

Workbook pour les hébergeurs touristiques

# Créer son plan média pour booster sa notoriété

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





**Yen Bui-Mahon**  
Consultante et formatrice

Après 14 années de conseil en marketing digital pour les entreprises et de community management pour une destination de montagne, **j'aide désormais 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.**

Chaque semaine, je vous livre mes conseils faciles à mettre en action au travers de mes épisodes de podcast au format court et de mes articles de blog.

**Ce guide est fait pour vous si :**

- vous démarrez votre activité et ne savez pas par où commencer,
- si vous avez déjà lancé votre activité de location saisonnière et que vous souhaitez optimiser certains points stratégiques.

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.**

Ecouter en parallèle l'épisode de podcast associé : [cliquez ici](#)

***Prêts à cultiver la croissance digitale de votre business ?***

*Yen Bui*



# 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 →

- Identification des médias
- Diffuser son kit média

Développez votre plan hors-média →

- Les réseaux professionnels
- Les marques et partenaires privés
- Les influenceurs



## Qu'est qu'un plan média ?

Le **plan média** regroupe **toute la communication qui passe par d'autres médias que les vôtres, que vous ne créez pas directement vous-même**. Par exemple, les campagnes d'affichage, les spots radio, etc.

J'avais déjà introduit ce concept de plan média dans [mon article « 10 idées pour gagner en notoriété avec votre location saisonnière »](#) ainsi que dans mon [workbook à télécharger « 10 étapes-clés pour booster votre location saisonnière »](#).

### Un plan média, pour quoi faire ?

Face à la concurrence de plus en plus forte sur le marché de la location saisonnière, il devient indispensable d'**actionner des leviers pour augmenter sa notoriété au travers d'articles de presse, de recommandations, du bouche-à-oreille, ...**

On retrouve ici le principe même de l'inbound marketing, à savoir "vendre sans vendre".

#### Ce qu'il faut retenir :

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**.

# Créez votre premier kit média



## Un kit média, pour quoi faire ?

Le kit média est un support que vous pouvez créer vous-même dans le but de **soutenir votre démarche de prise de contact auprès de tous les médias** que vous aurez identifiés comme étant pertinents pour votre activité.

Commencez par **lister les principaux atouts de votre location saisonnière :**

### **Mon conseil pour réussir l'exercice :**

Partez toujours du type de location recherchée, du séjour recherché par votre clientèle idéale.

S'agit-il d'un séjour en famille avec de jeunes enfants ? S'agit-il d'un séjour romantique en couple ? S'agit-il d'un séjour dans le cadre d'une compétition sportive ? S'agit-il d'un séjour pour visiter une grande ville et ses nombreuses attractions touristiques ?

# Créez votre premier kit média



Maintenant, hiérarchisez les atouts **par ordre de pertinence pour votre clientèle idéale de voyageurs.**

En fonction du séjour imaginé par votre voyageur potentiel, **vous devez trier et sélectionner uniquement les spécificités de votre location touristique qui répondent à ce besoin précis et qui vont faciliter le séjour de votre client.**

Comment allez-vous l'aider à profiter pleinement de ses vacances ?

A large, empty rectangular box intended for the user to write their answer to the question above.

# Créez votre premier kit média



Voici une proposition de **structure d'un kit média** que vous pouvez utiliser.

## 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.

# Créez votre premier kit média



## 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.

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

Proposez ici **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.**

*Exemple de reportage : la difficulté d'organiser des séjours pour des « tribus » et de trouver des logements de grande capacité pour accueillir 1 ou 2 familles (avec les équipements nécessaires pour l'accueil de jeunes enfants et de bébés).*

*Ce reportage pourra ainsi évoquer les problèmes d'organisation logistique pour la pratique d'activités en « grande tribu », les logements standards souvent dimensionnés pour 4 ou 6 personnes, la difficulté d'avoir des équipements pour enfants sur place, ...*

# Créez votre premier kit média



Pour chaque thématique que vous avez identifiée, **vous détaillerez son contenu avec des points-clés.**

Si vous avez des témoignages et avis clients, c'est le moment idéal pour les intégrer.

## 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.

Si vous disposez de vidéos de qualité, pensez à les mentionner avec un lien de visionnage.

## 6/ COMMENT VOUS CONTACTER

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

# Créez votre premier kit média



## Les différents formats de kit média

Préférez **un format facile à partager de type PDF** à télécharger sur votre site, que vous pourrez également insérer en pièce jointe dans un email, ou encore mettre sur une clé USB lors d'un salon.

Pour la **mise en page de votre kit média**, je vous invite vivement à le créer avec **[l'outil en ligne gratuit Canva](#)** !

Il existe de nombreux modèles de documents A4 et de présentations au format horizontal, il vous suffit ensuite de **les personnaliser avec votre charte graphique** (polices et palette de couleurs).

Vous pouvez également concevoir une **vidéo de présentation de votre concept**, reprenant l'intégralité des points travaillés précédemment.

Voir l'exemple avec [la vidéo de Parenthèse TinyHouse](#)



# Développez votre plan média

Identifiez les médias les plus pertinents et diffusez-leur votre kit média



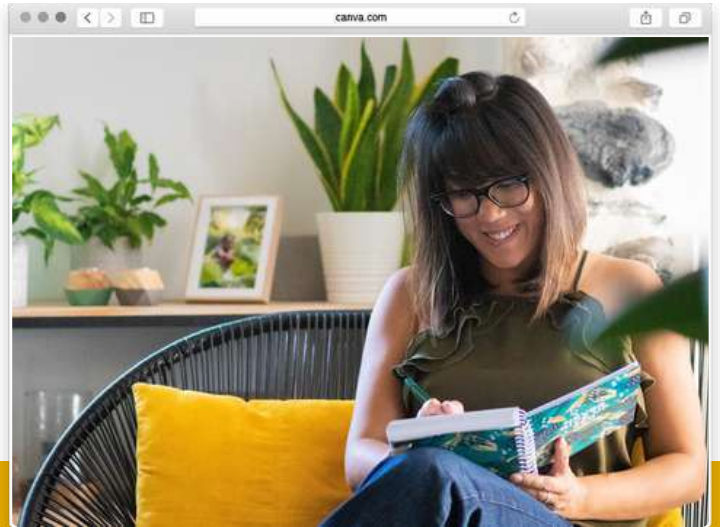
**Listez les types de médias dans lesquels vous aimeriez apparaître**, en lien avec les idées de reportages présentés dans votre kit média :

- dossier de presse de votre Office de Tourisme
- presse spécialisée (papier et web) : déco, voyage, sport, jardinage, lifestyle
- webzine / podcast / blog : se faire inviter pour une interview
- conférence : être invité pour partager son parcours, ou présenter sa stratégie, devenir référent d'une spécialité
- autre :

**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).

# Développez votre plan média

Identifiez les médias les plus pertinents et diffusez-leur votre kit média



## Diffusez votre kit média

### Rendez votre kit média le plus accessible possible !

Pensez à l'insérer sur l'ensemble de vos médias digitaux :

- créez une page spéciale Kit média avec les visuels en téléchargement
- ajoutez le lien du kit média sur votre page Contact de votre site web
- diffusez le lien de cette page Kit média dans votre signature mail
- ajoutez le lien de cette page Kit média sur vos réseaux sociaux

Les outils pour créer une page multi-liens pour vos réseaux sociaux :

**Linktree**

**Unfold / bio.site**

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

pensez à demander une adresse mail pour envoyer votre kit média.

Le kit média est idéal pour accompagner un communiqué de presse.

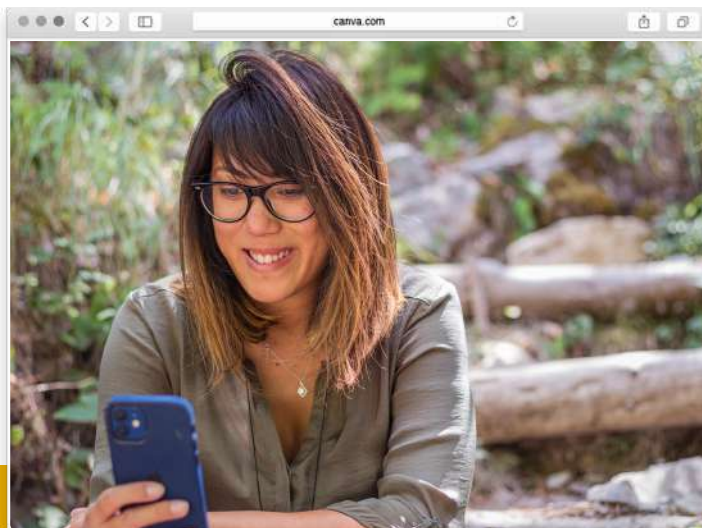
**Pensez à faire appel à un·e attaché·e de presse** pour prendre contact et relancer les journalistes.

Idée d'événement local pouvant être relayé dans un communiqué de presse :

**organiser une porte ouverte chez vous, avec petit-déjeuner, sur la thématique phare** que vous avez préalablement identifiée, avec si possible un invité pour témoigner (client ou partenaire).

# Développez votre plan hors-média

Identifiez les partenariats et les relais d'influence



## 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.**

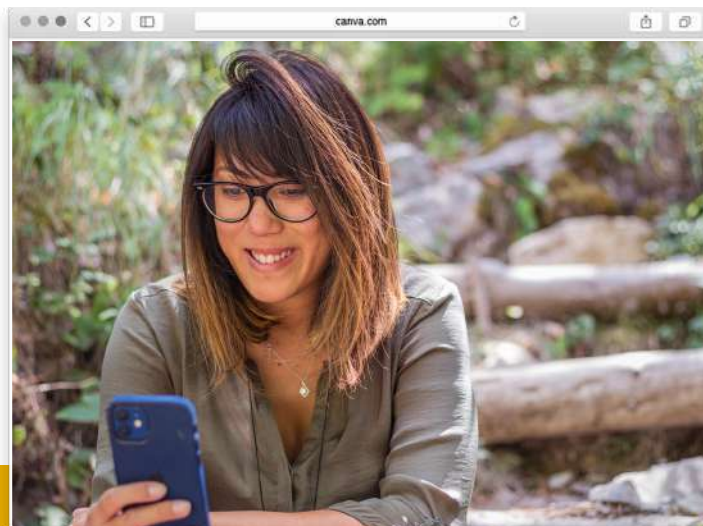
### Identifiez des réseaux professionnels sur votre territoire que vous pourriez intégrer.

Il peut s'agir de réseaux business, créatifs, ou des événements/rendez-vous réguliers organisés par un club ou une association.

*Exemple : club Ambassadeurs de votre région, rendez-vous organisés par la CCI, l'ADDET, l'Office de Tourisme, un club MICE, ...*

# Développez votre plan hors-média

Identifiez les partenariats et les relais d'influence



**Identifiez pour chaque réseau l'atout qui fera mouche auprès des participants** : une activité proposée, un espace, l'emplacement stratégique, un concept unique.

Vous proposerez aux participants des rencontres de venir visiter et découvrir votre hébergement touristique.

## Episodes inspirants à écouter :

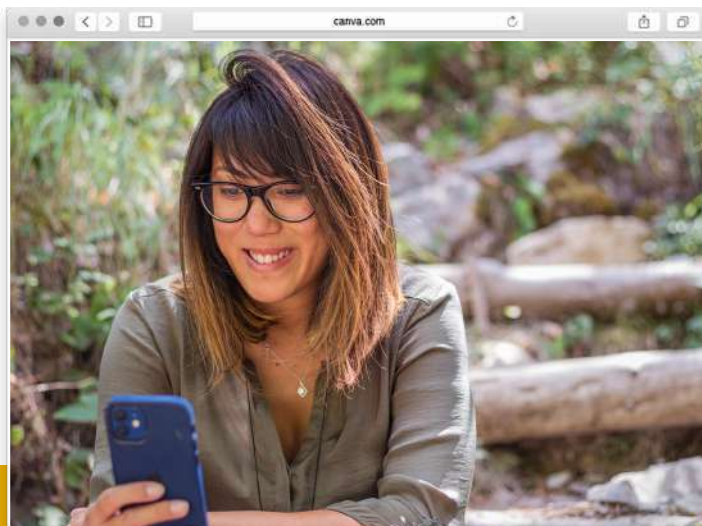
#32 - Développer son personal branding, avec Alexandre Conte

#33 - Les mises en réseau proposées par l'ADDET, avec Nathalie Gilbert

#34 - Découvrir l'univers du MICE, avec Amadou Rouillon

# Développez votre plan hors-média

Identifiez les partenariats et les relais d'influence



## Les marques et partenaires privés

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

**Identifiez des partenaires privés (locaux ou non) et des marques avec qui vous pourriez collaborer.**

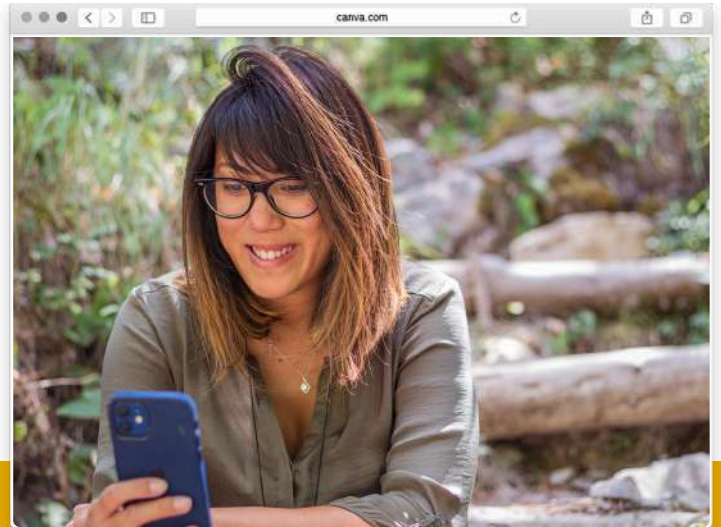
Pour chaque partenaire ou marque, précisez si vous allez **concevoir des offres packagées, négocier des tarifs privilégiés**, autre.

Pour vous aider :

[#9 : Développer sa stratégie de partenariats avec les acteurs locaux](#)

# Développez votre plan hors-média

Identifiez les partenariats et les relais d'influence



## Les influenceurs

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

**Identifiez des influenceurs accessibles (< 10-20k followers), si possible impliqués dans le tourisme local.**

Pour chaque influenceur, vous allez **concevoir un séjour thématique, ou une offre spéciale répondant aux attentes de sa communauté**, qu'il ou elle va ensuite pouvoir venir tester pour en parler.

Pour vous aider :

[#21 : Comment attirer une influenceuse voyage avec Ariane - Itinera Magica](#)

[#25 : Partage d'expérience avec Marie Létienne du Mas des Ecoliers](#)

# Bravo !



**Vous êtes arrivés à la fin de ce workbook !** Vous pouvez déjà vous féliciter !

Vous avez dû vous en rendre compte, ce workbook vous impose de nombreux exercices à réaliser.

**Voici donc quelques conseils pour mettre toutes les chances de votre côté et réussir votre plan média.**

**1/ Soyez le plus exhaustif possible** dans vos idées de reportages, d'identification de réseaux et d'influenceurs,

**2/ Allouez un créneau régulier dans votre agenda pour votre plan média,** que vous utiliserez pour réaliser ces exercices ou pour prendre contact avec les médias identifiés,

**3/ Fixez-vous un objectif de personnes à contacter** chaque semaine,

**4/ Pensez à vous créer un tableau de bord de suivi,**

**5/ N'hésitez pas à solliciter votre Office de Tourisme pour l'organisation d'un accueil d'influenceur,**

**6/ Faites-vous accompagner par une agence de presse ou une attachée de presse freelance pour des missions ponctuelles.**

J'espère que ce **plan d'actions en 4 grandes étapes** vous sera utile sur le long terme. N'oubliez pas de **renouveler régulièrement vos idées de reportages** et d'identifier de **nouveaux médias et partenaires**, et de **mettre votre kit média à jour.**

Pensez à **sauvegarder ce workbook avec la liste de vos outils favoris** pour développer votre activité de location saisonnière !

*Yen Bui*

# IL EST TEMPS DE PASSER À L'ACTION !

# CHECKLIST

VÉRIFIEZ QUE VOUS N'AVEZ MANQUÉ AUCUNE ÉTAPE POUR DÉVELOPPER VOTRE PLAN MÉDIA ET HORS-MÉDIA

---

<b>01</b>	SÉLECTIONNER LES ATOUTS MAJEURS DE VOTRE LOCATION SAISONNIÈRE PAR RAPPORT À VOTRE CLIENTÈLE IDÉALE	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	--	--	--

---

<b>02</b>	CRÉER VOTRE KIT MÉDIA ET LE METTRE EN LIGNE	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>03</b>	IDENTIFIER LES MÉDIAS LES PLUS PERTINENTS	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>04</b>	PRENDRE CONTACT AVEC LES MÉDIAS ET DIFFUSER VOTRE KIT MÉDIA	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>05</b>	IDENTIFIER DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS À INTÉGRER DE MANIÈRE RÉGULIÈRE	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>06</b>	IDENTIFIER DES PARTENAIRES ET DÉVELOPPER DES OFFRES OU NÉGOCIER DES TARIFS	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	--	--	--

---

<b>07</b>	IDENTIFIER DES INFLUENCEURS ET CONSTRUIRE DES SÉJOURS À THÈME POUR LES SÉDUIRE	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	--	--	--

---

<b>08</b>	CONTACTER DES PARTENAIRES PRESSE : OFFICE DE TOURISME OU AGENCE DE PRESSE	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>09</b>	PLANIFIER DES CRÉNEAUX POUR DÉVELOPPER VOTRE PLAN MÉDIA ET HORS MÉDIA	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

---

<b>10</b>	RÉALISER UN SUIVI RÉGULIER AVEC L'AIDE D'UN TABLEAU DE BORD	<b>OUI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NON</b> <input type="checkbox"/>
-----------	---	--	--

# Pour aller plus loin

Retrouvez tous mes conseils :

- sur **mon podcast**, où je livre un nouvel épisode de conseil chaque mercredi,
- sur **mon site web yenbui.fr** avec le blog et les carnets d'inspirations,
- dans **ma newsletter** envoyée tous les lundis matins,
- lors des **prochains cafés live mensuels** qui seront complétés de bonus comme celui-ci.



## Mes offres de formations et d'accompagnement

✓ Des modules à la carte pour cultiver la croissance digitale de votre business de location saisonnière

Développer votre visibilité, attirer de nouveaux clients et partenaires, fidéliser votre clientèle

✓ Un programme d'accompagnement de 4 mois

Un accompagnement de groupe et individuel, limité à 5 participants

✓ Une offre d'accompagnement pour la conception de votre stratégie digitale globale

Conception de votre site web, rédaction de contenus, réseaux sociaux, formations en ligne

## Ces offres sont pour vous si :

- **vous avez un projet de création** d'hébergement touristique,
- **vous avez déjà lancé une activité de location saisonnière** et souhaitez être accompagné-e pour la développer.



Visibilité sur les réseaux sociaux



Stratégie de contenus



Conception et optimisation de site web



Stratégie de partenariats et d'influence



Stratégie d'email marketing

## En savoir plus

Le programme d'accompagnement limité à 5 participants :

- 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.

### Pour plus d'infos, contactez-moi

→ Adresse e-mail  
[hello@yenbui.fr](mailto:hello@yenbui.fr)

→ Page Formations  
[www.yenbui.fr/formations](http://www.yenbui.fr/formations)