

JUIN 2023



PLAN DE COMMUNICATION

ESCAPADES EN LIVRADOIS-FOREZ



À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

Cibles

1

- Couples
- Excursionnistes
- Habitants

Marchés géographiques

2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône
- Nouvelle Aquitaine / Île-de-France / Centre Val de Loire

Site internet

- Préparation du site internet pour la saison estivale
- Optimisations et recommandations - référencement



Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic "Préparation saison estivale"



Les offres du mois

ACTIVITÉS

- Idées circuits à vélo (cyclo, etc.)
- Balades Nature et Patrimoine
- Grands événements :
 - La Cyclo Cyfac
 - Promotion de la billetterie - Festival de Montpeloux / Concerts de Vollore
- Route des Métiers

BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



www.vacances-livradois-forez.com 🔍



31 000 visiteurs uniques sur le site internet
↑ 7 % au mois d'avril 2022

76 708 pages vues sur le site internet
↑ 7,7 % au mois d'avril 2022

Depuis le
1er janvier
2023 :

108 310 visiteurs
uniques sur le site
↑ 42,7 % à l'année
2022

295 896 pages
vues sur le site
↑ 24 % à l'année
2022

D'où viennent les visiteurs ?

16 405 visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

2 540 visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



13 135 visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

1 417 visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : festival-ambert.fr)

www.livradois-forez-rando.com 🔍



4 955 visiteurs uniques sur le site internet
↑ 12,7% depuis avril 2023

6 886 pages vues sur le site internet
↑ 8,9 % depuis avril 2023

BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



Publicité Facebook

VIDÉOS DE DESTINATIONS

- Vidéos de notoriété
- 10 avril au 31 mai 2023
- Entre 18 et 65 ans +
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 363 362 fois que les vidéos ont été vues dans leur intégralité



MENTIONS "J'AIME"

- 4 images
- 3 mai au 31 mai 2023
- Entre 18 et 65 + ans
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 1 496 mentions "j'aime" via cette publication



Campagne de promotion des séjours expériences

- 3 290 vues de page de destination via cette publication
- 4 833 clics sur un lien ("j'aime", "en savoir plus", etc.)

Campagne de promotion du compte Instagram

- 74 360 comptes touchés
- 623 visites du compte
- 125 followers acquis via cette publication

Les résultats concrets :

→ **2 084 251**

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

→ **988 190**

Le nombre de personnes atteintes.

BUDGET GLOBAL

DU 01/05 AU 31/05

2 190,25 €

Les réseaux sociaux

FACEBOOK

www.facebook.com/vacances.livradois.forez

9 773

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 2,4 k à mai 2022

17 690

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

+ 1 417 mentions "j'aime" au mois précédent

INSTAGRAM

[@livradois_forez_auvergne](https://www.instagram.com/@livradois_forez_auvergne)

796

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 541,9 % à mars 2022

2 637

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 156 followers au mois précédent

BILAN PARTENARIAT

PARTENARIAT AVEC AUVERGNE RHÔNE-ALPES TOURISME



Publicités Facebook

Un ensemble publicitaire a été programmé sur la période propice aux courts séjours en ailes de saison (couples urbains sans enfants). Cet ensemble publicitaire a été réalisé en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, et a été diffusé sur leur page Facebook.



La mise en place, les objectifs et les cibles :

- <https://www.vacances-livradois-forez.com/incontournables-activites-auvergne/slow-detox/week-end-de-printemps-en-livradois-forez-plein-cap-sur-la-nature>
- Générer du trafic vers le site web
- 6 avril au 12 mai 2023
- Marché national
- 28 - 64 ans
- 2 diaporamas de photos diffusés sur Facebook et Instagram

Les résultats

→ **3 767 446**

| fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **57 376**

| clics sur le lien intégré au sein de la publication.

→ **1 112 165**

| personnes atteintes via cette publication.

→ **2 883**

| réactions aux publications ("j'aime", "j'adore", etc.).



Une prochaine campagne en partenariat avec l'Auvergne Rhône-Alpes Tourisme est prévue en août. L'objectif de cette campagne est de promouvoir les ailes de saison de septembre et d'octobre auprès des couples et des familles.