

MARS 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

<https://www.instagram.com/mar.j00.tje/>

# RANDONNER EN PLEINE NATURE



© DAVID FROBERT

## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 2 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

### Cibles

# 1

- Habitants
- Couples
- Excursionnistes
- Sportifs

# 2

### Marchés géographiques

- Puy de Dôme / Rhône/ Loire
- Île-de-France, Pays de la Loire et Bretagne

## Site internet

- Préparation de la saison "Printemps".
  - écriture de deux pages à destination de la cible "famille" et "couple"
  - changement des en-têtes/photos
- Reprise de travail de réécriture des pages de la rubrique "Destination"



## Blog

- Relecture de l'article : "Micro-aventure à VTT en Livradois-Forez".
- Intégration d'un article issu du magazine sur la thématique de l'eau.
- Article ciblé "VTT et bien-être"- Dr.Good



## Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic sur la préparation des séjours-printemps.
- 1 post boosté sur la participation au salon du randonneur.



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Hébergements nature du Parc naturel régional Livradois-Forez
- Hébergements à destination des randonneurs
- Offre coup cœur du mois

### ACTIVITÉS

- Promotion des sentiers de randonnée / VTT

### ÉVÉNEMENT

- Participation au salon du randonneur, le 24,25 & 26 mars, à Lyon

# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### CHAMBRES D'HÔTES

- 2 publicités
- 17 février au 04 mars 2023
- Entre 25 et 64 ans - couple
- Cœur de cible et cible primaire
- Budget : 500 euros
- 3 815 visites sur le site via cette publication



### CAMPAGNE MENTION "J'AIME"

- 4 publicités
- 10 février au 28 février 2023
- Entre 18 et 65 ans et +
- Marché national
- Budget : 500 euros
- 1 290 nombres de mentions "j'aimes"



1 publication boostée sur Instagram

- 08 au 23 février
- 200 euros
- Marché national
- 1 054 clics sur un lien

### Les résultats concrets :

→ **1 204 727**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **571 548**

Le nombre de fois de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/02 AU 28/02

**1 200€**

## Les réseaux sociaux

**FACEBOOK** 

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**2 933**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 265 % à février 2022

**16 272**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

+ 1 290 mentions "j'aime" / au mois précédent

**INSTAGRAM** 

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**1 380**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 183 % à février 2022

**2 406**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 206 followers / au mois précédent



# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Site internet



**14 911**

visiteurs uniques sur le site internet de la MDT

↓ 0,3 % au mois de février 2022

**48 432**

pages vues sur le site internet de la MDT

↓ 7 % au mois de février 2022

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023 :

28 370 visiteurs uniques sur le site

↑ 19 % à l'année 2022

90 151 pages vues sur le site

↑ 5 % à l'année 2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**1 659** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.

**7 505** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**4 205** visiteurs viennent des campagnes publicitaires mises en places par la Maison du tourisme.



**591** visiteurs arrivent sur le site par l'intermédiaire des réseaux sociaux (Facebook & Instagram).

**957** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs, proposant un lien vers le site de la MDT (ex : ville-thiers.fr).