémentaires, secrets incitent les clients à **prendre contact avec vous**, et à **vous rendre visite**.



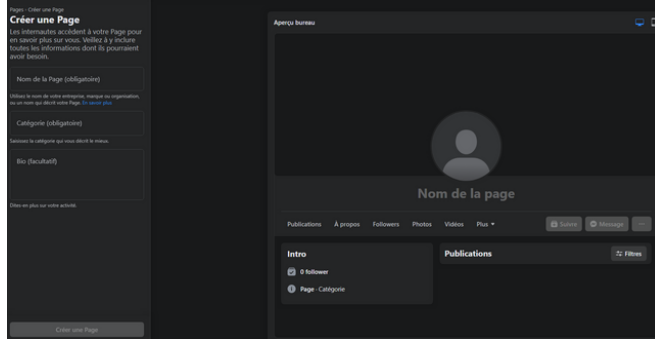
Cette visibilité ne doit pas être négligée.

Soignez vos contenus (photos, textes, vidéos, stories...) et apportez une plus-value à vos abonnés pour qu'ils aient envie de lire vos prochaines publications et susciter de l'interaction avec ceux-ci.

Et en pratique, comment créer une page Facebook ?

Tuto à réaliser depuis un ordinateur.

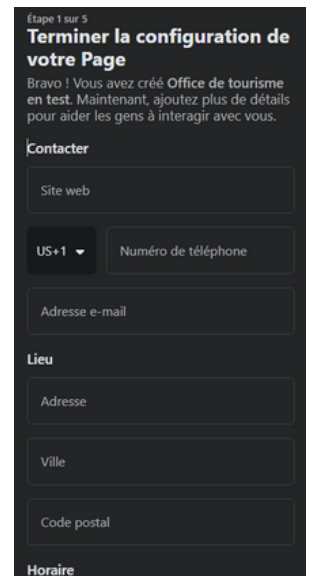
Etape 1 :



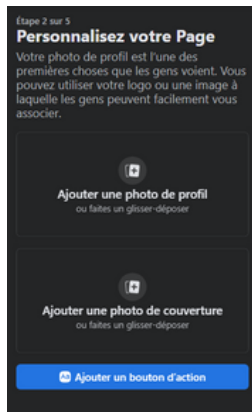
- Rendez-vous sur [cette page](#)
- Indiquez le nom de votre activité dans l'encart "**Nom de la page**"
- Sélectionnez des **catégories** dans lesquelles votre page pourra être retrouvée
- Ajoutez un **descriptif** attrayant dans l'onglet "Bio" pour donner envie aux internautes
- Cliquez sur "**Créer une page**"

Etape 2 :

- Ajoutez vos **coordonnées** (site web, numéro de téléphone, adresse email, ville, code postal, horaires...)
- Cliquez sur "Suivant"

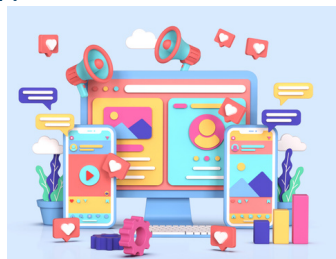


Etape 3 :



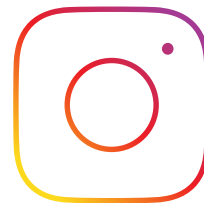
- Ajoutez une **photo de profil** et une **photo de couverture**
- Ajoutez un **bouton d'action**
- Cliquez sur "Suivant"

Etape 4 :



- Invitez vos amis à suivre votre page

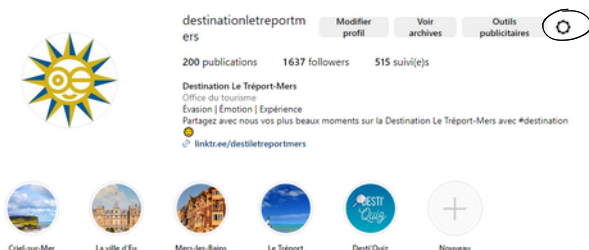
Votre page est maintenant **créée**, il vous suffit de vous connecter pour accéder à celle-ci.



Et en pratique, comment créer une page Instagram ?

Tuto à réaliser depuis un ordinateur.

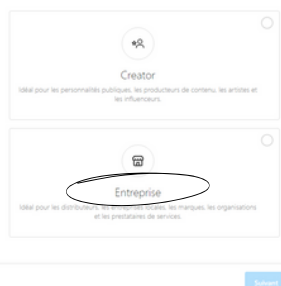
Etape 1 :



- Connectez-vous sur votre compte, et appuyez sur votre pseudo dans le coin supérieur droit de l'écran
- Appuyez sur le logo représenté par un **écrou** "Paramètres et confidentialité", puis sur "Passer à un compte professionnel"

Etape 2 :

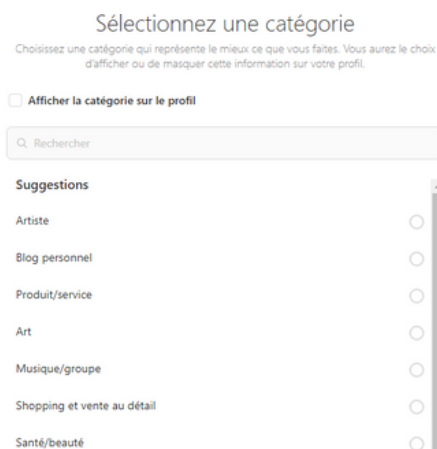
Quel type de compte vous correspond le mieux ?



- Cliquez sur "Entreprise"
- Cliquez sur "Suivant"

Etape 3 :

- Sélectionnez une **catégorie**
- Cliquez sur "Terminer"

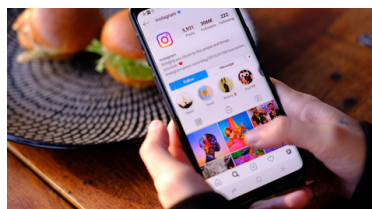


Etape 4 :



- Cliquez sur "Continuer"

Etape 5 :



- Vérifiez vos coordonnées
- Cliquez sur "Enregistrer"

Votre page est maintenant créée, il vous suffit de vous connecter pour accéder à celle-ci.