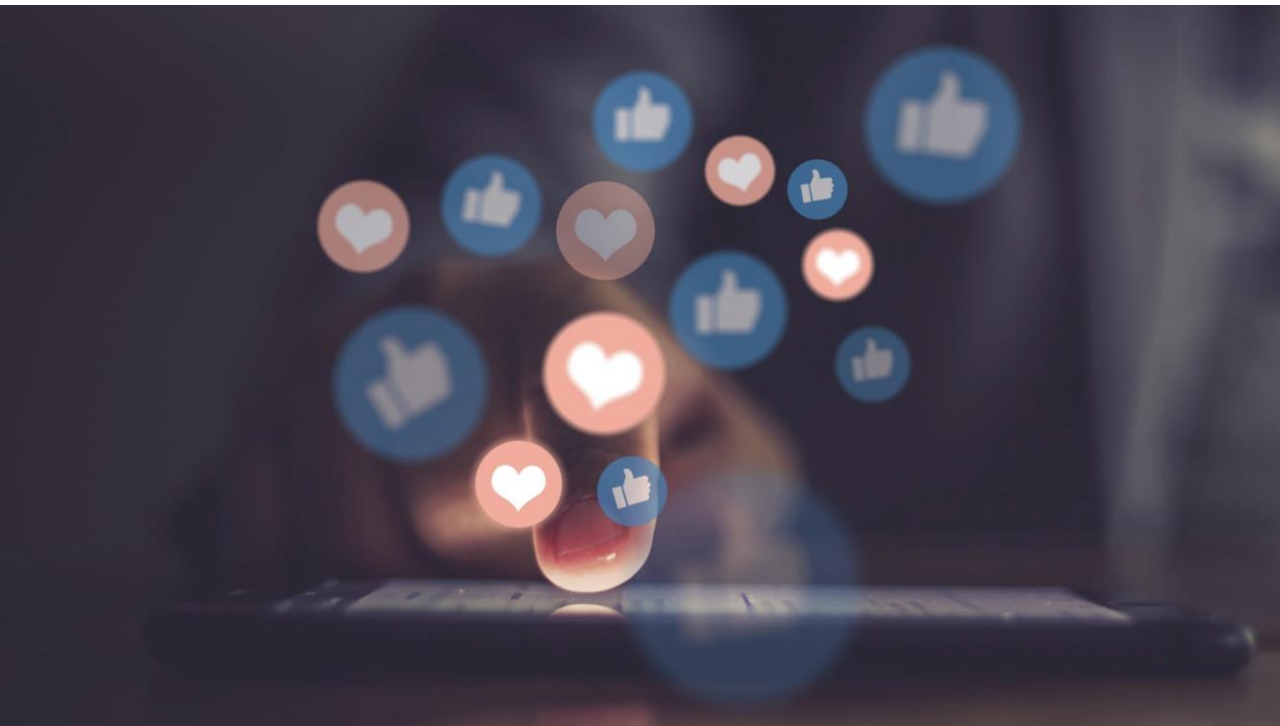


L'ABC du marketing numérique

L'équipe marketing de Tourisme Bas-Saint-Laurent vous a préparé cet ABC dans le but de démystifier quelques notions de base du marketing touristique à intégrer dans la gestion globale de votre entreprise. Ces trucs et conseils vous permettront de mieux comprendre l'importance de la présence numérique de votre organisation. Et par la suite, de réfléchir, d'analyser et de prioriser vos actions afin d'atteindre vos objectifs.

TOURISME
BAS-SAIN
LAURENT



LE B.A.-BA

Être membre de
Tourisme Bas-Saint-Laurent

TOURISME
BAS-SAINT-LAURENT



Atrbsl.ca
BasSaintLaurent.ca

un allié incontournable



Pour être visible là où ça compte (BasSaintLaurent.ca, guide touristique officiel, campagnes de promotion, relations de presse...)



Pour propulser votre organisation (programmes d'accompagnement, aides financières adaptées...)



Pour développer votre offre
(expérience visiteur, performance numérique...)



Pour faire partie des leaders de l'industrie
(représentation et défense de vos intérêts...)

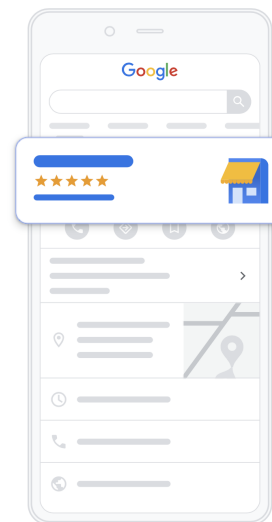
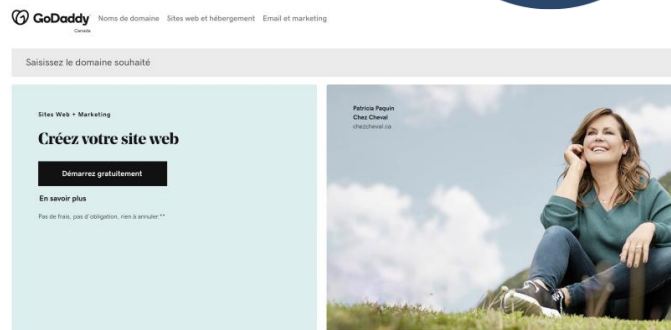


Pour accéder à de l'information stratégique
(études, sondages et statistiques...)

Sommaire

de la présentation

- Pourquoi être membre de Tourisme Bas-Saint-Laurent ?
- Google My Business
- TripAdvisor
- Facebook
- Les autres médias sociaux
- Pourquoi un site Web ?
- Google Analytics
- L'importance des visuels



Où mettre son énergie –
les rudiments de base

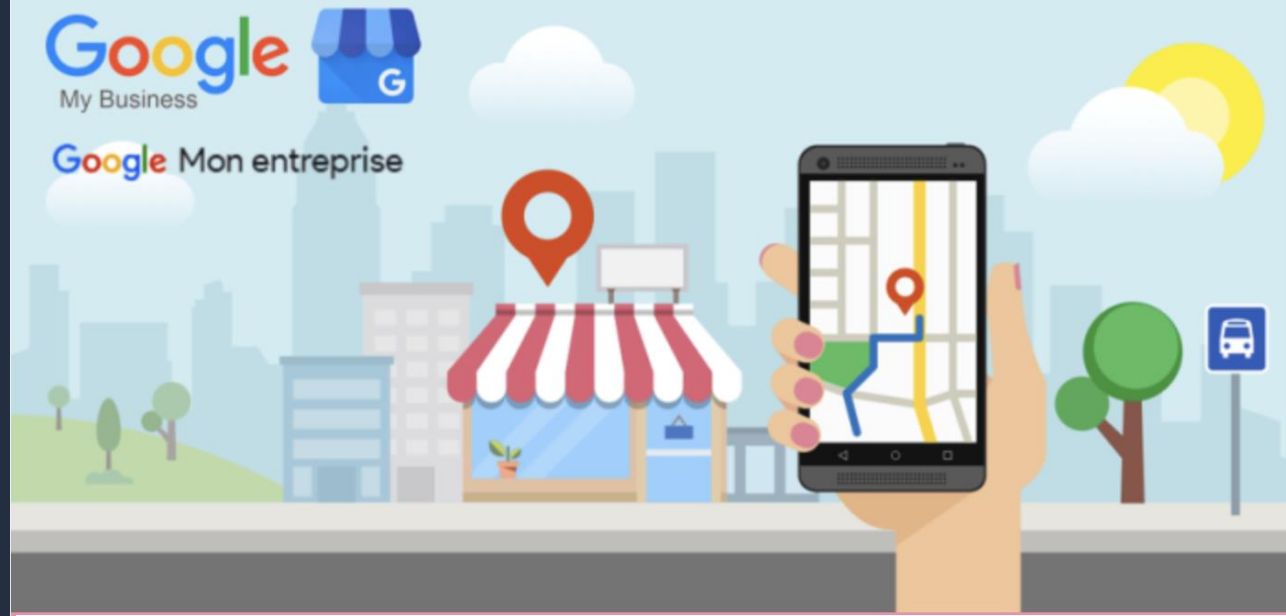
Google My Business

92,47 % des recherches web
se font via Google

63 000 recherches
par seconde



Laissez-nous un avis
sur Google

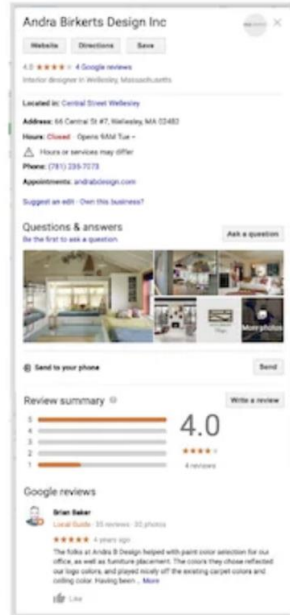
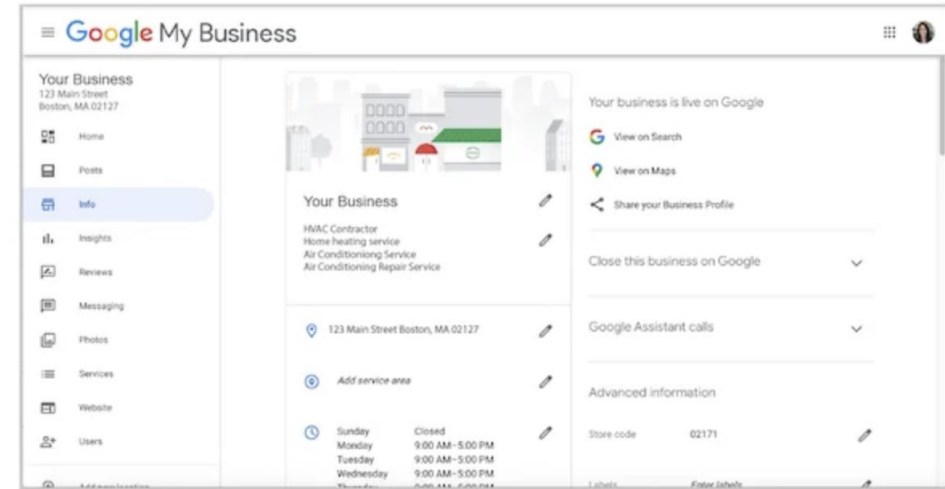


Il est absolument nécessaire que vous déteniez votre profil **Google My Business** et que vous le mainteniez à jour. **Pourquoi ?**

Parce que Google créera un profil de votre entreprise de toute façon. Les avis de vos clients s’y retrouveront quand même et, possiblement, de l’information erronée, des photos...

Le profil d’entreprise via Google my Business permet donc :

- D’informer vos clients actuels et futurs sur la nature de votre entreprise, les produits et services offerts
- De gérer les avis positifs/négatifs et de les **commenter en votre nom** (gestion de votre réputation en ligne)
- D’afficher vos jours et heures d’ouverture, vos horaires particuliers en lien avec les jours fériés, votre numéro de téléphone, votre URL de site Web, votre menu, etc.
- De publier des *posts* (courts articles) sur vos nouveautés, événements...
- D’ajouter des photos et vidéos de votre entreprise



- De recevoir mensuellement un rapport statistique de votre fiche qui comprend, entre autres :

- Le nombre de personnes ont vu votre fiche (impressions)
- Le nombre de personnes qui ont demandé un itinéraire vers votre entreprise
- Le nombre de personnes qui vous ont appelé
- Le nombre de personnes qui ont vu vos posts, etc.
- Les mots-clés utilisés pour rechercher votre établissement, etc.

“ Votre **fiche** d'établissement a enregistré **1 980 interactions** le mois dernier ”

“ **Bravo**, votre post a été vu **859 fois** ! ”

Mettez en avant les points forts de votre établissement

Lancez votre campagne marketing en quelques minutes en téléchargeant un ensemble de supports à imprimer et à partager sur les réseaux sociaux.



Personnaliser

↓ Tout télécharger

[* Conditions générales pour le téléchargement](#)

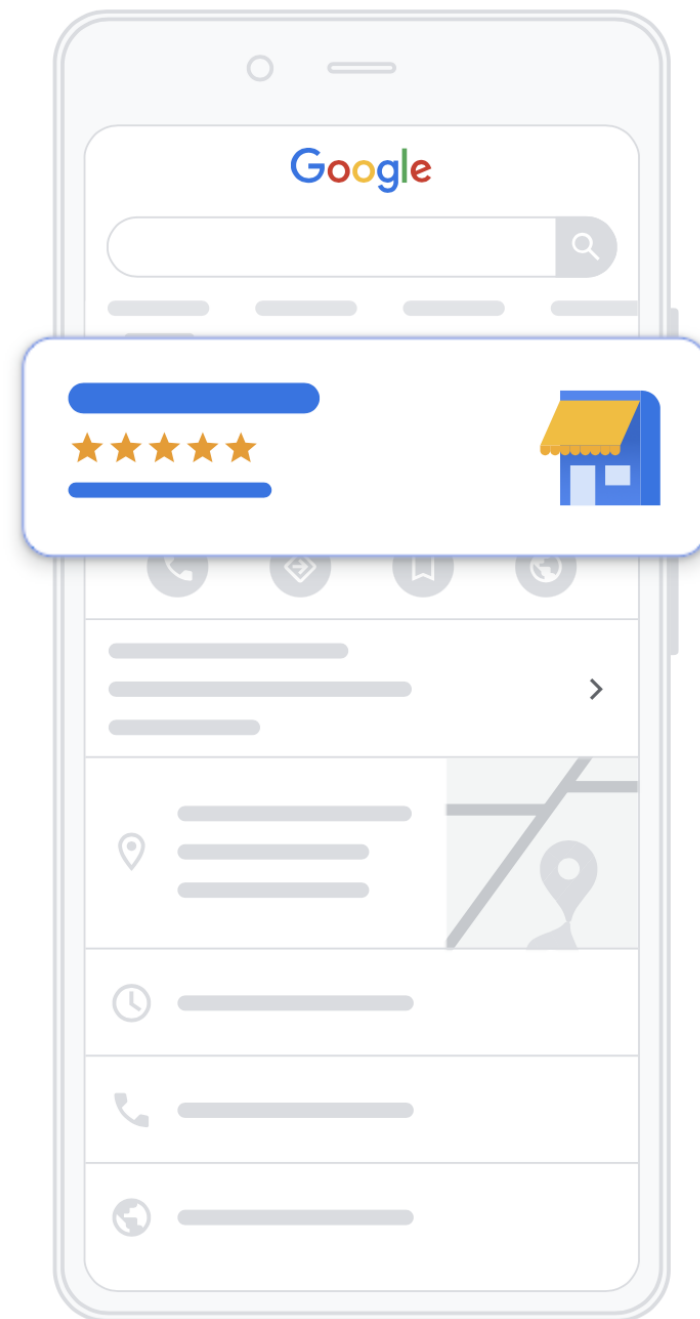
Google My Business

Plus votre fiche est bien documentée et à jour, plus vous augmentez votre référencement naturel, plus vous apparaissez dans les premiers choix du moteur de recherche (Search Engine Optimization/SEO), plus vous EXISTEZ ! Et ce, gratuitement.

Une foule de formation et de webinaires sont offerts pour développer vos compétences à propos de Google My Business.

Vous êtes débutants ? Suivez les étapes de ce guide pratique :

[Google_mybusiness_procedure_debutant.pdf](#)



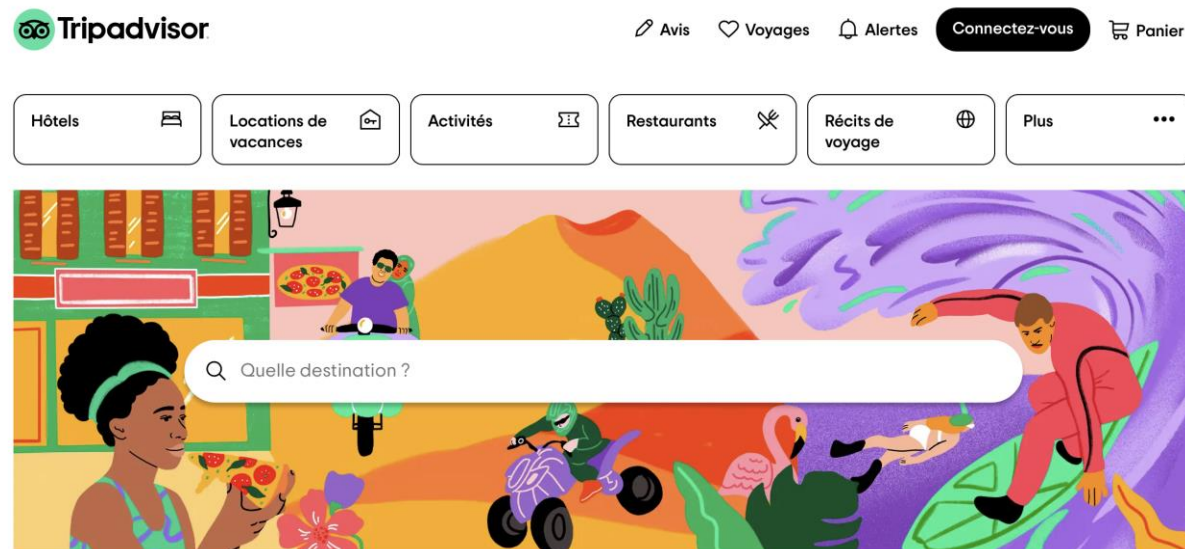
L'investissement temps vs rendement – pour débiter, il vaut mieux se concentrer sur une plateforme

TripAdvisor – un milliard d'avis et d'opinions d'utilisateurs dans le monde en 2022

Vous maîtriser bien l'environnement de Google my business? Il est peut-être temps de songer à introduire la plateforme TripAdvisor à votre stratégie. D'autant plus si vous gérez une entreprise de restauration ou un hébergement.

TripAdvisor est d'abord et avant tout un site où les voyageurs du monde entier laisse un avis et une appréciation de l'expérience vécu lors de leurs passages chez vous. Il permet principalement :

- D'augmenter votre référencement naturel dans les moteurs de recherches
- De vous comparer à la compétition locale et régionale
- De lire des commentaires des voyageurs sur votre entreprise
- De regarder votre menu, vos jours et heures d'ouverture, votre site internet, vos photos...
- D'établir votre indice de popularité

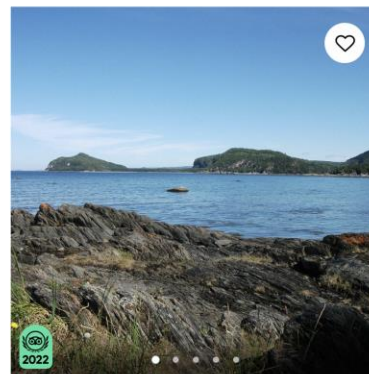


Tout comme Google my business, si vous n'avez pas créé votre fiche (ou demander la propriété de votre profil d'entreprise) un voyageur peut en créer une en votre nom, laisser un avis, des photos, etc. et ce n'est pas toujours pour le bien de votre entreprise.

Petit conseil : les utilisateurs de TripAdvisor attachent de l'importance aux notes et aux commentaires laissés par les autres consommateurs. Ces avis ont une influence certaine dans leur parcours décisionnel. Il est donc préférable d'être présent sur TripAdvisor et de bien maîtriser l'image de votre établissement en assurant une veille des avis reçus.

Bas-Saint-Laurent : les meilleures choses à voir et à faire

Tout voir



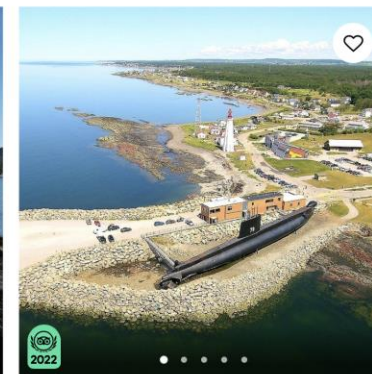
1. Parc National du Bic

718

Parcs nationaux

Par Stevesykes9

... passant par le grand tour et le cap original, l'ascension du pic Champlain, ainsi que le coucher de soleil au Havre!



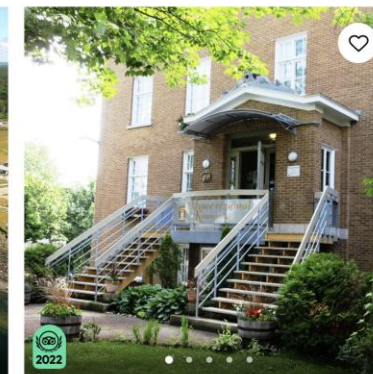
2. Site Historique Maritime De La Pointe-au-Père

613

Musées spécialisés

Par LiseRobi

Un incontournable dans la grande région de Rimouski!



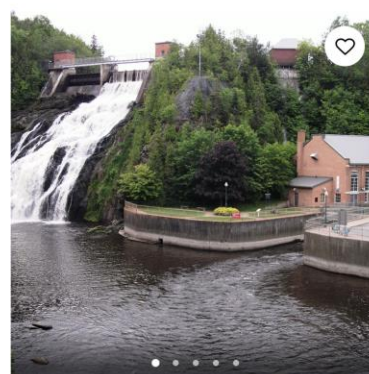
3. Musée Régional de Kamouraska

66

Musées spécialisés

Par Melanie-anjou

Nous avons bénéficié d'une visite guidée animée par une guide passionnée, ce qui nous a permis de nous croire à l'anc...



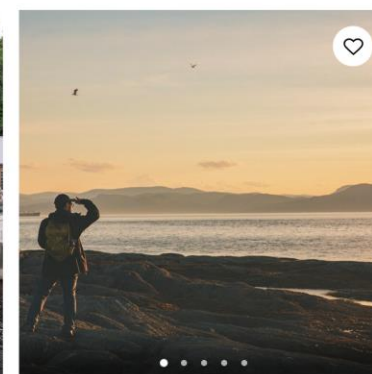
4. Parc des Chutes

331

Parcs

Par royascal2003

Magnifiques sentiers de randonnée, tout près du centre-ville.



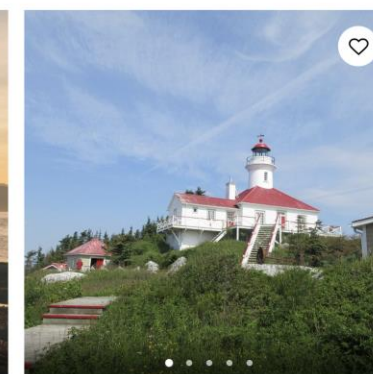
5. Île aux Lièvres

113

Espaces naturels et sauvages

Par 695marcum

N'attendez rien de spectaculaire, seulement la beauté naturelle de l'île, son calme, la gentillesse des gens... Dans...



6. Phare du Pot à l'Eau-de-Vie

41

Phares

Par Hellolaroux

Le Phare de l'île-au-Pot-à-l'Eau-de-vie c'est mon petit paradis au Québec. Je suis tombée amoureuse de cet endroit. Le...

Comment optimiser son classement ?

Tout d'abord, petit point sur le vocabulaire, la « **note** » et le « **classement** » TripAdvisor sont deux choses différentes : La **note** globale TripAdvisor est la moyenne des notes et des avis que les clients vous ont attribués. La gradation est de 1 à 5, 5 étant le score le plus élevé.

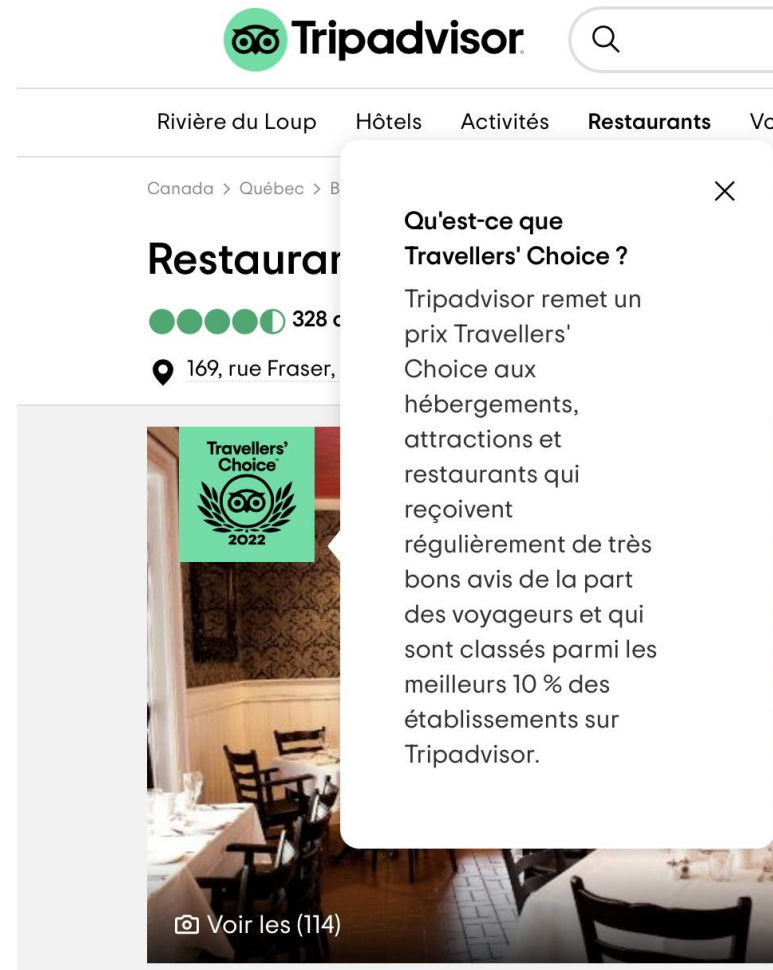
Le **classement** TripAdvisor, ou l'indice de popularité, situe votre établissement parmi la concurrence qui vous entoure (ranking) dans la même ville ou région. Pour grimper dans le classement, il faut :

1. Obtenir des avis bien notés
2. Obtenir des avis régulièrement
3. De bons avis d'auteurs de haut niveau - plus de valeur
4. Des avis récents - plus d'importance.

TripAdvisor offre également un coffre à outils pour vous aider à vous démarquer sur leur plateforme de même qu'une panoplie de documents promotionnels à afficher dans votre établissement.

Prenez le contrôle de votre page ici :









<https://www.tripadvisor.fr/Owners>



The screenshot shows the TripAdvisor interface for a restaurant in Rivière du Loup. The restaurant has a 4.5-star rating (5 green circles, 1 half-filled) and 328 reviews. The address is 169, rue Fraser. A 'Travellers' Choice 2022' badge is displayed on a photo of the restaurant interior. A tooltip explains that this award is given to establishments that receive consistently high reviews and are among the top 10% on the platform.

Qu'est-ce que Travellers' Choice ?
Tripadvisor remet un prix Travellers' Choice aux hébergements, attractions et restaurants qui reçoivent régulièrement de très bons avis de la part des voyageurs et qui sont classés parmi les meilleurs 10 % des établissements sur Tripadvisor.

NOTES

 Cuisine	
 Service	
 Rapport qualité-prix	
 Ambiance	

Les réseaux sociaux

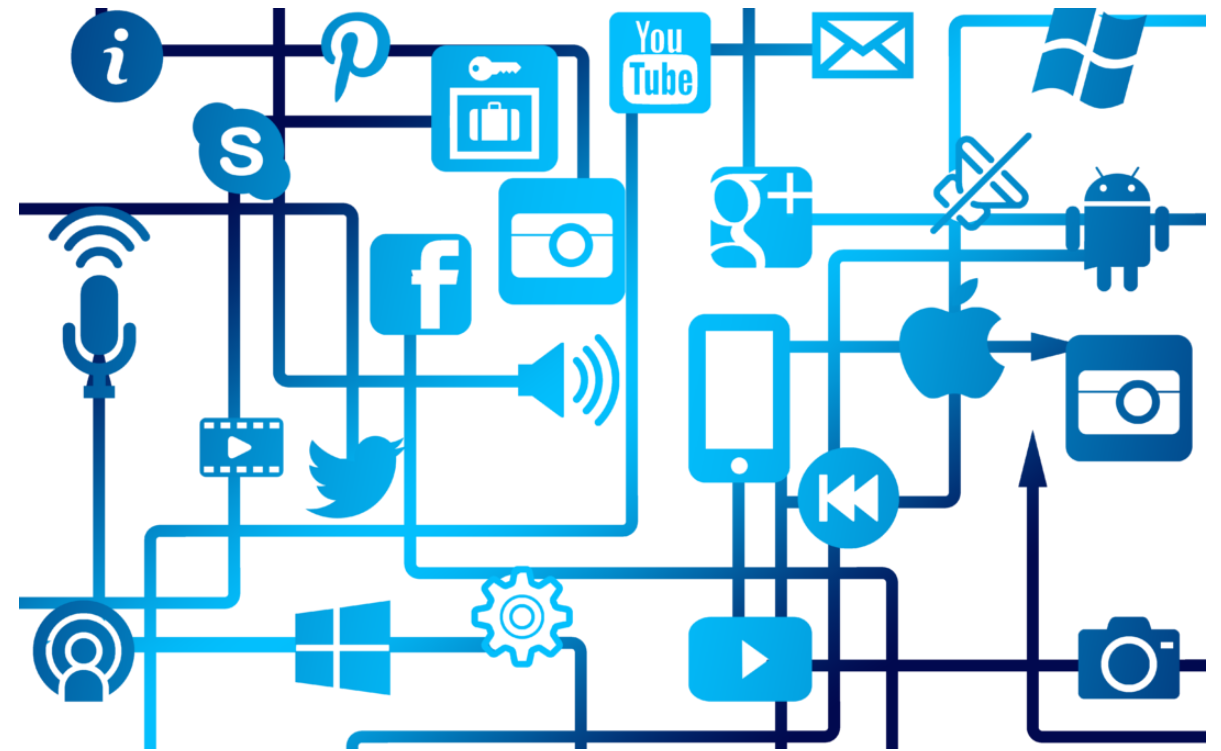
Les réseaux sociaux sont des outils formidables pour développer son image de marque et obtenir de nouveaux clients.

Les réseaux sociaux, comment ça marche ?

Les réseaux sociaux permettent aux individus et organisations de se créer un profil qui aura pour but de les représenter sur la plateforme. Ainsi, ils offrent la possibilité d'échanger des informations, des commentaires, des photos, etc. Certains réseaux abordent plus particulièrement certaines fonctionnalités. Par exemple, YouTube se concentre sur les vidéos, LinkedIn sur votre environnement professionnel, Instagram sur les photos...

Pourquoi investir un réseau social ?

Les réseaux sociaux sont largement utilisés par les jeunes générations **mais aussi les moins jeunes** ! Outils formidables pour développer son image de marque, ils sont une opportunité pour attirer de nouveaux clients et élargir la cible visée gratuitement. La plupart des réseaux sociaux sont faciles à utiliser, mais il y a un hic, les fonctionnalités et le visuel des plateformes changent régulièrement, il faut donc s'adapter souvent.



Si vous ne deviez en privilégier qu'un seul ?

Facebook

– toujours le géant des réseaux généralistes (près de 3 milliards d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde) malgré un vieillissement de l'âge moyen des utilisateurs

83 % des internautes canadiens possèdent un compte

Utilisation quotidienne au Canada :

56 % 16/34 ans, 73 % 35/54 ans, 70 % +55 ans

2.9 G d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde

1.9 G d'utilisateurs actifs au quotidien dans le monde

52 % de femmes et 48 % d'hommes

Plus de 200 M de pages d'entreprises

Vous être prêt ? Accédez à l'adresse [facebook.com](https://www.facebook.com) et cliquez sur **Créer un compte**.

*En 2023, le réseau social a banni le partage de nouvelles canadiennes sur sa plateforme. Un appel à boycotter les publicités sur Facebook a été émis par le gouvernement canadien suite à cette mesure.



D'autres options s'offrent à vous : Selon votre marché

La première chose à laquelle vous allez devoir réfléchir si vous souhaitez investir d'autres réseaux sociaux, c'est le **marché que vous souhaitez toucher**. En effet, vous ne trouverez pas les mêmes utilisateurs sur **Tiktok** que sur **Linkedin**. Pour trouver le réseau idéal, vous devrez vous baser sur votre marché cible ou vos personas types. Vous devez connaître non seulement l'âge, et le genre de votre client, mais aussi et surtout, ses problématiques, ses besoins ou encore ses habitudes de consommation.

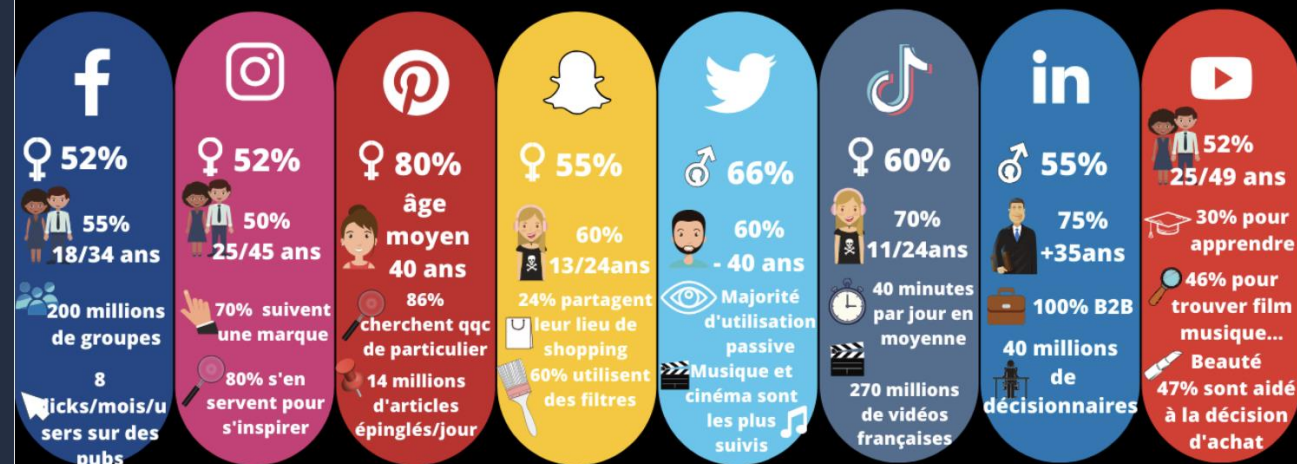
Instagram, pour en mettre plein la vue

- racheté en 2012 par Facebook

- 1.39 G d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde
- 500 M d'utilisateurs actifs quotidiennement dans le monde
- 49 % de femmes et 51 % d'hommes
- 25 M d'entreprises ont un compte sur Instagram
- 70 % des utilisateurs suivent au moins une marque

Choisir un réseau social en fonction du marché ciblé

PAR @ATY_PIQUE | WWW.ATY-PIQUE.COM | BLOG MARKETING DIGITAL POUR ENTREPRENEURS



Vous faire connaître / Vous démarquer

Augmenter vos ventes

Gérer la relation client

	Partager vos actus et prendre la parole	Recruter	Déployer une stratégie locale	Partager vos offres et promo	Vendre sur la plateforme	Répondre aux commentaires et avis
	✓		✓	✓	✓	✓
	✓		✓	✓		✓
	✓					✓
	✓	✓		✓		✓

Youtube, 70 % des vidéos sont vues sur un téléphone mobile

2.3 M d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde
54 % d'hommes et 46 % de femmes
52 % de 25/49 ans
88 000 vidéos lues à chaque seconde

Tiktok, application préférée de la jeune génération – partage de vidéos

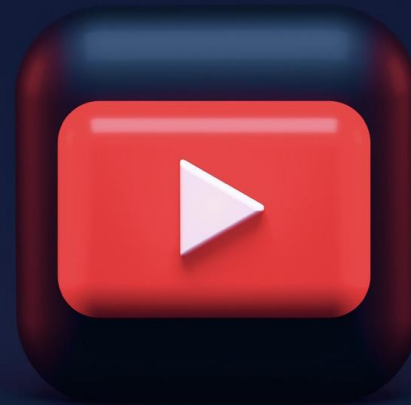
1.2 G d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde
15 M d'utilisateurs actifs mensuellement en France
En moyenne, 70 % de 11/24 ans
60 % de femmes pour 40 % d'hommes
Application ouverte environ 9 fois par jour pour 40 minutes d'utilisation

LinkedIn, application numéro 1 des professionnels - réseautage

810 M d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde
53 % d'hommes, 47 % de femmes
L'âge moyen est estimé à 40 ans
40 M de décideurs sur LinkedIn

X (anciennement Twitter), racheté par Elon Musk en 2022 pour 44 G\$

330 M d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde
145 M d'utilisateurs actifs quotidiennement dans le monde
65 % d'hommes et 35 % de femmes



Selon votre offre

Le choix de votre réseau social peut aussi dépendre, non seulement de votre domaine d'activité ainsi que de votre produit, mais aussi et surtout de la manière dont vous allez le faire connaître et aborder le réseau.

Quel type de contenus avez-vous prévu de créer et de partager ?
Quelle plus-value allez-vous apporter à votre communauté ?

En fonction du réseau social sur lesquels les utilisateurs se trouvent, ils n'y sont pas pour les mêmes raisons. Il faut se rappeler qu'un contenu développer pour Facebook ne sera peut-être pas pertinent pour Instagram ou Tiktok, par exemple. Donc, il faut se rappeler que si on décide d'investir sur plusieurs plateformes sociales, il faut y mettre temps (développement de contenus) et parfois argent dans le cas de campagnes publicitaires.



Votre réflexion est terminée ?

Vous avez une idée claire de votre nouveau site Web ?
Deux options s'offrent à vous :

1. Confier le développement de votre projet à un concepteur Web ou une agence pour un service clé en main.
2. Pour des projets plus simples, utilisez une des plateformes en ligne de création de site Web. Généralement, ces plateformes offrent une gamme complète de service allant de la création de votre nom de domaine et de vos adresses courriels professionnelles associées (entreprise.ca, marketing@entreprise.ca...) et de votre site Web, jusqu'à l'achat en ligne et l'hébergement de votre site.

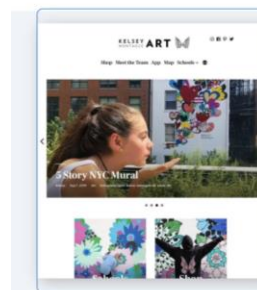
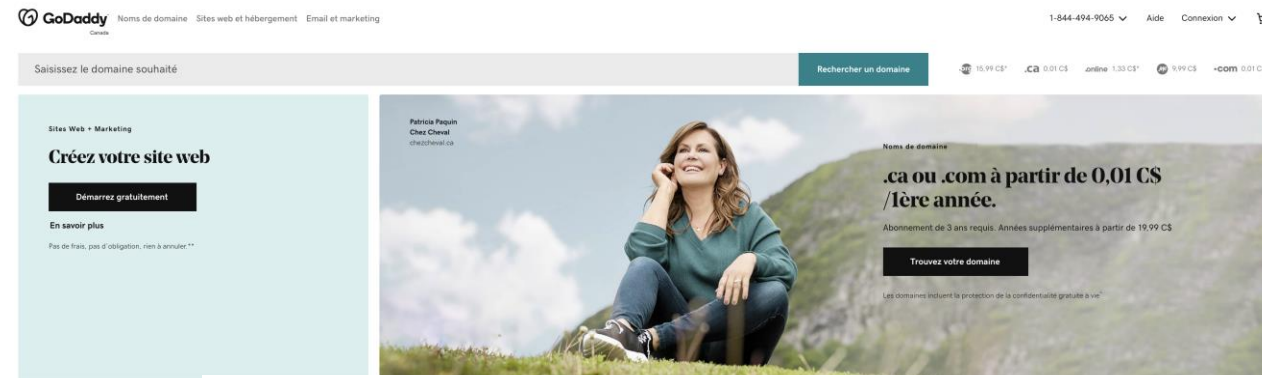
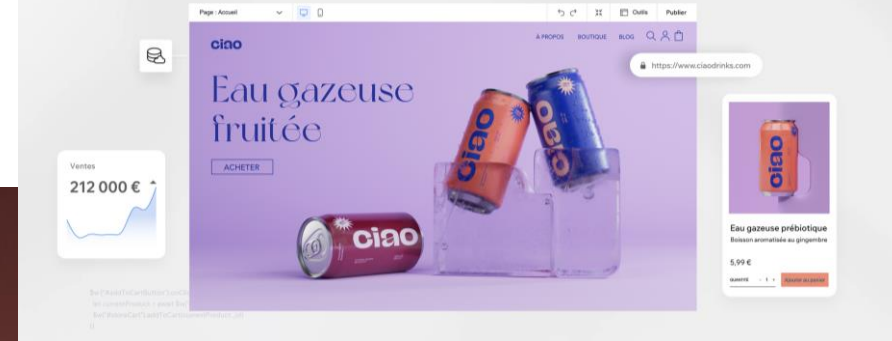
Voici quelques plateformes à considérer :

[SQUARESPACE](#)

[WIX](#)

[GODADDY](#)

[WORDPRESS](#)



Un site Web s'impose ?

Un site Web demeurera toujours un incontournable difficile à dissocier de votre plan d'action marketing. Au préalable, s'il a été bien pensé, il sera un atout important pour l'optimisation de votre présence numérique et pour le référencement naturel de votre organisation dans les moteurs de recherches. Il est en quelque sorte votre CV numérique, ou encore, votre carte de visite indispensable dans la stratégie déployée dans vos médias sociaux.

Il sera souvent la page d'atterrissage de vos interactions avec vos clients actuels ou en prospection. Ou encore, il pourra rediriger vos visiteurs vers les médias sociaux sur lesquels vous êtes actifs.

Définir vos objectifs - étape importante avant tout le reste

Pourquoi je veux un site Web ?

Proposer mes services, informer (blogue, calendrier d'événements, infolettre...) vendre en ligne (boutique), inspirer (photos, vidéos...), etc. ?

- À qui vous voulez-vous vous adresser ?
- Connaissez-vous votre clientèle cible ?
- Quel sera l'appel à l'action (call-to-action) principal de votre site ?
- Quelles valeurs voulez-vous véhiculer ?
- Quelle est votre mission et le positionnement de votre entreprise ?
- Quelle image voulez-vous projeter ?
Rigueur, professionnalisme, créativité, inventivité...
- Quels résultats souhaitez-vous mesurer ?
Indicateurs de performance
- Combien suis-je prêt à investir en dollars et en temps ?

Google Analytics, la mémoire de votre site

Sans devenir des experts de Google Analytics, une connaissance de base de ses principales fonctionnalités vous permettra d'assurer une veille des plus utiles sur les utilisateurs de votre site Web. Tel que mentionné, Google Analytics (GA4) est LA mémoire de votre site. C'est un outil fantastique qui une fois lié et connecté à votre nom de domaine permet de connaître, entre autres :

- Combien de personnes ont visité votre site en une période précise
- La provenance de vos visiteurs (ville, province pays...)
- Le temps moyen passé à consulter votre site
- Les sections, pages, onglets qu'il ont visités
- Les mots utilisés dans les moteurs de recherches pour vous trouver
- Les autres sites par lesquels ils ont pu vous joindre (sites afférents). Ex. : BasSaintLaurent.ca
- Le type d'appareil qu'ils ont utilisé (téléphone, portable, tablette) et le système d'exploitation (iOS, Android), etc.

De plus, GA4 permet de comparer ces données selon des périodes de références antérieures (semaine, mois, année). Autre point intéressant, grâce aux liens UTM, vous pourrez aussi suivre la performance de vos campagnes numériques. Effectivement, un lien UTM est un système de *tracking* rendu possible par l'ajouts de balises dans les liens URL (le nom de la campagne, le média utilisé...). Il permet donc la traçabilité des divers éléments de vos campagnes comme une bannière, par exemple, et de comptabiliser les clics qui auront été générés par celle-ci. Vous saurez ainsi si l'investissement a valu le coup et ce qui fonctionne ou pas en temps réel directement dans votre Google Analytics.

Une image vaut mille mots

On ne le répètera jamais assez, le tourisme est une industrie où l'on vend du rêve qui se transposera, on l'espère, en une réelle destination. Dans Le cycle du voyageur, la phase *inspiration* est cruciale. C'est le déclencheur qui permettra aux futurs visiteurs de passer aux étapes subséquentes, soit :

La considération – pour la destination

La planification – de son séjour

La réservation – hébergement, restos, attraits...

Mais pour inspirer, il faut évidemment de beaux visuels, de belles images, de belles vidéos. Il est donc très important de disposer de matériel de qualité professionnelle pour illustrer la base de vos plateformes sociales, sites Web (le vôtre et ceux de partenaires), infolettres, publicités, bannières, etc.

En résumé, prévoyez des séances photos occasionnelles avec un photographe professionnel. Ça vaut vraiment l'investissement.

Il vaut mieux 20 belles photos de votre entreprise que vous exploiterez et diffuserez au maximum que 100 photos médiocres qui ne feront que nuire à votre image de marque et pâlir votre réputation.

Bien sûr, vous pouvez aussi alimenter vos diverses plateformes sociales par vos propres photos. Avec un tant soit peu de talent, votre téléphone portable peut produire du matériel sympathique, reflet de l'instant présent.



Vous voulez poursuivre votre apprentissage ?

La Classe des maîtres en marketing numérique


Cette formation est offerte à un coût très abordable par l'Alliance de l'industrie touristique et le formateur bien connu dans le domaine, Frédéric Gonzalo. Elle est conçue sur mesure pour les petites et très petites entreprises touristiques qui veulent se démarquer dans un marché toujours en mouvement, avoir une présence dynamique sur le web et les médias sociaux et échanger des bonnes pratiques avec d'autres entreprises qui vivent les mêmes réalités. Cette formation fonctionne par cohorte, la première a rejoint plus de 200 entreprises et la 2e a débuté le 28 septembre 2022. D'autres cohortes seront sûrement annoncées bientôt. Pour demeurer à l'affût : <https://alliancetouristique.com/classedesmaitres/>



CLASSE DES MAÎTRES 
MARKETING NUMÉRIQUE

MIDI-CONFÉRENCE (CLASSE DES MAÎTRES)



CLASSE DES MAÎTRES 
MARKETING NUMÉRIQUE

Quoi de neuf dans l'actualité du marketing numérique?

Lancement de la 2^e cohorte de la Classe des maîtres

Midi-conférence gratuit avec Frédéric Gonzalo

23 septembre à 12 h



Bref,

- Connaître sa clientèle, ce qu'elle veut
- Connaître vos produits vedettes, ce que les gens viennent chercher chez vous et mettre en valeur ce qui vous distingue
- On ne peut pas être performant partout, choisir la plateforme qui sera la plus profitable pour la visibilité de votre entreprise et la satisfaction de votre clientèle.
- Avoir de beaux visuels d'intérieurs, d'extérieurs, été, hiver, en action... de toutes les façons possibles.

**et essayer... réessayer et encore essayer...
C'est souvent la meilleure façon de savoir
ce qui fonctionne bien sur vos plateformes
numériques.**

Préparé par l'équipe marketing
de Tourisme Bas-Saint-Laurent.ca novembre 2022
* mis à jour en octobre 2023

