

NOVEMBRE 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

# AUTOMNE DANS LE 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 au deux univers : tourisme durable et éco-responsable.

## Cibles

# 1

- Résidents du L-F
- Excursionnistes

## Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône /
- Île-de-France

## Publicités sur Facebook

- 1 campagne de trafic, pour booster les réservations en ligne - hébergements.
- 1 campagne d'interaction pour booster la visibilité du compte Instagram.
- 1 campagne de trafic pour booster la visibilité du jeu concours.
- Continuité de la campagne d'interaction mentions "J'aime".

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Les sites internet 🔍

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



**16 741** visiteurs uniques sur le site internet  
↓ 48 % au mois d'octobre 2022

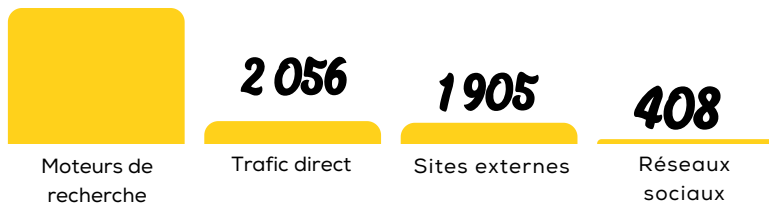
**22 176** pages vues sur le site internet  
↓ 42 % au mois d'octobre 2022

**Depuis le 1er janvier 2023 :** 290 909 visiteurs uniques sur le site ↑ 5 % à l'année 2022

831 331 pages vues sur le site ↑ 5,5 % à l'année 2022

### D'où viennent les visiteurs ?

**12 392**



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

**5 801** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 5,5 % au mois de septembre 2023

**10 451** pages vues sur le site internet  
↑ 25 % au mois de septembre 2023



## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

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

**9 381**

Le nombre de fois où la page a été consultée ↑ 362,3 % à octobre 2022

**20 613**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook + 837 mentions "J'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

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

**2 094**

Le nombre de fois où le profil a été consulté ↑ 247,3 % à octobre 2022

**2 971**

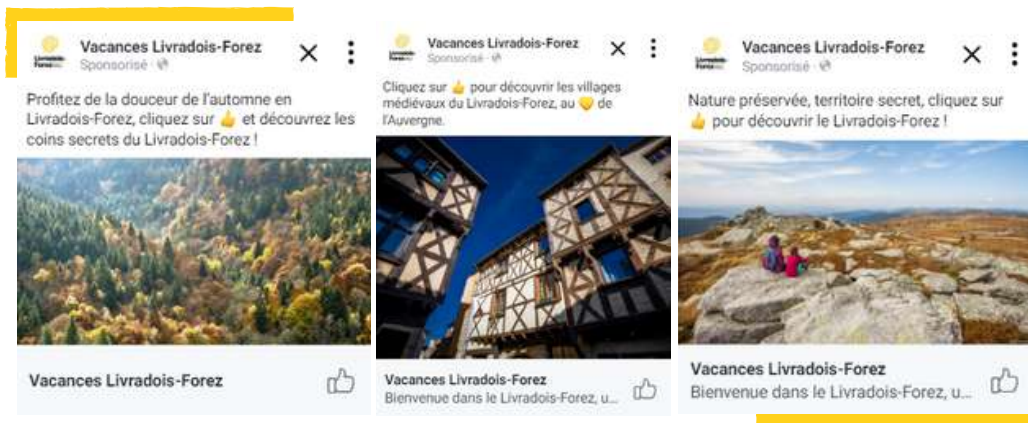
Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram + 241 followers au mois précédent

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

# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## CAMPAGNE D'INTERACTION - MENTIONS "J'AIME"



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Obtenir des mentions "J'aime".
- 18 octobre au 17 novembre 2023.
- Marché national.
- 18 - 65+ ans.
- 3 photos de diffusées sur Facebook.

## POST BOOSTÉ - VISITE DU PROFIL INSTAGRAM



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Générer du trafic vers le compte Instagram
- 17 octobre au 31 octobre 2023
- Marché ciblé
- 25 - 65 + ans, couples et familles avec enfants en bas âge
- 1 photo publiée sur le compte Instagram et boostée sur le même réseau social.

## Les résultats

→ **595 839**

fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **321 589**

personnes atteintes via cette publication.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/10 AU 31/10

**748,03 €**