RHÔNE TOURISME

Les Instants T du tourisme

Atelier N°B8

LES NOUVELLES FORMES DE COMMUNICATION : blogs et influenceurs

LES INSTANTS T DU TOURISME
8 – 9 NOVEMBRE 2017

Intervenante

Sakina BOUNIF

Rhône Tourisme

Chargée Multimedia et Print

Sommaire

Atelier B8

Les nouvelles formes de communication

1 → Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

2 → Le choix des blogueurs

3 → Exemples : cas concrets

1

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Nouveaux usages

Le tourisme ne peut plus se concevoir sans l'expérience du web :

- **Any device** : PC portable, tablette, smartphone
- **Anywhere** : avènement de l'ère mobile et l'accès à l'information n'importe où
- **Anytime** : la technologie est utilisée avant/pendant/après son voyage avec la possibilité d'agir à la dernière minute
- **Any content** : texte, photos, vidéo

Chaque internaute est une voix qui compte et qui peut être influente ,

- Pouvoir du buzz, la viralité, prendre en considération son e-réputation

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Nouveaux usages

2 français sur 3 ont pris l'habitude de réserver leurs séjours sur le web :

Parcours d'achat d'un voyageur

- **63** ➢ 63 jours de planification d'un voyage
- **9** ➢ dont 9 jours de recherche active
- **2h41** ➢ 2h41 de recherches
- **10** ➢ sur en moyenne 10 sites de voyages

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Contexte d'infobésité

Internet facilite la recherche mais il reste compliqué de se repérer sur la toile

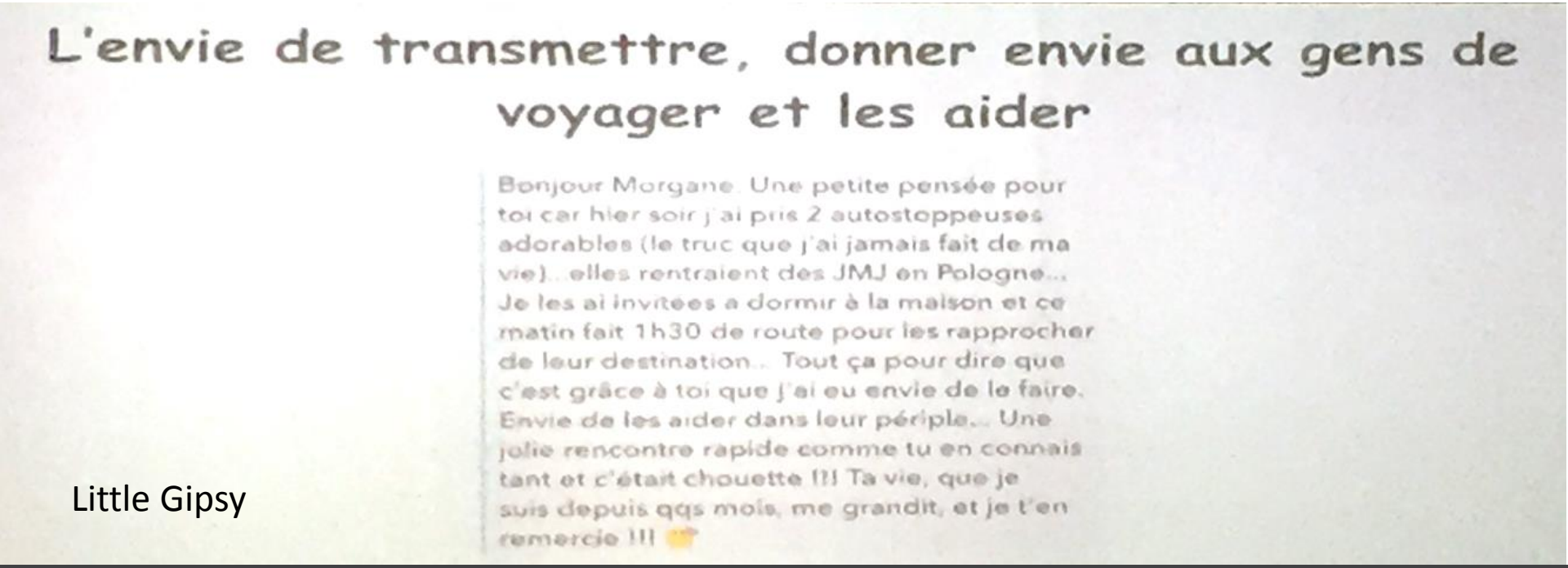
Le rôle de **prescripteurs** devient essentiel pour les internautes :

- Recherche d'inspiration
- Pouvoir de la recommandation
- Confiance en individu

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

L'importance de l'e-réputation

- **93%** des voyageurs déclarent que les avis en ligne impactent leur décision de réservation
- **35%** des voyageurs consultent des blogs de voyages pour préparer leur séjour



Little Gipsy

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Parce que…

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Et puis…

93%

Ennuyés par les Ads online

48%

des français se sentent traqués par les marques

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

3 problématiques web de destinations touristiques

- Capter un maximum d'audience
- Faire passer des recommandations crédibles
- Créer / récolter du contenu immersif et expérientiel

Les blogueurs permettent de travailler ces sujets, mais…

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Etes-vous prêts à collaborer avec les blogueurs?

- **1.** Quelle est votre présence / votre performance sur les réseaux sociaux ?
- **2.** Parlez-vous blogueur ? Votre organisation, votre équipe, sont-elles prêtes à recevoir/cotoyer des influenceurs ?
- **3.** Cette action est-elle isolée ou transversale dans votre communication ?

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Etes-vous prêts à collaborer avec les blogueurs?

- **4.** Les blogueurs ne feront pas le travail à votre place. Quels contenus avez-vous déjà à leur montrer ?
- **5.** Qui allez-vous faire venir ? Comment les sélectionner ? Quels retours et indicateurs de performance évaluer ? Quels objectifs vous fixez-vous ?

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Les blogueurs, instagramers et influenceurs sont de puissants **ambassadeurs de votre visibilité** à travers les contenus et les hashtags.

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Les raisons de la collaboration :

- Notoriété à booster
- Contenu à renforcer
- Evènement à promouvoir
- Offre à lancer
- Positionnement à appuyer…

Etes-vous dans une stratégie globale d'ambassadeurs à long terme (influenceurs + grand public) ou dans un accueil RP unique ?

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

La visibilité que vous espérez :

Les blogs sont un média social, mais un média quand même.

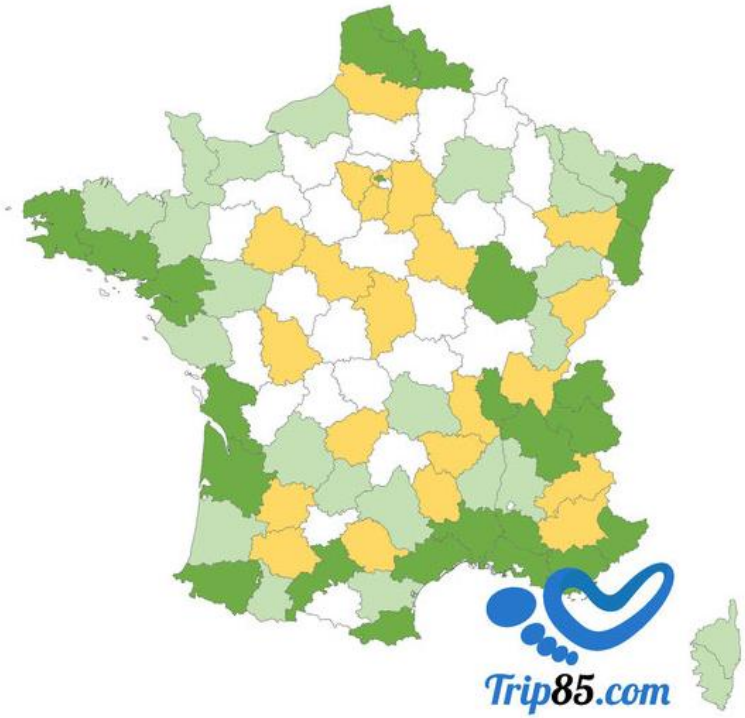
- Des articles, des publications sociales, des contenus… combien et quelle audience ?

Cela dépend d'eux… et du caractère inoubliable/long terme de l'opération.

Pourquoi collaborer avec des blogueurs ?

Pourquoi collaborer a

La Carte des départements français à visiter en priorité !



Légende :

- Vert Foncé : N°1 au N°24
- Vert Clair : N°25 au N°48
- Jaune : N°49 au N°72
- Blanc : N°72 au N°96

Classement général des départements français à visiter en priorité !

Département	Rang	Points
13 Bouches-du-Rhône	1	527
33 Gironde	1	527
64 Pyrénées-Atlantiques	3	519
75 Paris	4	498
29 Finistère	5	488
68 Haut-Rhin	6	479
73 Savoie	7	478
17 Charente-Maritime	8	459
44 Loire-Atlantique	9	441
06 Alpes-Maritimes	10	436
66 Pyrénées-Orientales	11	425
34 Hérault	12	415
69 Rhône	13	413
62 Pas-de-Calais	14	409
67 Bas-Rhin	15	404
56 Morbihan	16	395
83 Var	17	382
59 Nord	18	378
31 Haute-Garonne	19	371
84 Vaucluse	20	360
38 Isère	21	357
21 Côte-d'Or	22	349
74 Haute-Savoie	23	347
30 Gard	24	343
50 Manche	25	340
07 Ardèche	26	339
12 Aveyron	27	337
63 Puy-de-Dôme	28	335
11 Aude	29	322
14 Calvados	30	321

2

Le choix des blogueurs

Le choix des blogueurs ?

C’est quoi un blogueur ? **#Extraterrestre**

Un passionné hyper connecté
Prévenir ses interlocuteurs en amont.

#Wifi

Quelqu’un qui vit et partage ses expériences.

#VisMaVie

Quelqu’un qui a des envies et qui connaît son lectorat.

#Programme

Le choix des blogueurs ?

Segmentation des Influenceurs

13

Quelles différences ?

	Célébrités	Ambassadeurs	Influenceurs Stars	Influenceurs de Niche
Avantages	• Notoriété • Audience très large • Valeurs	• Fidèle et engagé • Spécialisé sur votre destination • Présence régulière • Rémunération	• Audience très large • Création de Contenu	• Engagement important • Spécialisé sur une thématique du voyage • Rémunération
Inconvénients	• Coût • Peu (ou pas) dans le tourisme • Compliqué à mettre en place	• Audience faible	• Pas d'exclusivité • Cannibalisation • Engagement plus faible • Disponibilité faible • Rémunération	• Audience faible

	Célébrités	Ambassadeurs	Influenceurs Stars	Influenceurs de Niche
Stratégie	• Faire connaître sa destination • Développer la notoriété de sa destination • S'internationaliser • Gestion de crise	• Répartir les visiteurs sur le territoire • Développer la basse saison • Développer le tourisme local • Fidéliser une clientèle	• Faire connaître sa destination • Répartir les visiteurs sur le territoire • Développer la basse saison • S'internationaliser (avec des influenceurs étrangers) • Gestion de crise	• Exploiter une niche *(outdoor, plongée, sport, caravaning, Moto tour, cyclisme, thalasso, tourisme fluvial CSP++...)*

Le choix des blogueurs ?

Blogueurs Pro

vs

Blogueurs Amateurs

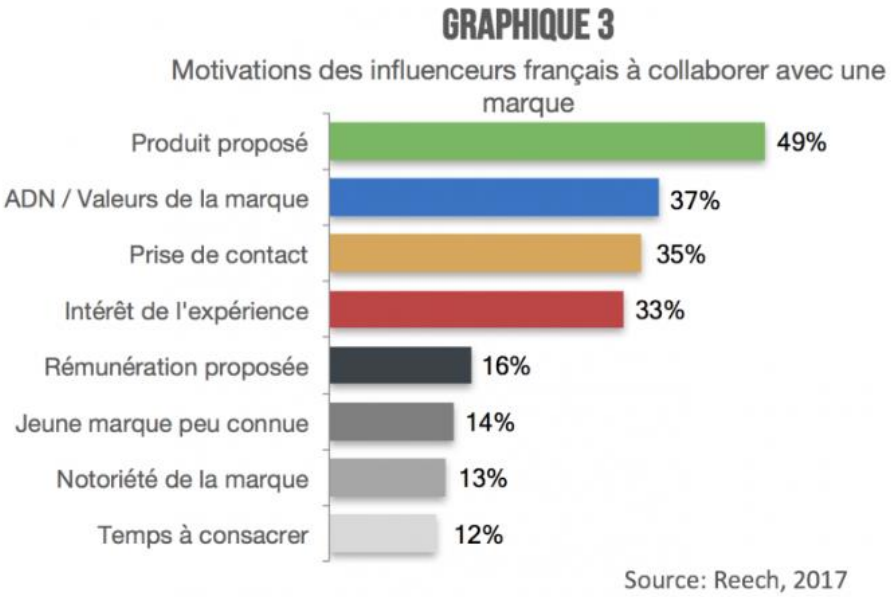
Le choix des blogueurs ?

Fréquentation Web

10 M Le site du Guide du Routard fait plus de 10 millions de visites par mois *(Source : Août 2017 / Similarweb)*

- **Les blogs voyage ne sont pas les blogs les plus visités**
- **Pensez à l'international**
- **Mixez les thématiques des blogueurs que vous invitez**

Romain Pawelec – Trip85.com – Ne peut être reproduire (même partiellement) sans autorisation écrite.



Le choix des blogueurs ?

Mode recherche : les moteurs de recherches, les blogs roll d'autres blogueurs

Comment reconnaitre un blogueur influent ?

Des outils d'analyse à disposition :

- Stats de blog (alexa, Mustat, SimilarWeb)
- Stats sur les réseaux (nombre de followers : klout, SocialShare, Klear)
- Likealyzer pour Facebook
- HypeTap pour Instagram
- Social Mention ou Keyhole pour Twitter
- Feedly pour les blogs
- Influence.co pour une vue générale

Est-ce suffisant ?

Le choix des blogueurs ?

Des méthodes d'analyse des blogs et RS :

➢ Lire les blogs :

- graphisme
- contenu et cible
- régularité
- Pérennité
- Éthique

➢ Suivre les comptes RS des influenceurs

- commentaires
- Engagement
- Régularité

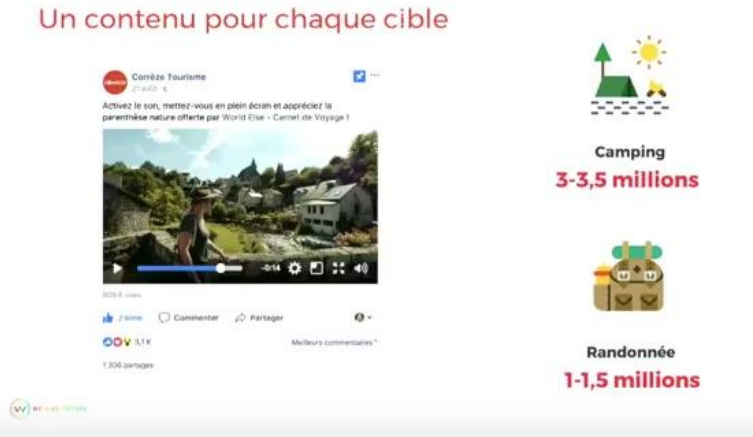
➢ Analyser leurs dernières campagnes et rentrer en contact avec leurs derniers partenaires

Le choix des blogueurs ?

Angle de communication :
se poser les bonnes questions :

- **Quoi ?** Que cherche-t-on à mettre en avant ?
- **Qui ?** Quel est le lectorat/la communauté du blogueur
- **Comment ?** Se reconnaitre dans la ligne éditoriale du blogueur

- La qualité des contenus (écrits comme visuels)
- Les thématiques abordées (non, il ne faut pas forcément inviter un blogueur voyage quand on fait la promotion d'une destination)
- Le ton utilisé
- Dynamique de la communauté
- Bonne réputation et bon esprit
- La mention des partenaires
- Le délai de publication de billet/article de blog



3

Le premier contact

Le premier contact

L’importance du premier contact #Oups

Bonjour Mercotte

Le premier contact

Soyez compréhensible **#Pardon ?**

Salut les bobos,

A défaut d'aller à la Weather le weekend prochain (vu et revu), venez plutôt profiter d'une activité originale, en compagnie des bobos du marché de votre quartier !

Petites annonces **#LeBonCoin**

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir diffuser cette information dans votre support.

Le premier contact

10 Règles d'or pour communiquer avec les blogueurs ?

1. Contactez-les par mail
2. Personnalisez vos mails
3. Présentez-vous et donnez vos coordonnées
4. Vérifiez qu'ils acceptent les partenariats et quels types (voyage, affiliation(commission/clic), sponsoring…)
5. Vérifiez leur cible
6. Soyez bref et factuel (QQOQCP)
7. Indiquez s'il y a une rémunération
8. Mettez en avant votre « produit », vos valeurs et l'expérience
9. N'arrosez pas la terre entière
10. Anticipez vos demandes de partenariats

Le premier contact

Une communication marche dans les deux sens

1. Créer une page de prise de contact pour les influenceurs sur votre site web
2. Demander des informations sur leur blog et RS
3. Dire ce que vous acceptez ou pas comme partenariats

Le premier contact

Le programme que vous proposez :

1. Un bon timing
2. Du fun
3. De l'émotion
4. Des activités photogéniques
5. De la participation (les blogueurs ne sont pas des journalistes)
6. De la liberté
7. DU naturel

Vous devez recevoir des blogueurs comme vous recevez des amis

4

Exemples de collaboration

L'exemple du Rhône

Organisation de Blogtrip et journées blogueurs

3 types de collaboration pour 3 objectifs :

- **Promotion de la destination**

- **Mobilisation des locaux dans le cadre d'un partenariat**

Promotion d'un événement

- **Conversation virtuelle / Animation des réseaux sociaux**

Le blogtrip

Qu’est-ce qu’un blogtrip réussi ? #Happy

Du côté d’un blogueur ☺

Le programme

Le casting

Les temps de pause

Le blogtrip

- **Retour d'expérience et conseils**

- Adapter son programme aux profils d'influenceurs reçus pour optimiser les publications et générer de l'engagement
- Savoir s'adapter et moduler son programme afin de séduire certains influenceurs
- Surprendre pour marquer les esprits et inciter à la production de médias
- Apporter un côté exclusif ou pas (spots photos, lieux secrets, fermés au public…)
- Veiller à composer un groupe aux profils et tempéraments variés et compatibles, afin de garantir une bonne ambiance au sein du groupe
- Innover lors de chaque accueil, afin de retrouver des contenus différents d'un blog à l'autre

Les influenceurs locaux, ambassadeurs

- **Organisation d'instameets**

➢ **Format** : Journée ou demi-journée

➢ **Idée** : Découverte des sites du territoire entre influenceurs locaux

➢ **Objectifs** : mise en relation, rencontres, échanges, création de synergie entre influenceurs locaux, création de publications et contenus pour susciter l'envie de découverte du territoire

➢ **Créer, animer et fédérer une communauté** grâce à des conversations.

La presse s'empare du phénomène

lookaside.fbsbx.com

La région dans l'œil des Instagramer

Attractivité. Instagram n'est pas qu'un bal des égos, dopé aux filtres embellissants. C'est aussi un espace de découverte. Les communautés locales d'instagramers en sont un bel exemple. Rencontre avec des « igers » normands.

ROUEN. Pierre Demeure, le créateur « Instagramers Rouen «», lors de l'Instameet organisée lors du festival Graines de jardin

Avalanche de pivoines sur l'instagram rouennais. À l'occasion du festival Graines de jardin fin mai, des « Instameet » ont été organisés au Jardin des plantes rouennais par les animateurs du compte @Igersrouen. « *Ce sont des balades dans la ville autour d'un thème précis ou des visites de quartiers. Certaines sorties sont ouvertes au public, d'autres, plus restreintes, sont réservées aux membres de la communauté. Nous organisons ce genre de rencontres photographiques en moyenne quatre fois par an*, explique nautes.

« *C'est très bien de publier ses clichés sur Instagram mais c'est encore mieux de se rencontrer en vrai pour partager sa passion pour la photographie* », explique Pierre Demeure. Au Jardin des plantes, les participants à l'instameet festivalier ont, entre autres, été initiés à la macrophotographie, une technique permettant de réaliser de très près des clichés de

Depuis la création en 2011 du réseau Instagramers par le Français Philippe Gonzalez, plus de quarante communautés locales ont essaimé sur le réseau social en France. Un chiffre en constante augmentation. En Normandie, plusieurs villes ont suivi la tendance avec enthousiasme : Rouen, Le Havre, Dieppe, Caen... Des réseaux qui donnent une belle idée

accès privilégié à des lieux culturels et touristiques, les instagramers s'engagent à publier leurs meilleures photos et ainsi, à contribuer à l'essor d'une destination ou au rayonnement d'une marque sur le Web.

« MISE EN VALEUR GRATUITE DE LA RÉGION »

L'année dernière, les Igers rouennais ont proposé une collaboration à la SNCF : « *C'était à l'occasion des travaux de la gare de Rouen. Une visite commentée de trois heures nous a permis de découvrir des lieux habituellement fermés au public et de partager nos clichés. Cela a débouché sur une exposition de douze grands panneaux dans le hall*, sourit Pierre Demeure. Une réussite, visiblement, puisque la SNCF a recontacté le photographe pour réitérer l'expérience, à la gare du Havre, cette fois-ci. « *Cela nous a permis de rencontrer et de faire participer les instagramers havrais.* »

Les Igers rouennais se sont égale-

des lumières. »

Au Comité régional de de Normandie, les com suivent avec intérêt l' communautés locales d mers : « *Pour la région, le palpable, même si on ne peu rer précisément les retomb ques de ces réseaux*, affirm Helbert, chef du service ting. C'*est un canal qui tout cas de parler gratuitm Normandie, de la mettre* Le comité régional n'a p noué de partenariat avec gramers mais ça ne saur « *Nous leur proposerons d variés et ferons tout pour le la vie, comme nous le faison les journalistes et les blogueu* suit le responsable.

Pour le photographe P meure, s'associer à des mers locaux est plus pert d'inviter les grandes sta seau social. « *Elles ont l des marques et des acteurs d parce que leurs abonnés s en dizaines, voire en centai liers. Mais ces personnes pou ment peu de photos en un la*

Les Instants du tourisme

RHÔNE

TOURISME

Les Instants T du tourisme

Rhône Tourisme

Tél. 04 72 56 70 40
www.rhonetourisme.com
Rubrique espace pro / Instants T :
www.rhonetourisme.com/espace-pro/les-instants-t/

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :
@RhoneTourisme

8 – 9 NOVEMBRE 2017