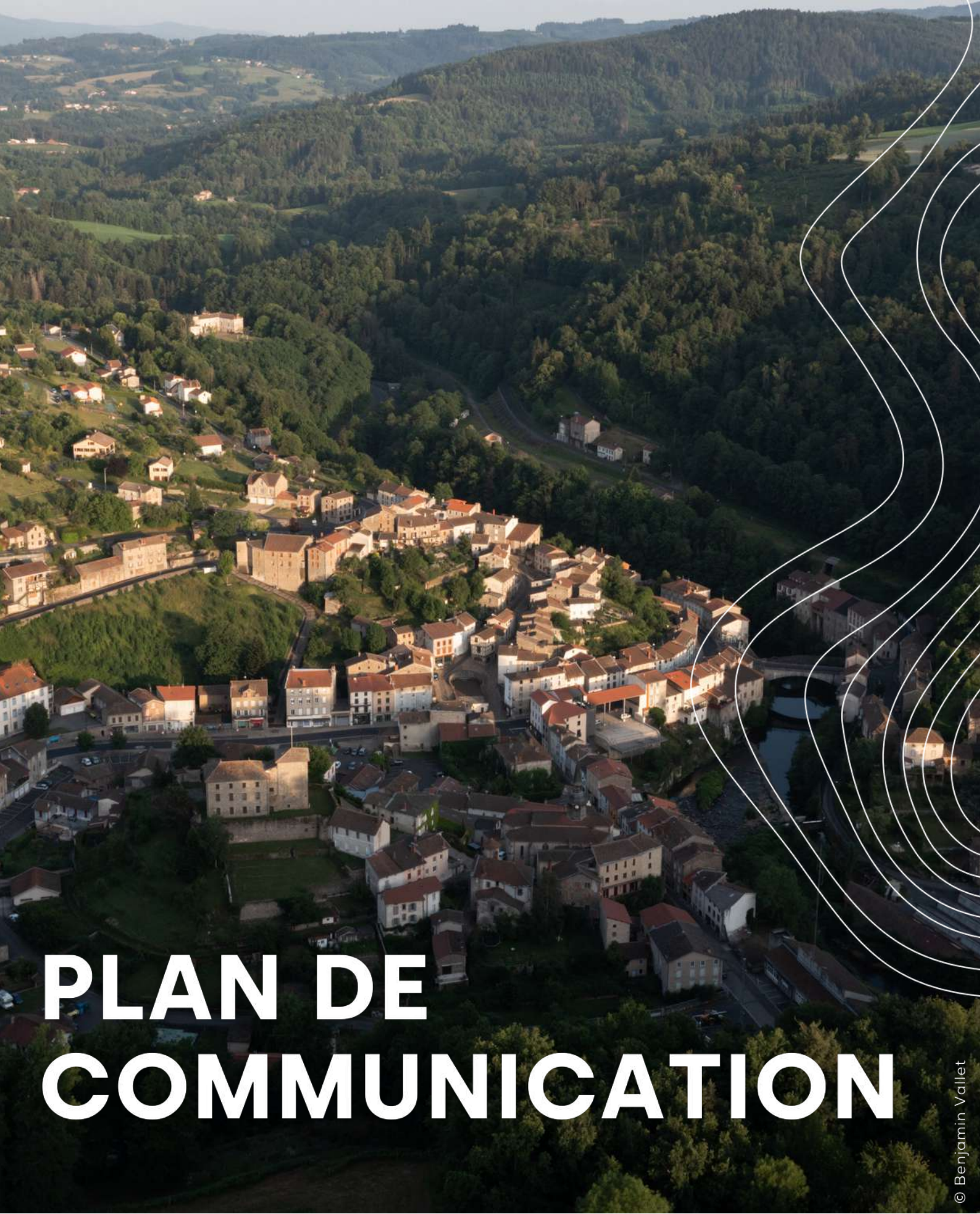


AVRIL 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

# VISITER LE LIVRADOIS-FOREZ



© 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 Art de vivre.

### Cibles

# 1

- Familles
- Excursionnistes
- Couples

### Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Rhône/ Loire / Isère
- Maine-et-Loire / Vendée / Gironde / Charente-Maritime / Dordogne

## Site internet

- Reprise de travail de réécriture des pages de la rubrique "Destination"
- Optimisations et recommandations - référencement



## Blog

- Article ciblé: "VTT et bien-être" - Partenariat Dr.Good & Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



## Publicité Facebook

- 1 campagne de notoriété sur les 4 vidéos de destinations
- 1 campagne de trafic, séjours packagés pour les ailes de saison
- 1 post boosté d'une photo issue du compte Instagram



## Newsletter

- Préparation des séjours ailes de saison et été



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Gites & villages de vacances
- Offre coup de cœur : 1 hébergement/activité sera relayé sur les réseaux sociaux

### ACTIVITÉS

- Ateliers autour du savoir-faire
- Visites du patrimoine et de la nature

### ÉVÉNEMENT " VTT SANTÉ"

- Mise en avant de Dr.Good : les bienfaits du VTT pour le corps et l'esprit

# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### SALON DU RANDONNEUR

- Post boosté
- 10 mars au 25 mars 2023
- Entre 25 et 64 ans + randonneur
- Bassin lyonnais et Livradois-Forez
- Budget : 200 euros
- 1 823 interactions avec la publicité



### PRÉPARATION AILES DE SAISON

- 2 carrousels d'images
- 15 mars au 31 mars 2023
- Entre 28 et 55 ans
- Marché secondaire
- Budget : 500 euros
- 3 179 visites sur le site via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **654 311**

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

→ **314 037**

Le nombre de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/03 AU 31/03

**700 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

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

**690**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 80 % à mars 2022

**16 266**

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

- 6 mentions "j'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

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

**289**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 16,5 % à mars 2022

**2 441**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 35 followers au mois précédent

La diminution du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la fin de la campagne d'interactions présente sur ces deux canaux de communication

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



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



**16 765** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 88 % au mois de mars 2022

**54 658** pages vues sur le site internet  
↑ 54,6 % au mois de mars 2022

Depuis le  
1er janvier  
2023 :

45 135 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 37,8 % à l'année  
2022

144 809 pages  
vues sur le site  
↑ 19,3 % à l'année  
2022

D'où viennent les visiteurs ?

**9 475** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**1 835** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**5 844** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**1 162** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : ville-thiers.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)



**3 142** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 52 % depuis février 2023

**5 579** pages vues sur le site internet  
↑ 53 % depuis février 2023