



Les clés du gîte
PLATEFORME DIGITALE
RESSOURCES & COMMUNAUTÉ



COMMUNICATION

5 pratiques à adopter sur instagram en 2021 pour booster sa visibilité

Contenu proposé par Cécile Noël, social média manager



2020 et ce début d'année 2021, nous aurons montré que nos manières de communiquer, de consommer et plus largement nos manières d'échanger et de vivre sont en train de profondément changer.

Le digital est devenu vital

Par ailleurs, on l'a vu, ceux qui ont réussi à faire la différence, ce sont ceux qui se sont adaptés, qui ont été proactifs dans leurs initiatives et qui ont continué de communiquer. Dans notre secteur, nombreux sont les hébergements touristiques qui ont tout simplement arrêté de communiquer alors que paradoxalement les connexions sur les réseaux sociaux explosent et que c'est peut-être le moment de creuser l'écart avec ses concurrents.

Par ailleurs, ce n'est pas nouveau et cela ne date pas de l'an dernier mais le parcours client a changé. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont souvent consultés avant même le site Internet et deviennent véritablement le PREMIER canal d'acquisition client.

Mais dans ce contexte de transformation, est-ce que les bonnes pratiques d'hier sur les réseaux sociaux sont toujours les mêmes aujourd'hui ?

*Voici 5 bonnes pratiques à adopter
sur le compte Instagram
de ton hébergement touristique en 2021 !*



Ici pas question d'aborder les bonnes pratiques de "base" pour vos réseaux sociaux. Nous n'allons pas évoquer des bonnes pratiques comme être régulier, poster des contenus de qualité en accord avec son identité visuelle ou encore s'aider d'un professionnel... Vous le savez déjà ! Ici, on va être un peu plus précis et concret.

#1

Miser sur l'interaction

On oublie souvent que dans l'expression " Réseau Social " il y a le mot " Social " et vous ne pouvez pas attendre de vos abonnés d'aimer vos publications, de les commenter ou de vous écrire, si vous-même vous ne le faites pas.

La pire pratique pour vos réseaux sociaux est de «poster» et de «ghoster» (disparaître). Ce n'est pas comme cela que cela fonctionne. Cela serait presque trop facile. Les réseaux sociaux, en particulier Instagram, aiment les relations sincères. Leurs algorithmes arrivent à juger l'authenticité des interactions.

La première étape que je vous propose pour favoriser les interactions et permettre la création d'un lien social avec votre audience, c'est de mettre en place une véritable routine quotidienne sur vos réseaux sociaux.



30 minutes par jour : allez aimer des publications de vos abonnés et de vos concurrents, commentez-les de manière sincère, répondez à tous vos messages privés et à tous vos commentaires...

#2

Se mettre en avant et montrer ses valeurs

Vous êtes uniques. Votre établissement aussi

C'est, d'ailleurs, ce qui fait la force des maisons d'hôtes, gîtes ou hôtels indépendants. Vous êtes différents et c'est ce que vos clients aiment chez vous. Alors exposez votre personnalité au monde entier (ou presque) au travers de vos stories, dans vos publications, dans vos légendes...



DONNEZ DE L'AUTHENTICITÉ À VOS RÉSEAUX SOCIAUX.
Quelle est l'histoire de votre établissement ? Qui se cache derrière votre compte ? De quoi est fait votre quotidien ?

#3

Miser sur les stories

Tout d'abord car une majorité des utilisateurs sur Instagram ne consulte que les stories. De plus, elles sont particulièrement mises en avant sur Instagram et vous offrent une place de choix pour booster votre visibilité. Quand on se connecte à l'appli c'est la première chose qu'on voit.



Je vous invite à poster des stories plusieurs fois par semaine. Elles deviendront un vrai rendez-vous pour votre audience.



#4

Trier ses abonnés

Oui oui je vous demande de SUPPRIMER vos abonnés !

Pas question de supprimer tout le monde bien-sûr. L'idée est plutôt de faire un petit nettoyage de printemps. On a tous des abonnés inactifs ou qui ne sont pas vraiment intéressés par notre contenu et qui finalement n'ont rien à faire là.

Vous ne le saviez peut-être pas mais cette part de vos abonnés inactifs est vraiment néfaste pour votre visibilité. Sachez que lorsque vous publiez un contenu sur Instagram, ce dernier va, dans un premier temps, être montré à un échantillon de votre audience pour en quelque sorte, prendre leur température, étudier leur réaction.

S'il y a de l'engagement rapidement sur votre nouvelle publication, c'est parfait. Instagram va estimer qu'elle est de qualité et va continuer de la mettre en avant. Au contraire, si vos abonnés ne sont pas qualifiés, il y aura peu d'interactions sur votre nouveau contenu. Instagram va donc arrêter de le mettre en avant et enterrer votre post. Votre visibilité va petit à petit dégringoler et vous n'arriverez pas à capitaliser sur vos réseaux sociaux.

Si vous vous inquiétez de voir que votre principal concurrent a 10 000 abonnés et pas vous, ce n'est vraiment pas la taille de l'audience qui compte mais sa qualité !

10 000 ABONNÉS NON QUALIFIÉS = 0 VENTE POTENTIELLE
100 ABONNÉS QUALIFIÉS = 100 VENTES POTENTIELLES



Votre taux d'engagement est bas ?

Je vous invite à supprimer :

- Les comptes avec plus de 1000-2000 abonnements
- Les comptes sans photo de profil
- Les comptes avec zéro publication
- Tous les comptes qui vous semblent étranges

Attention il existe des exceptions. Le tri doit être manuel.

#5

Se positionner comme source d'inspiration

Mettez-vous quelques secondes de l'autre côté et demandez vous pourquoi vous vous abonnez de manière générale à une entreprise sur les réseaux sociaux ?

Peut-être, est-ce parce que vous allez y retrouver des exclusivités, des bons plans, ... ? En tant qu'hébergement touristique, vous devez donner une bonne raison aux socionautes de s'abonner à votre compte.

Qu'est-ce que votre compte va leur apporter comme valeur au quotidien ? Quelle est votre promesse envers eux ?

C'est à vous de déterminer votre valeur. En tant que propriétaires d'un gîte, de chambres d'hôtes ou encore d'un hôtel, vous pourriez par exemple devenir leur source n°1 d'inspiration pour un séjour sur votre territoire ?

Devenez un véritable ambassadeur de votre secteur touristique car n'oubliez pas que généralement avant de vous choisir, vos prospects choisissent généralement une région.

Partagez vos bons plans, recettes locales, anecdotes et spots secrets... Les possibilités sont infinies ! Les socionautes ne manqueront pas de s'abonner à votre compte si vous leur promettez l'inédit et l'exclusivité.



VOICI TROIS IDÉES DE PUBLICATIONS ALLANT DANS CE SENS

- **Votre spot préféré pour admirer le coucher de soleil à X minutes de votre établissement**
- **Une anecdote secrète sur votre établissement**
- **X balades pour sortir des sentiers battus**

Contenu proposé
par Cécile Noël,

Social média manager



7 ans d'expérience en com'
touristique, je permets aux
hébergements touristiques
de booster leur TO grâce aux
réseaux sociaux !

www.cecilenoe.com

in 





Les clés du gîte

PLATEFORME DIGITALE
RESSOURCES & COMMUNAUTÉ

CONTACT

Les Clés du Gîte SAS

Lieu-dit Les Salles
46090 Villesèque

07 82 31 23 69

laura@lesclesdugite.fr

lesclesdugite.fr

@lesclesdugite

