

Webinaire exclusif

Créer son plan média pour booster sa notoriété



LUNDI
27 MARS
2023

avec Les clés du gîte



Yen Bui



Laura Wignolle

Webinaire exclusif

Créer son plan média pour booster sa notoriété



VOTRE PLAN D'ACTIONS EN 4 ÉTAPES POUR AUGMENTER LA
NOTORIÉTÉ DE VOTRE LOCATION SAISONNIÈRE

Qui suis-je ?

Yen Bui-Mahon

J'AIDE LES HÉBERGEURS TOURISTIQUES
(LOUEURS DE GÎTES, MAISONS D'HÔTES,
LIEUX INSOLITES, CHALETS, PETITS HÔTELS)
À BOOSTER LEUR VISIBILITÉ EN LIGNE ET À
**DEVENIR LES MEILLEURS AMBASSADEURS
DE LEUR RÉGION.**



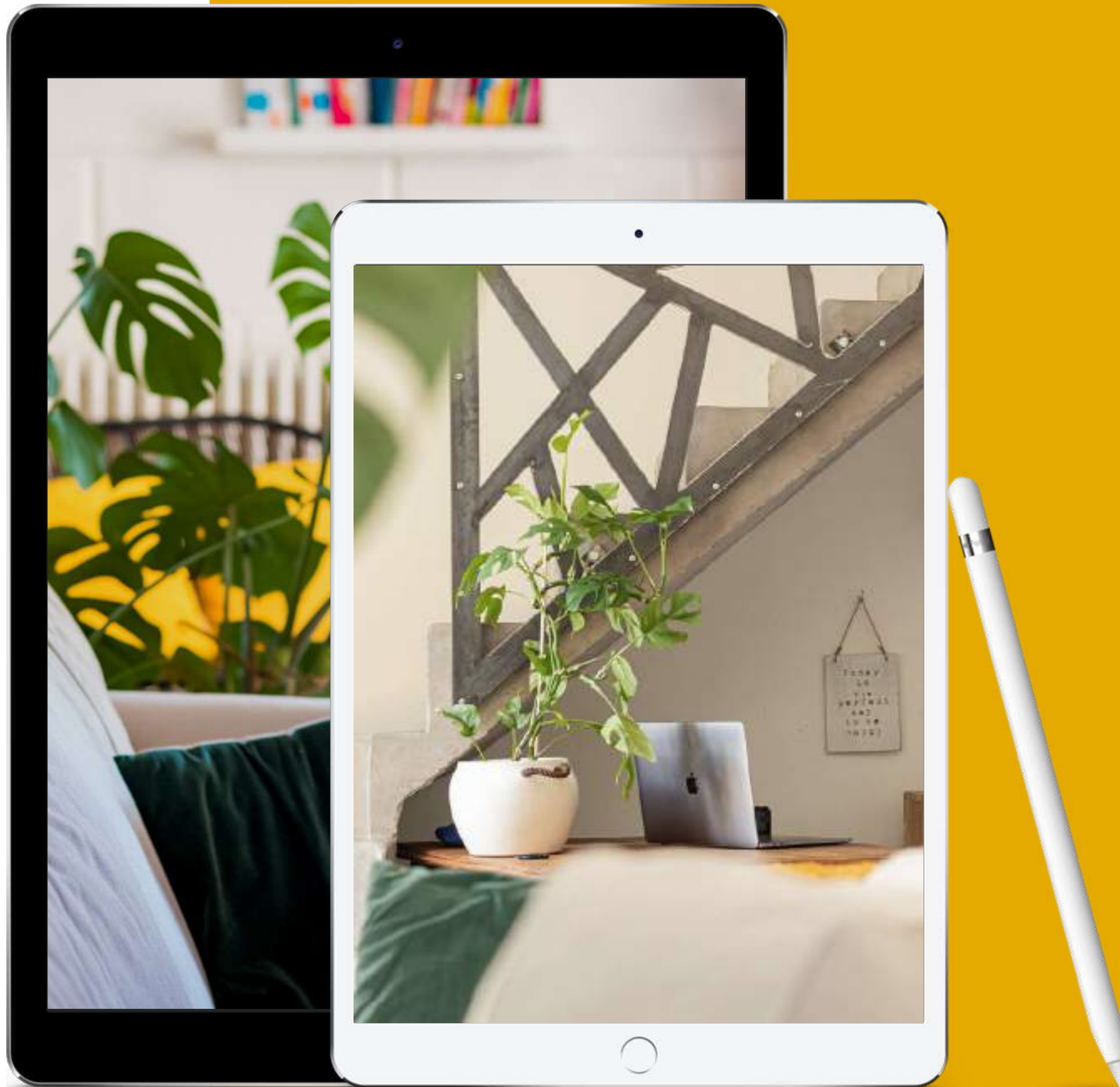


Comment utiliser ce workbook ?

Il s'agit d'un PDF remplissable !

J'ai créé ce workbook comme **un véritable plan d'actions à suivre pas à pas** pour mettre en place votre plan média et ainsi développer votre réseau de partenariats et d'influence.

Créer son plan média pour booster sa notoriété



Par où commencer

Qu'est-ce qu'un plan média ? →

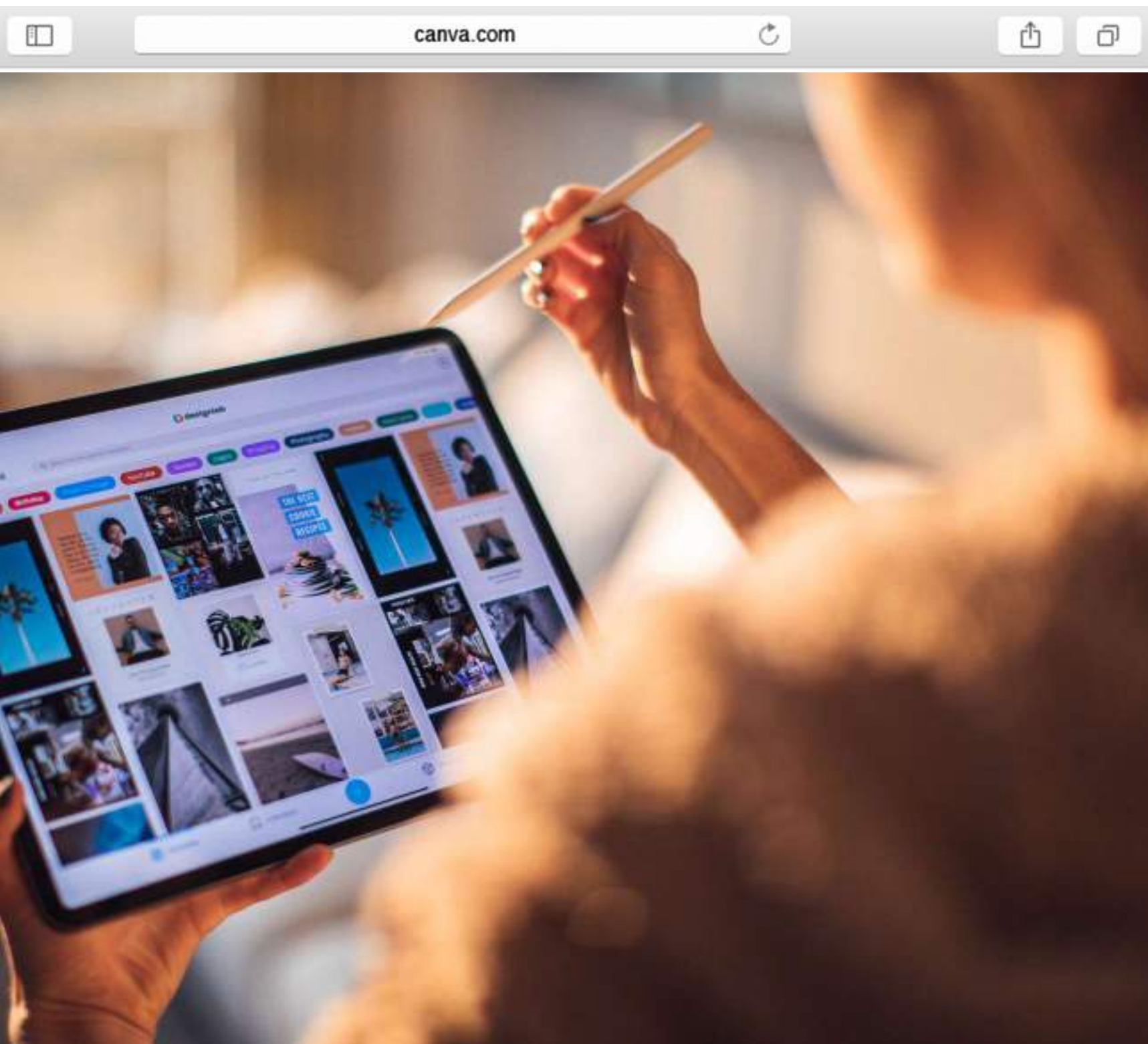
- Définition
- Enjeux

Créez votre premier kit média →

- Création du kit média
- Les formats d'un kit média

Développez votre plan média et hors-média →

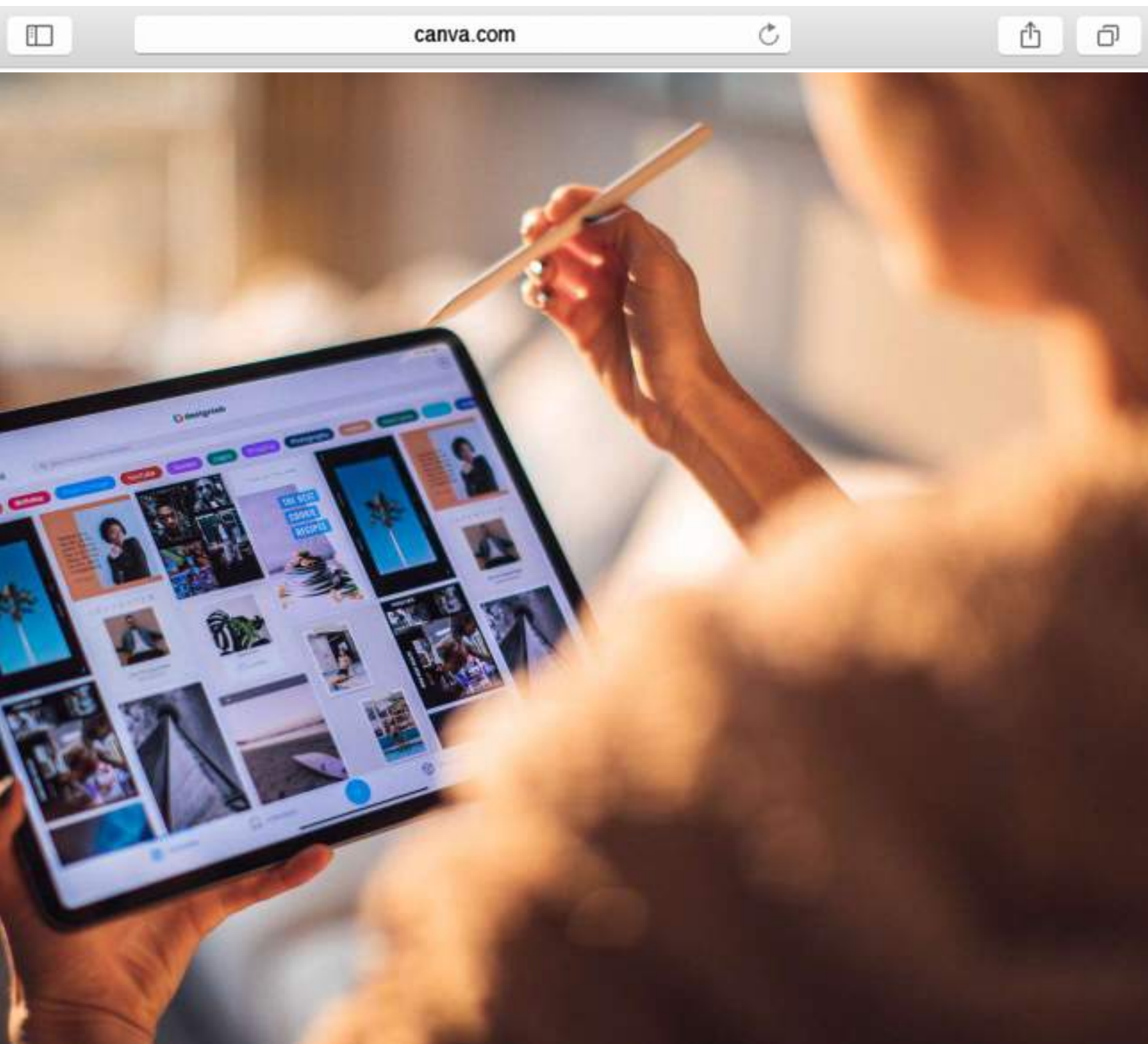
- Identification des médias
- Diffuser son kit média
- Les réseaux professionnels
- Les marques et partenaires privés
- Les influenceurs



Définition

Qu'est-ce qu'un plan média ?

= Actionner des leviers pour augmenter sa notoriété au travers d'articles de presse, de recommandations, du bouche-à-oreille, ...



Pour quoi faire ?

L'objectif du plan média est d'attirer naturellement à soi des médias, des partenaires, des influenceurs et des marques dans le but de **bénéficier de leur plus forte notoriété et pouvoir d'influence sur leurs communautés.**

Plan de communication VS plan média



Le plan de communication est un document qui concrétise la stratégie de communication d'une marque ou d'une entreprise. Il définit les objectifs de communication, l'audience, le message et délimite les budgets et le calendrier d'exécution.

Le plan media est une grille qui reprend l'ensemble des médias et supports de communication retenus par une marque ou une entreprise pour diffuser ses messages publicitaires auprès de son audience ou public cible.

Un exemple



Il s'agit d'un document qui dresse la **liste des actions et des campagnes publicitaires que vous souhaitez mener au travers des médias et des réseaux sociaux** pour faire connaître votre produit ou votre marque.

Idéalement rédigé sous la forme d'un tableau Excel avec le **planning des actions à mener**, le plan média doit être pratique, clair et modifiable en fonction des événements.

Source :

<https://blog.hubspot.fr/marketing/plan-media>

Logo	Nom de l'action	Date d'application	Date de mise à jour
Objectifs			
Moyens utilisés			
Budget			

Plan de communication					
Action à mettre en œuvre	Audience cible	Échéance	Contenu à mettre en avant	Supports de communication & canaux de diffusion	Outils utilisés
Action 1					
Action 2					
Action 3					

Créez votre kit média

Créer son plan média pour booster sa notoriété

Un kit média, pour quoi faire ?





QUI NOUS SOMMES

NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE QUI SOUTIENS LES AGRICULTEURS LOCAUX.

Un café ou une maison du café est un établissement où l'on peut boire un café chaud ou des boissons à base de café (par exemple un latte, un cappuccino ou un espresso), un thé, ou d'autres boissons chaudes. Certains cafés servent également des boissons froides comme du café glacé et du thé glacé. De nombreux cafés servent également certains types de nourriture comme des collations légères, des petits gâteaux ou des pâtisseries. Les cafés vont de la petite entreprise aux grandes multinationales.

Un café peut partager les mêmes caractéristiques qu'un bar ou qu'un restaurant, mais il ne ressemble pas à une cafétéria. De nombreux cafés au Moyen-Orient et dans les quartiers orientaux issus de l'immigration dans le monde occidental offrent un mélange d'arômes français, grec et turc qui permet de fumer du tabac aromatisé grâce à un houka. Les bars à espresso sont un type de café spécialisé dans le service de l'espresso et de boissons à base d'espresso.



Nous croyons au pouvoir du café cultivé avec amour et grand soin.

D'un point de vue culturel, les cafés servent principalement de centres d'interaction sociale : le café permet aux clients de se rassembler, parler, lire, écrire et se divertir, ou de passer du temps, que ce soit seul ou en petits groupes. Depuis le développement du Wi-Fi, les cafés qui en offrent l'accès sont également devenus des endroits où les clients accèdent à Internet sur leurs ordinateurs portables et leurs tablettes.



Créer son plan média pour booster sa notoriété


Modèles de kit média trouvés sur <https://www.canva.com/templates/search/media-kits/>

SITEVRAIMENTSUPER.FR/ANNECY - FRANCE

f /ANNECY VOYAGES
 i /ANNECY VOYAGES
 t /ANNECY VOYAGES

ANNECY

/VOYAGES



À PROPOS D'ANNECY

Le terme « papier à en-tête » est souvent utilisé pour faire référence à la feuille entière imprimée avec un en-tête. De nombreuses entreprises et particuliers préfèrent créer un modèle de papier à en-tête avec un traitement de texte ou un autre logiciel. Cela inclut généralement les mêmes informations qu'un papier à lettre pré-imprimé, mais sans les coûts supplémentaires que cela implique.

87K

FOLLOWERS DES
RÉSEAUX SOCIAUX

97K

VOYAGEURS
CETTE ANNÉE

92%

AUGMENTATION
DES VOYAGEURS

94%

CLIENTS
SATISFAITS

01 12 24 24 30 BONJOUR@SITEVRAIMENTSUPER.FR



NOURRITURE

Sarah

POULAIN

chef / critique gastronomique / blogueuse
www.nourritureagogo.fr


13 060


8 970


4 760

NOURRITURE *Sarah* POULAIN

chef / critique gastronomique / blogueuse
www.nourritureagogo.fr

INTRODUCTION

J'ai lancé ce blog en avril 2013, comme point de départ créatif pour exprimer mon amour pour tout ce qui concerne la nourriture, la dégustation et la cuisine. Je suis du genre à trépanier d'impatience en regardant un menu en ligne avant d'aller au restaurant et d'y manger.

LES RESTAURANTS PARTENAIRES

- Le cochon rieur, Paris, France
- Mama Mia, Roma, Italie
- Chef Legros, New York, Etats-Unis
- Chainé de cuisine Bon appétit, Pub Chez Margie, Londres, Angleterre
- Restaurant Le Jagon du Siam, Jakarta, Indonésie

LE PUBLIC DE NOURRITURE


13 060


8 970


4 760


6 504


5 800

STATISTIQUES DU BLOG

J'ai donc essayé de parler de la vraie nourriture de tous les jours avec des ingrédients de tous les jours que vous pouvez trouver au supermarché. Des choses réalistes. Des noms d'ingrédients que vous pouvez prononcer et reconnaître. Rien de trop sophistiqué, un équilibre entre la nourriture maison et des fondamentaux de la cuisine.

« Une image de soi positive et forte est la meilleure préparation au succès. »



Créer son plan média pour booster sa notoriété

Modèles de kit média trouvés sur
<https://www.canva.com/templates/search/media-kits/>

Créez votre kit média

Créer son plan média pour booster sa notoriété

1/ VOTRE CONCEPT, L'ORIGINE DE VOTRE PROJET

Il s'agit de vous présenter et de raconter votre histoire, ce qui vous a conduit à créer votre location saisonnière.

2/ VOTRE SPÉCIFICITÉ, VOTRE DIFFÉRENCIATEUR

Il s'agit de l'élément phare qui doit attirer les médias. Expliquez en quoi il répond à un besoin ou une problématique spécifique de votre clientèle cible.

3/ À QUI S'ADRESSE VOTRE LOCATION SAISONNIÈRE, ET POURQUOI ?

Reprenez ici les atouts majeurs qui vont séduire à coup sûr votre clientèle cible que vous avez préalablement sélectionnés et hiérarchisés.

Le contenu de votre kit média

Créez votre kit média

Créer son plan média pour booster sa notoriété

4/ IDENTIFIEZ DES SUJETS SUSCEPTIBLES D'ÊTRE TRAITÉS EN INTERVIEW

Proposez des idées de reportage à réaliser, non pas uniquement sur votre location saisonnière, mais sur une thématique précise dans laquelle votre hébergement touristique apporte une réponse.

5/ VOS VISUELS

Agrémentez votre kit média de photos de qualité professionnelle, en n'oubliant pas si possible d'insérer un lien de téléchargement. Un journaliste appréciera de pouvoir illustrer son article de photos de qualité et disponibles.

6/ COMMENT VOUS CONTACTER

Indiquez vos coordonnées (téléphone et email) ainsi que les réseaux sociaux sur lesquels vous êtes présents.

Le contenu de votre kit média

Développez votre plan média



Identifiez les médias les plus pertinents et diffusez-leur votre kit média !
Nommez les principaux médias, et pour chacun, identifiez les réseaux sociaux où vous pourriez contacter les journalistes concernés par le contenu éditorial recherché (Instagram, LinkedIn, Twitter).



Rita Leroi
Influenceuse voyage



Patricia Marnier
Journaliste Home design



Matthieu Bromman
Blog et podcast lifestyle





Il est temps de diffuser votre kit média



Pensez à l'insérer sur l'ensemble de vos médias digitaux
Créez une page spéciale Kit média avec les visuels en téléchargement.



Utilisez le kit média comme support lors de vos prises de contact

Pensez à toujours demander une adresse mail pour envoyer votre kit média.



Idéal pour accompagner un communiqué de presse

Pensez à faire appel à un·e attaché·e de presse pour prendre contact et relancer les journalistes.



Développez votre plan hors média

Identifiez les partenariats et les
relais d'influence



Ne négligez pas la force d'un réseau !

01

Les réseaux professionnels

Objectifs :

- faire connaître votre hébergement touristique en invitant des personnes à venir le découvrir ainsi que les éventuelles activités proposées (par vous ou un partenaire),
- vous montrer pour faire savoir que vous êtes acteur du territoire.

02

Les marques et partenaires privés

Objectif : développer des partenariats win-win pour gagner mutuellement en visibilité (avec des partenaires locaux ou pas).

03

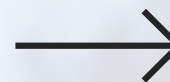
Les influenceurs

Objectif : inviter des influenceurs pour booster votre visibilité et augmenter votre notoriété.

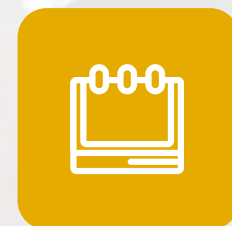
Mettez toutes les chances de votre côté

Derniers conseils pour la route !

Créer son plan média pour booster sa notoriété



Soyez le plus exhaustif possible dans les exercices à réaliser



Allouez un créneau régulier dans votre agenda pour votre plan média



Fixez-vous un objectif de personnes à contacter chaque semaine



Pensez à vous créer un tableau de bord de suivi

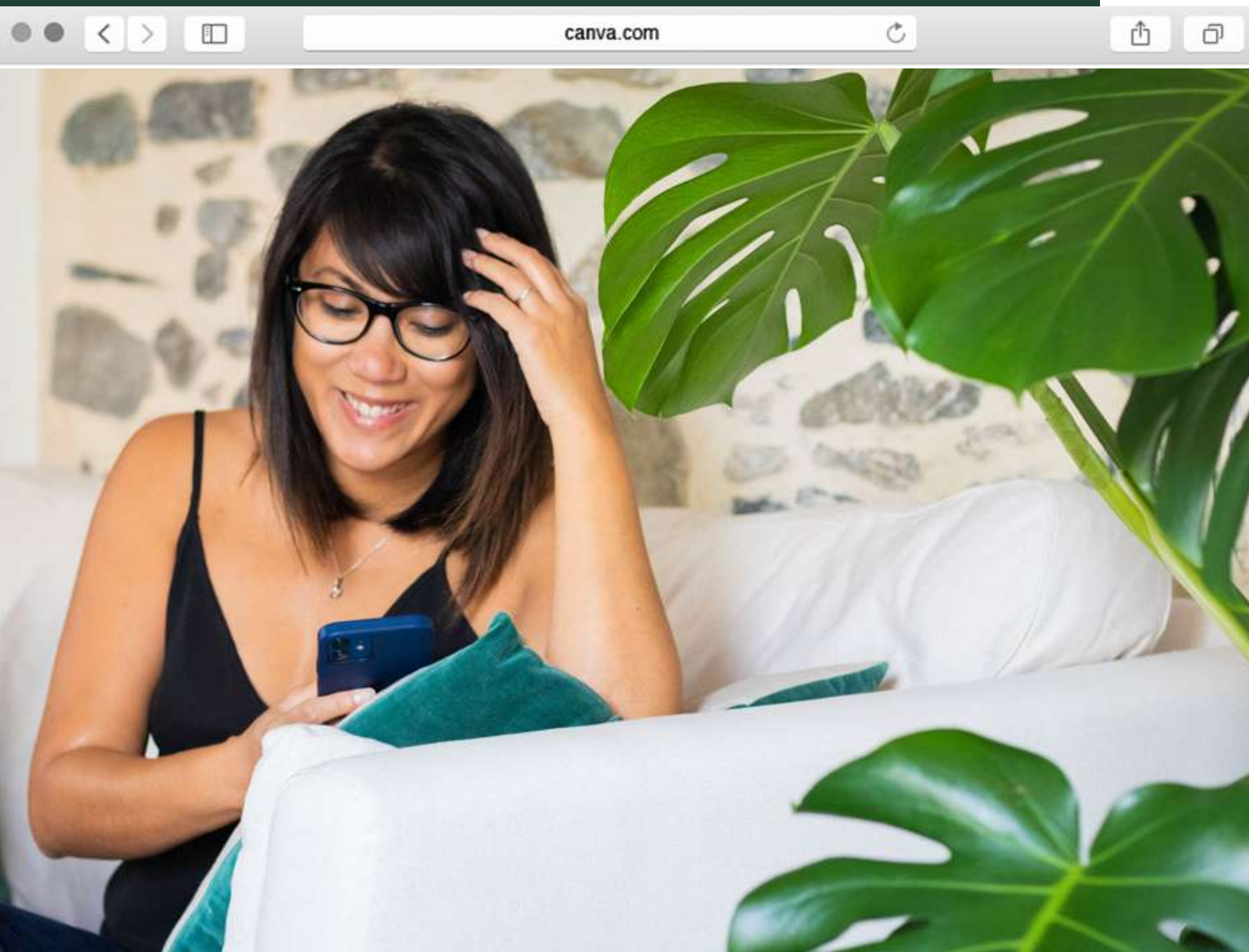


Faites-vous accompagner par votre Office de Tourisme et/ou une agence de presse

Pour aller plus loin...

Retrouvez tous mes conseils sur :

- **Mon podcast**
Actions / Réservations
- **Mon blog**
www.yenbui.fr
- **Ma newsletter hebdomadaire**
www.yenbui.fr/newsletter



OBJECTIF VISIBILITÉ

MON PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL DE 3 MOIS

- 2h d'accompagnement individuel en visio tous les 15 jours,
- 2h d'accompagnement de groupe tous les 15 jours pour échanger avec les autres participants,
- un accès illimité à la plateforme en ligne avec tous les modules de formations,
- des supports de travail pour passer à l'action rapidement,
- un carnet de suivi individuel avec vos propres objectifs,
- un accès au groupe de travail et à la communauté d'hébergeurs touristiques.

Faisons le point ensemble !
Bénéficiez d'un appel découverte gratuit !

**Un grand
merci à tous !**

