

A l'heure de la mise en ligne

■ Cela mérite réflexion

Internet et les réseaux sociaux sont omniprésents. Mais certaines attractions ne disposent pas toujours d'un site performant. La billetterie en ligne est encore peu développée. La présence sur les réseaux sociaux manque parfois de visibilité.

■ Bon, mais encore ?

Il s'agit de prendre conscience de l'impact de sa présence sur le web. La qualité du site internet exerce une influence primordiale sur la perception du visiteur.

Ces nouveaux médias sont complémentaires par rapport aux médias classiques.

Il est important de s'impliquer sur les réseaux sociaux, car une présence passive est souvent mal perçue. Il faut donc savoir s'exposer et réagir positivement à des avis négatifs.

■ Soyons concrets

L'image en ligne, c'est une affaire de professionnels. A chacun ses compétences.

Le premier contact se fait souvent via le site web. Il faut donner l'envie de venir.

Le site internet doit avoir la capacité à s'adapter aux tablettes et aux smartphones (responsive).

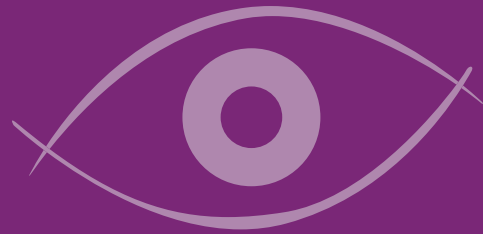
La ligne graphique et visuelle doit être cohérente avec tous vos autres supports de communication.

La présence sur les réseaux sociaux nécessite du temps et de l'investissement, car il faut y "vivre" en permanence.

Un bon community manager doit veiller à ne pas confondre les informations professionnelles et personnelles, à bien gérer les commentaires et les avis, à ne pas accepter des comptes parasites,...

■ Retenez bien ceci

- Le conseil: "l'intérêt d'un site internet se mesure avant tout à son contenu".
- Il faut privilégier les outils " open source " dont la technologie permet à n'importe quel prestataire de reprendre votre site et d'en assurer son développement.
- Il faut dresser un cahier de charges précis du site web que vous souhaitez.
- Les médias sociaux évoluent en permanence, ce qui nécessite une veille et un suivi important.
- Analysez les fréquentations de vos sites et pages sur les réseaux sociaux pour connaître les comportements de vos visiteurs et adapter votre communication en conséquence.



■ Les tuyaux du net

- Les Recommandations de l'Agence du numérique en Wallonie pour l'e-tourisme : <http://www.awt.be/web/dem/index.aspx?page=dem,fr,b14,eto,050>
- La Chambre de Commerce et d'Industrie de La Rochelle publie d'intéressants guides pratiques sur diverses thématiques : sur l'e-tourisme <http://publications.rochefort.larochelle.cci.fr/e-communication-2014/>, sur les médias sociaux <http://publications.rochefort.larochelle.cci.fr/medias-sociaux-2014/> et sur l'e-réputation <http://publications.rochefort.larochelle.cci.fr/e-reputation-2014/>
- Guide de Stratégie des médias sociaux (Canada) : http://veilletourisme.ca/2015/06/09/creer-une-strategie-de-medias-sociaux/?tagged=&utm_source=twitter&utm_medium=mediasociaux&utm_campaign=diffusion
- Comment placer les réseaux sociaux au coeur de sa stratégie de communication : http://www.tourmag.com/Comment-placer-les-reseaux-sociaux-au-coeur-de-sa-strategie-de-communication_a74230.html
- Les destinations touristiques françaises sur les réseaux sociaux : http://pro.finisteretourisme.com/sites/default/files/etude_social_media_destinations_francaises_2014.pd
- Les tendances & bonnes pratiques de l'm-tourisme : <http://www.eturisme.info/panorama-10-tendances-meilleures-pratiques-du-tourisme-mobile-mtourisme/>
- Stratégie mobile : fr.slideshare.net/Rencontres-etourisme/a20-strategie-mobile ou www.eturisme.info/strategie-mobile-tourism
- Votre site est-il "mobile friendly" ? <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=fr>
- Les tendances graphisme et design des sites internet en 2015 : <http://www.eturisme.info/les-tendances-graphisme-design/>
- L'aide financière pour l'e-business de l'Agence du Numérique en Wallonie : <http://www.awt.be/web/aid/index.aspx?page=aid,fr,100,000,000>

■ Le mot : community manager

C'est l'expert des communautés web. Le community manager fédère et anime les échanges entre internautes. Pour cela, il utilise principalement les réseaux sociaux (Youtube, Facebook, Twitter...) et professionnels (Viadeo, LinkedIn, Xing...). Il agit sur les réseaux sociaux au mieux des intérêts de l'entreprise ou institution pour laquelle il travaille.

Résumons-nous

- Site et réseaux sociaux: la présence sur internet est incontournable et constitue souvent le premier contact avec des clients potentiels
- La mise en ligne doit être confiée à des professionnels
- C'est le contenu d'un site qui en fait sa qualité première
- C'est la présence "vivante" sur les réseaux sociaux qui en constitue l'intérêt