LENS TOURISME

LE SENS DE L'ESSENTIEL

GÉRER SA FICHE D'ÉTABLISSMENT GOOGLE

POUR VALORISER & COMMERCIALISER VOTRE HÉBERGEMENT

ATELIER HÉBERGEURS

LUNDI 16 JUIN 2025

PROGRAMME
DE VOTRE MATINÉE

- ☑ À QUOI SERT UNE FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?
- ☑ ÊTES-VOUS PROPRIÉTAIRE DE LA FICHE DE VOTRE ÉTABLISSEMENT ?
- ☑ COMMENT ALIMENTER LA FICHE ET EN FAIRE UNE VITRINE GRATUITE ?
- ☑ COMMENT GÉRER LES AVIS SUR LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT

IDENTIFIER
LES OBJECTIFS ET ENJEUX POUR VOS RÉSEAUX

DONNEZ-MOI VOTRE VISION DES PRINCIPAUX OBJECTIFS ET ENJEUX DE LA GESTION D'UNE FICHE DÉTABLISSEMENT

DEBRIEFING INDIVIDUEL 5 MINUTES

POURQUOI GÉRER UNE FICHE D'ÉTABLISEMENT GOOGLE ?

EN TANT QU'HÉBERGEUR TOURISTIQUE

- VALORISER VOTRE OFFRE GRATUITEMENT
- VISIBILITÉ AUPRÈS DE NOMBREUSES CLIENTÈLES
- POSSIBILITÉS DE COMMERCIALISATION

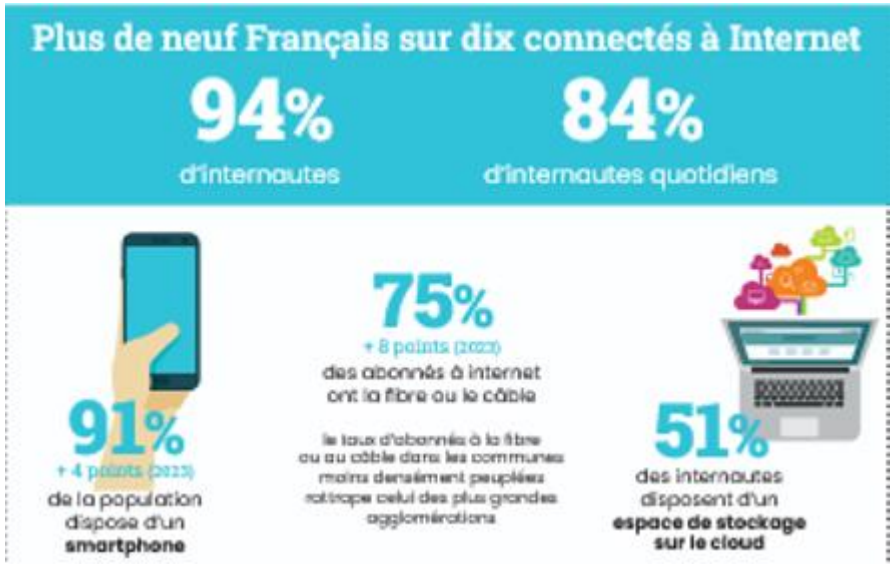


GOOGLE EN QUELQUES CHIFFRES

LE NUMÉRIQUE AU QUOTIDIEN



LE NUMÉRIQUE AU QUOTIDIEN



LE NUMÉRIQUE AU QUOTIDIEN

79%

DES TOURISTES PRÉPARENT EN LIGNE

58%

DES TOURISTES FRANÇAIS ONT PRÉPARÉ LEURS LOISIRS DEPUIS SMARTPHONE OU TABLETTE

55%

DES TOURISTES RÉSERVENT EN LIGNE

M

TOURISME

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL

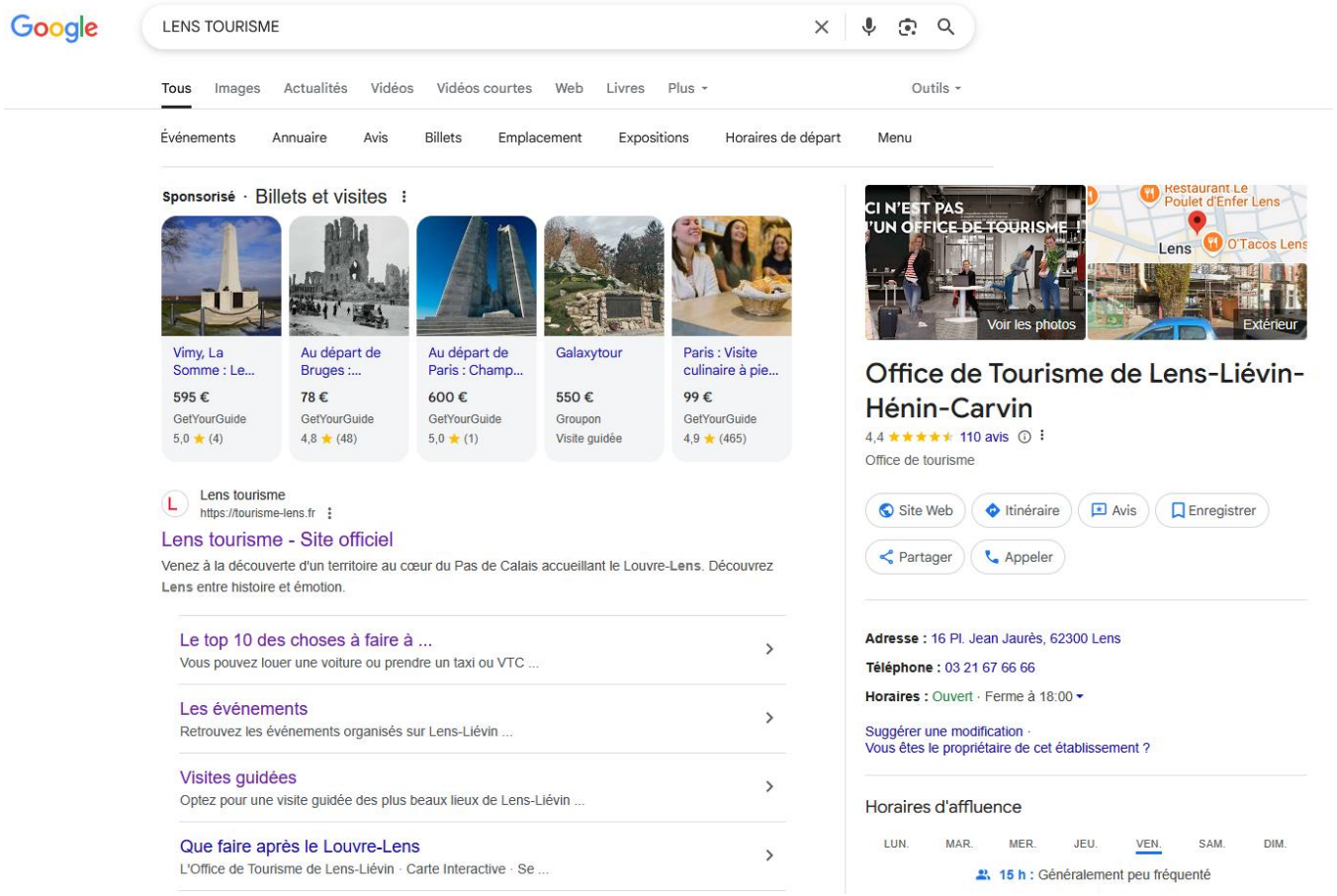


LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

LES RÉSEAUX SOCIAUX : UNE

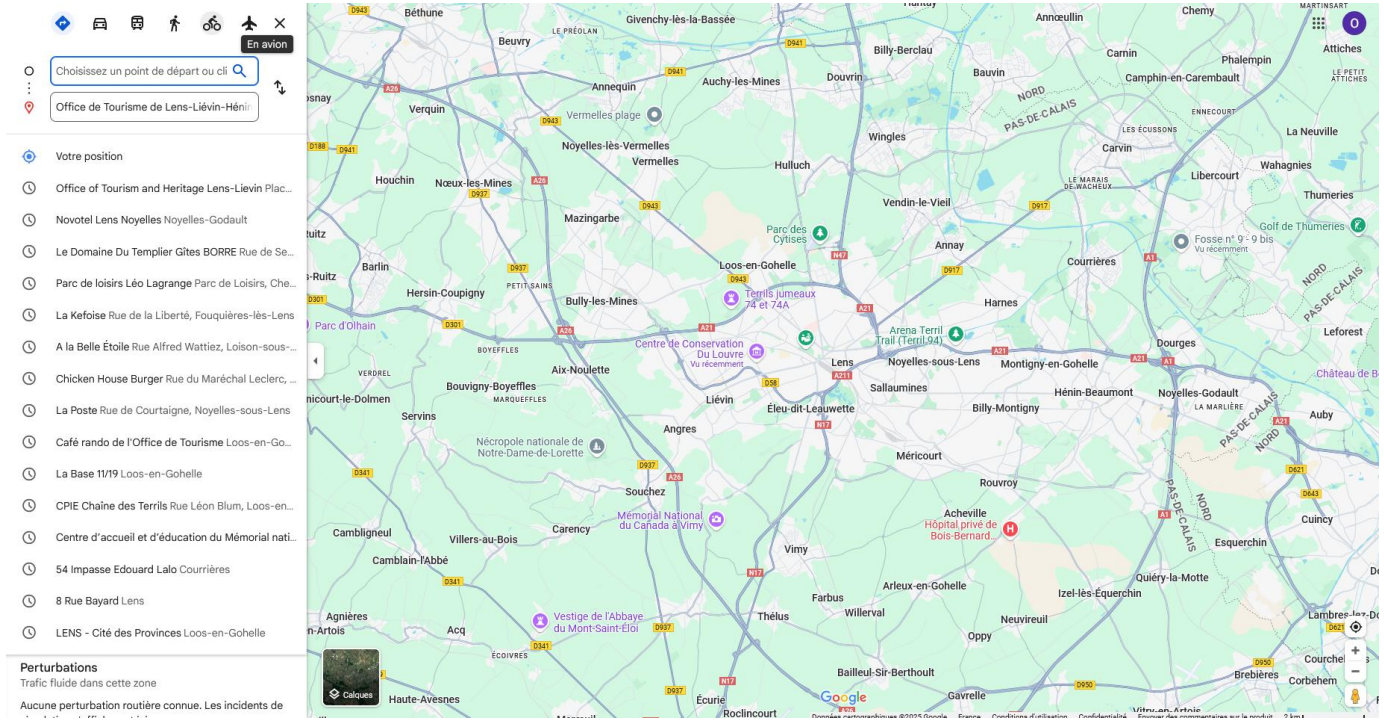
✓Avoir une seule interface
✓être visible sur Google
✓Faire apparaître toutes vos informations sur la page recherche Google Maps
✓Personnalisation de vos contenus (photos, vidéos et post actualités)
✓Présence sur les terminaux mobile
✓Mise en avant des contributions de vos clients et possibilité d'interagir avec eux

LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



- ✓Idéal pour les petites structures
- ✓Meilleure visibilité sur les moteurs de recherche
- ✓Présence optimisée sur Google Maps
- ✓Accès direct à vos coordonnées pour les clients
- ✓**Et outil GRATUIT !**

LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

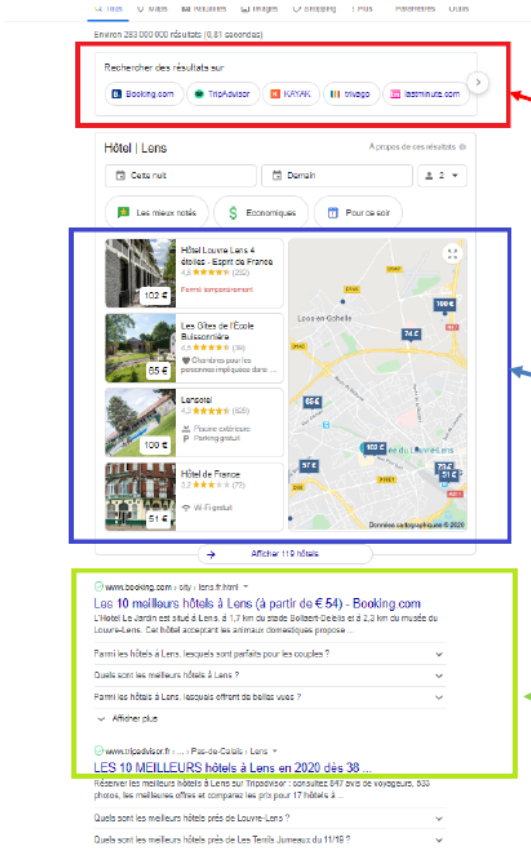


Important pour la mobilité

✓40% des recherches effectuées sur mobile sont des recherches localisées (avec GPS) avec des demande d'itinéraires

LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Comment fonctionne une recherche sur Google ?



Recherche localisée : je tape **Hôtel Lens** dans la barre de recherche

✓ Liens commerciaux

✓ Liens géolocalisés sur une carte qui renvoient vers une page Google my Business

✓ Liens naturels

LENS LIEVIN TOURISME

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



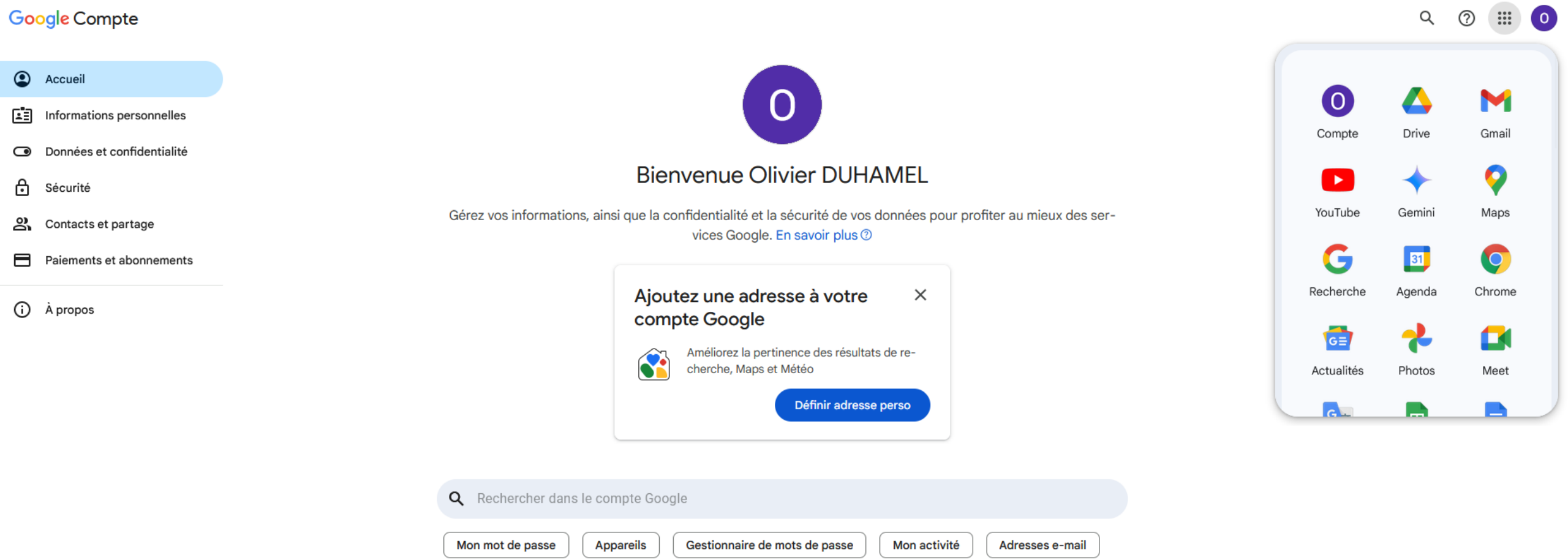
GÉRER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT

LES FACTEURS DE TRANSFORMATION

Nécessité de créer un compte Google

✓Pas de page, sans compte Google
✓Un compte Google est constitué d'une adresse mail et d'un profil Google +,
✓Il vous permet d'accéder à tous les produits Google tels que Gmail, Google+, Youtubeet donc Google MyBusiness
✓avec le même nom d'utilisateur et même mot de passe

PRÉSENCE VS VISIBILITÉ



PRÉSENCE VS VISIBILITÉ

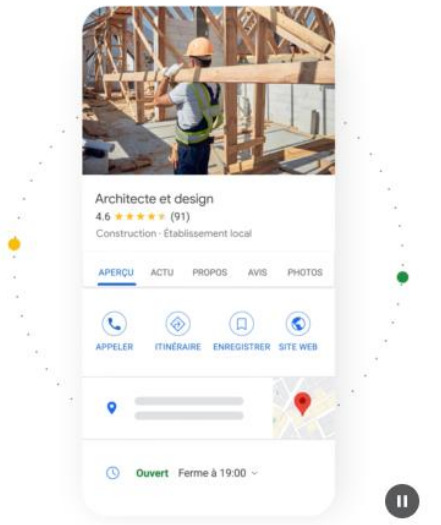
Par où commencer ? Solutions Obtenir de l'aide

Fiche d'établissement Google Commerce de détail Services Restaurants Connexion Commencer

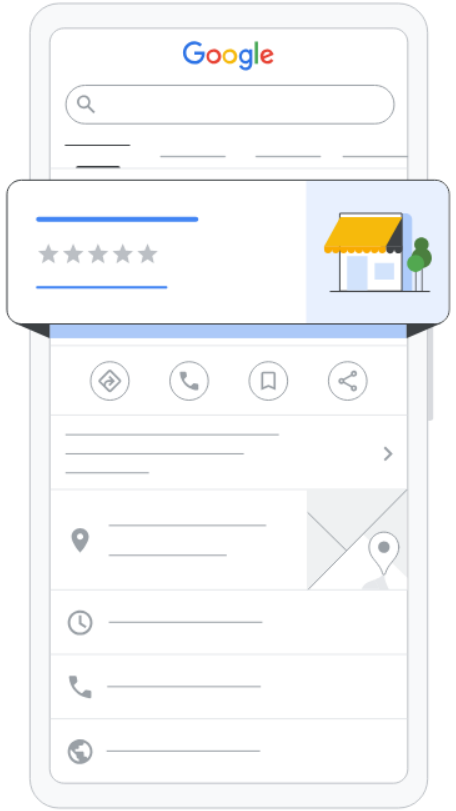
Démarquez-vous sur Google avec une fiche d'établissement, sans frais

Incitez les utilisatrices et les utilisateurs qui vous trouvent sur le moteur de recherche Google et sur Maps à devenir de nouveaux clients en créant sans frais une fiche d'établissement pour votre boutique ou pour le service que vous proposez. Personnalisez votre fiche avec des photos, des offres, des posts et bien d'autres éléments.

Gérer



PRÉSENCE VS VISIBILITÉ



Faites découvrir votre établissement aux utilisateurs dans la recherche Google, sur Maps et plus encore

Saisissez quelques détails sur votre établissement pour commencer

Nom de l'entreprise*

Gîte du Bonheur

Continuer

Sélectionnez votre type d'activité

Vous pouvez cocher plusieurs options pour Gîte du Bonheur

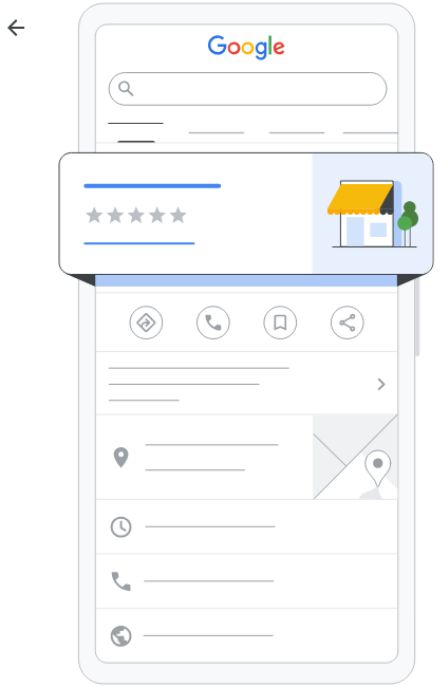
Commerce en ligne
Les clients peuvent acheter des produits via votre site Web ☐

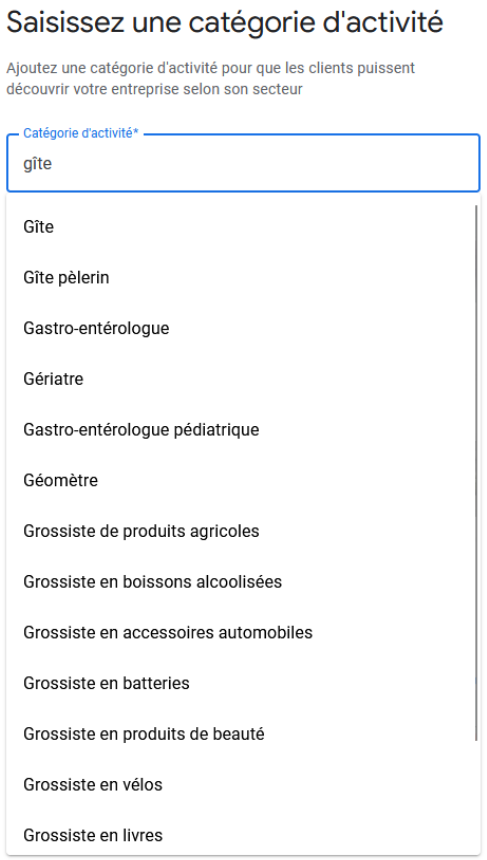
Magasin local
Les clients peuvent se rendre dans votre établissement ☑

Prestataire de services
Votre établissement propose des services à domicile ☐

Suivant

PRÉSENCE VS VISIBILITÉ





PRÉSENCE VS VISIBILITÉ



Gîte Le Halo du Val

Location d'appartement de vacances à Ablain-Saint-Nazaire

Site Web | Itinéraire | Enregistrer

Adresse : 3 Rue des Vauchaux, 62153 Ablain-Saint-Nazaire

Envoyer sur votre téléphone Envoyer

Avis
Les avis ne sont pas vérifiés

Gîtes de Franc...
5/5 3 avis

+ Ajouter un avis

Aidez-nous à améliorer la précision

Envoyer des commentaires

Suggérer une modification · Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?



Gîte Le Halo du Val
3 Rue des Vauchaux, 62153 Ablain-Saint-Nazaire, France

VUE D'ENS... AVIS PHOTOS À PROPOS

ITINÉRAIRE APPEL ENREGISTRER PARTAGER

3 Rue des Vauchaux, 62153 Ablain-Saint-Nazaire, France

Un autre utilisateur gère peut-être cette fiche d'établissement

Gîte Le Halo du Val est actuellement géré par **ly...@....**

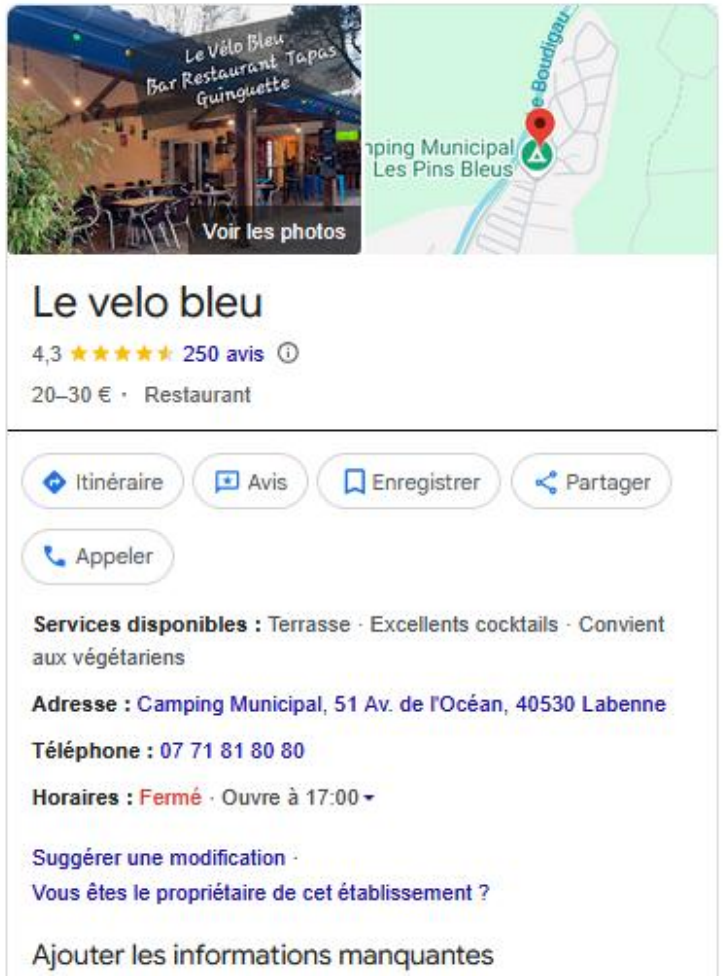
Si cette adresse e-mail vous appartient, changez de compte ou suivez le guide de récupération de compte si vous n'y avez plus accès.

Vous pouvez aussi envoyer une demande d'accès à l'administrateur actuel de cet établissement sur Google.

Pour en savoir plus sur la façon dont nous obtenons et utilisons les informations dans les fiches locales, cliquez here

Demander l'accès

PRÉSENCE VS VISIBILITÉ



LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



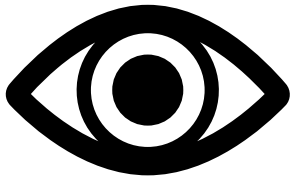
ALIMENTER VOTRE FICHE
POUR EN FAIRE UNE VITRINE EFFICACE

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL

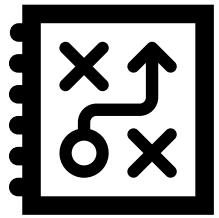


COMMENT GÉRER LES AVIS SUR VOTRE FICHE D'ÉTABLISSEMENT

LA PRÉSENCE EFFICACE



PROVOQUER LE REGARD



LIEU DE PASSAGE OBLIGÉ

ATTRACTIVITÉ
SÉDUCTION

LA PRÉSENCE HUMAINE

Michel et Augustin
les trublions du goût

Augustin Paluel-Marmont

« Ce n'est pas du content marketing calculé, nous racontons une histoire vraie.
On partage et on raconte ce que l'on vit, et la passion qui nous anime.
Un parti pris différenciant et innovant ».

LA PRÉSENCE HUMAINE

LE MARKETING DE MASSE N'EST PLUS D'ACTUALITÉ



BESOIN DE COMMUNICATION RÉPONDANT AUX BESOINS INDIVIDUELS



LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



LA E-REPUTATION : UNE IMAGE NUMÉRIQUE QUI S'ENTRETIENT

L'ESSENCE DE VOTRE ACTION

soyez
vous-même
∞
les autres
sont déjà pris

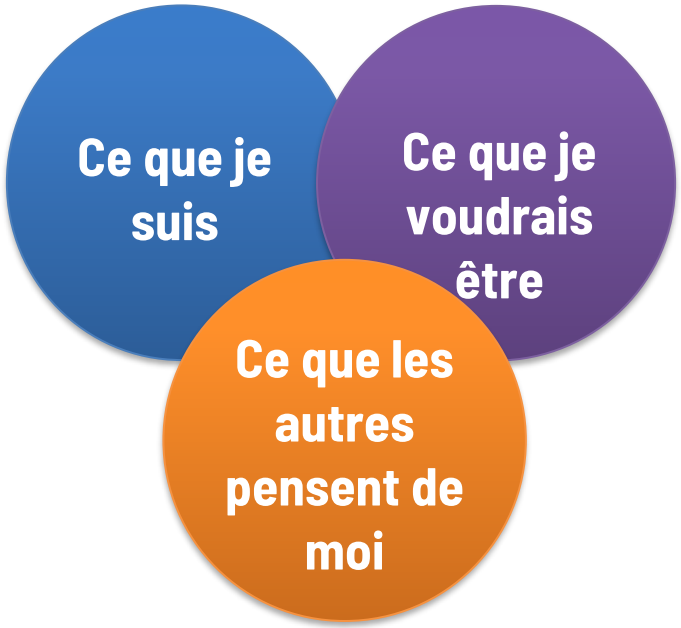
LA E-RÉPUTATION

Image véhiculée et / ou subie
par une structure ou une marque
sur Internet

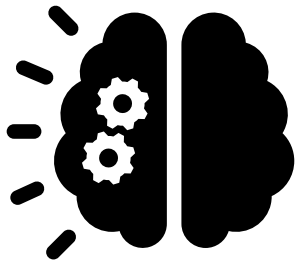


LA E-RÉPUTATION

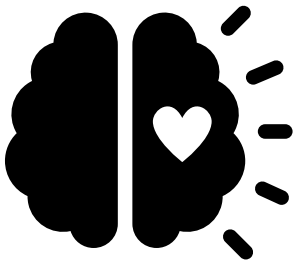
Elle se compose de 3 ensembles



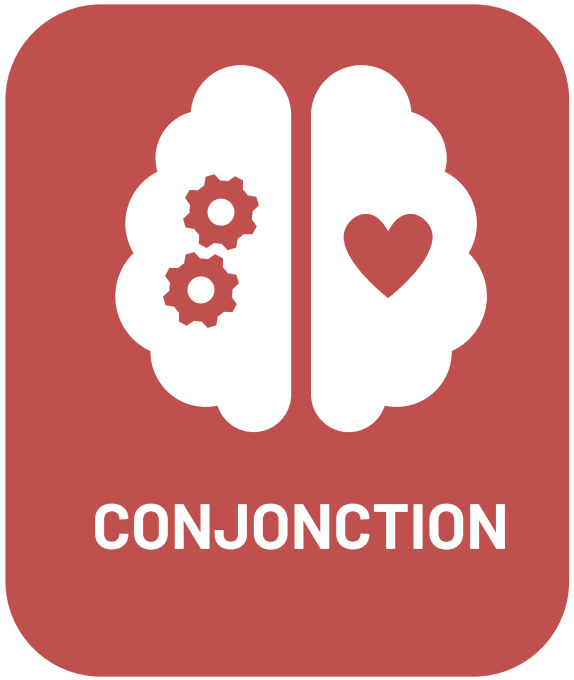
VOTRE MOBILISATION



FACTEURS
RAISON



FACTEURS
ÉMOTION



CONJONCTION

LES OUTILS DE LA RÉUSSITE



VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX



QUELLE INFORMATIONS DONNER AUX CLIENTS ?

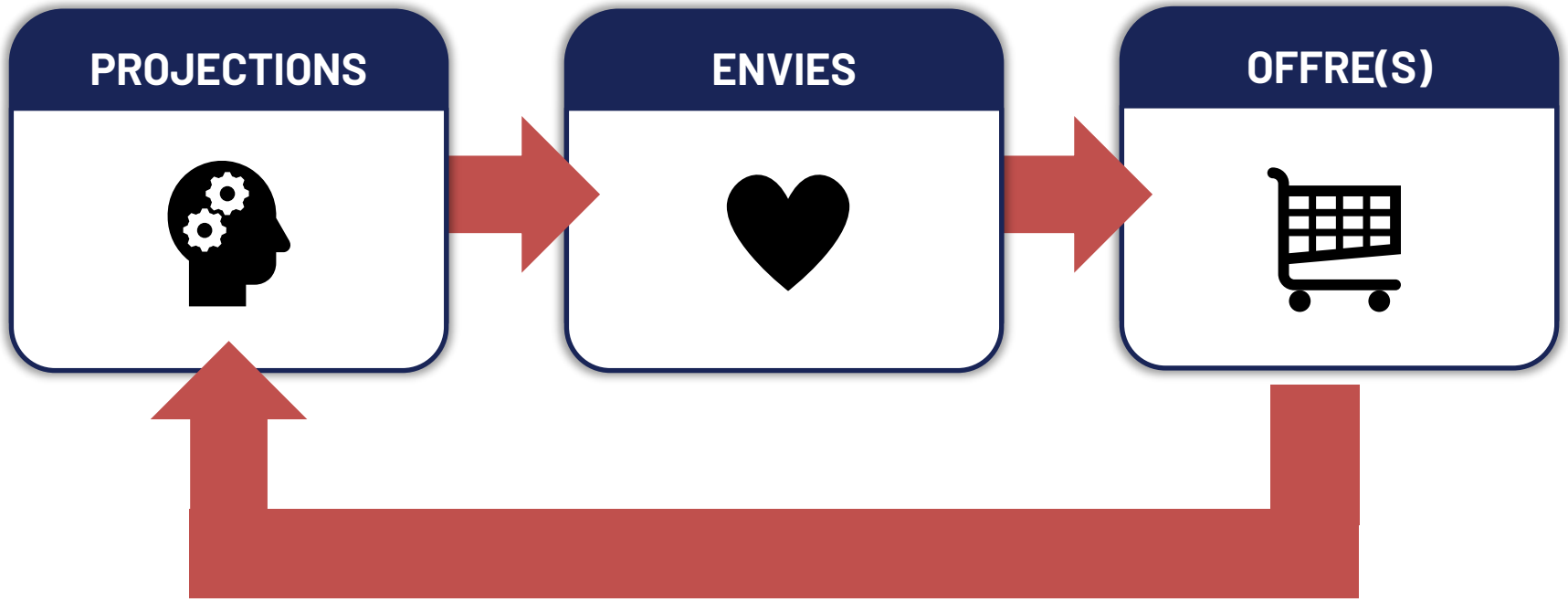
ÊTRE L'EXPRESSION D'UN BESOIN CLIENT RESSENTI

COLLER À L'ADN DE LA DESTINATION

COLLER À L'IDENTITÉ LOCALE ATTENDUE PAR LE TOURISTE

AVOIR UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE

RÉSUMÉ DES BESOINS CLIENTS



LES FRUSTRATIONS, LA NON CORRESPONDANCE DES PROJECTIONS FREINE LE CLIENT

QUEL PROJET GLOBAL ?

VOS ATTENTES



ATTENTES CLIENTS



COMMENT SONT DÉFINIS VOS AXES DE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

QUELS SONT LES POINTS DIFFÉRENCIANTS PAR RAPPORT À D'AUTRES OFFRES ?

OÙ SE TROUVE L'INTÉRÊT ?

SAVOIR SE DISTINGUER

SAVOIR SE DIFFÉRENCIER
SAVOIR COLLER À L'ADN DE LA DESTINATION
SAVOIR ÊTRE LE REFLET DES PRODUCTIONS LOCALES

ÊTRE IDENTITAIRE



LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



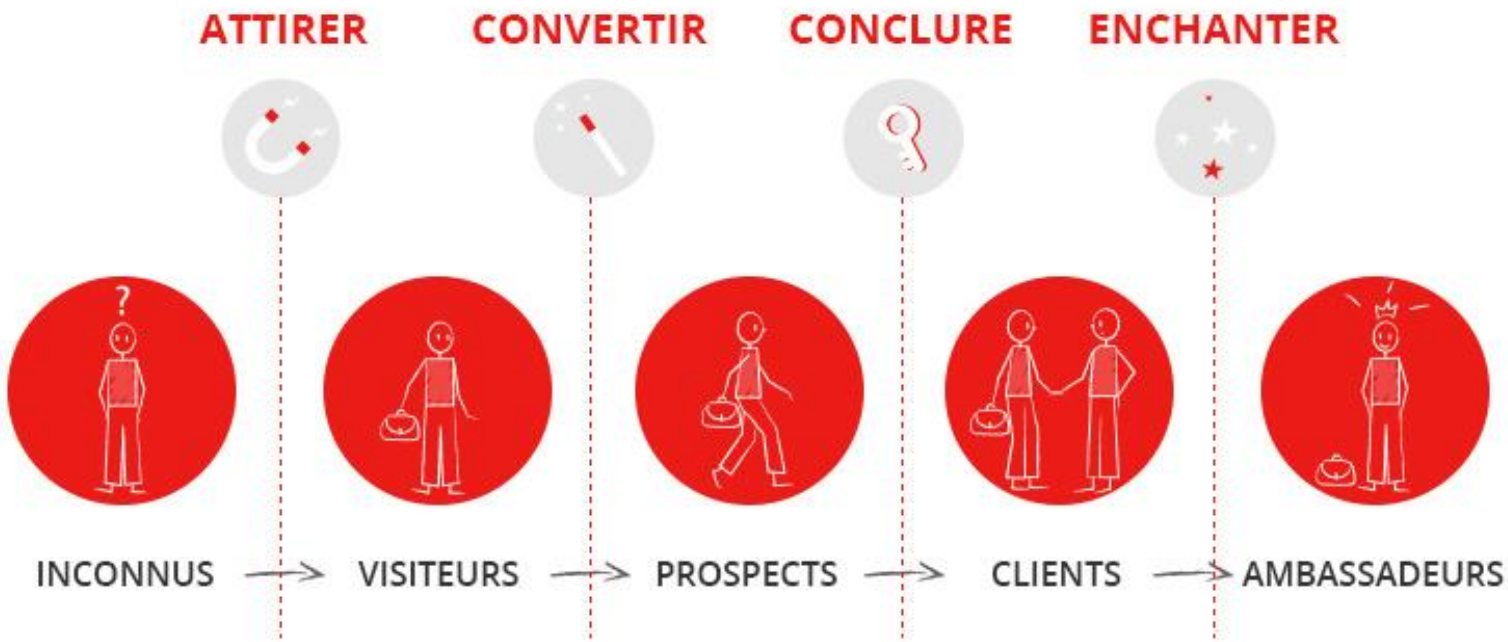
QUI SOUHAITEZ-VOUS ATTIRER SUR VOS RÉSEAUX SOCIAUX ?

LA SEGMENTATION DES CLIENTÈLES

Il est important de connaître votre audience ou vos cibles
pour être efficaces dans votre communication



LA STRATÉGIE : DES ÉTAPES À SUIVRE



QUELS OBJECTIFS ?



- ☑ Amplifier la visibilité de contenus à forte valeur ajoutée ?
- ☑ Augmenter la taille de la communauté ?
- ☑ Cibler des niches et des clientèles particulières ?

SE POSITIONNER JUSTEMENT

QUANTITÉ
≠
QUALITÉ
≠
EXHAUSTIVITÉ

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



GÉRER SES CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

TONS ET REGISTRES D'EXPRESSION

Quel ton adopter en fonction de sa cible ?

- À qui vais-je m'adresser ?
- Quels sont les intérêts de mes cibles ?
- Trouver la convergence d'intérêts pour créer l'empathie

Savoir susciter une projection
depuis l'histoire
vers une logique de consommation

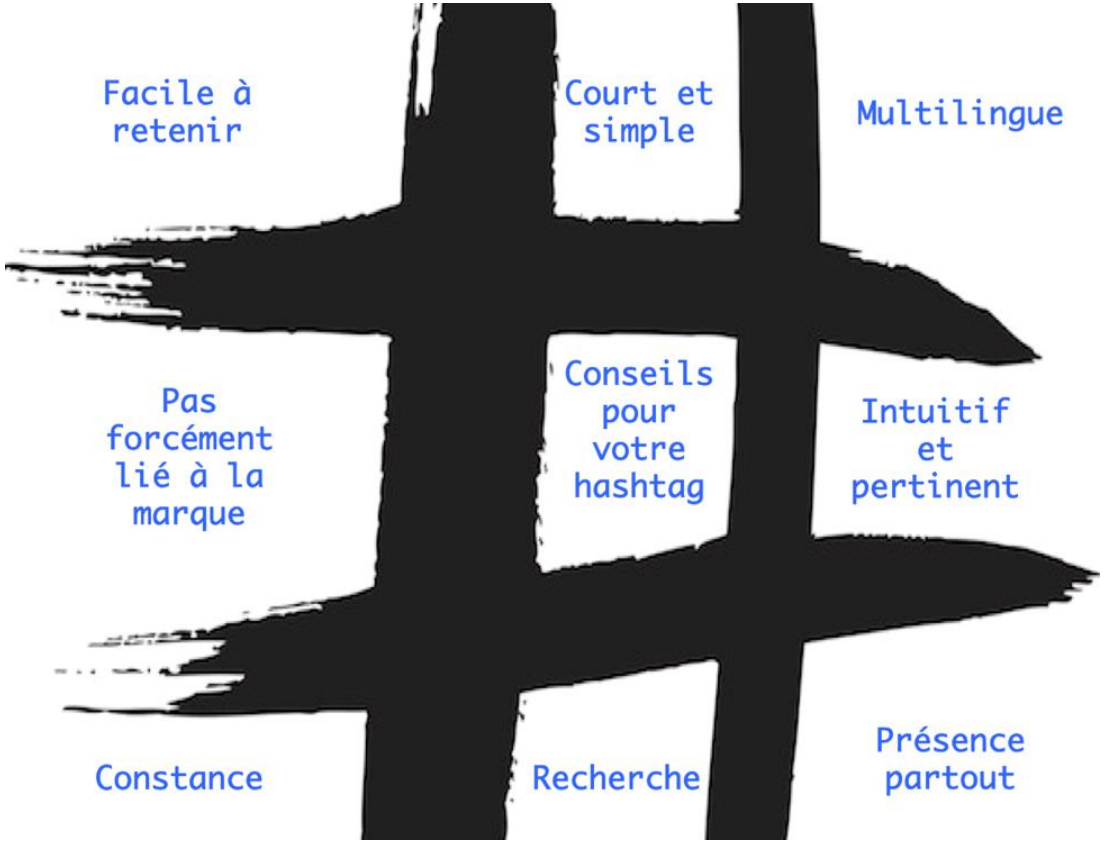
STYLE D'EXPRESSION

Trouver son style
c'est savoir utiliser la langue
pour raconter vos histoires
et embarquer le lecteur avec vous !

Ne pas oublier

- ☑ La lecture sur Internet est **moins agréable que sur papier !**
- ☑ Privilégiez des **phrases courtes**, des tournures simples et évitez tout jargon incompréhensible par vos lecteurs.
- ☑ Utilisez des **visuels qui collent au message** et attirent

LE HASHTAG : COMMENT INTERPELER



LES BONS MOTS ET HASHTAGS

- ☑ Privilégiez tous les mots-clés de **votre contenu**
- ☑ Trouvez les expressions tendances
- ☑ Evitez les caractères spéciaux, tels que les accents, les tirets, les singuliers et pluriels
- ☑ Repérez qui sont les grands influenceurs de votre secteur d'activité
- ☑ Pour les expressions, n'utilisez pas d'espace entre les mots et mettez en capitales la 1ère lettre de chaque mot **#SoGood**

LES BONS CONTENUS

Faire du contenu qui aide les gens,
offre un point de vue unique et impactant,
qui se partage...

ÇA PREND DU TEMPS !

☑ Plus on passe du temps à peaufiner son contenu

Plus on augmente de manière exponentielle sa capacité
à émerveiller les gens et donc **sa viralité !!**

LES BONS CONTENUS

Créer du contenu de qualité c'est aider les autres !

- Améliorer leur vie
- En leur permettant de passer un bon moment pendant la consommation du contenu
- En leur apportant une réflexion neuve sur un sujet
- En résolvant un problème qui les travaille depuis quelques mois

LA SÉDUCTION PAR L'IMAGE

☑ **Marketing par l'image : LE PICTURE MARKETING**

Stratégie de contenu efficace qui permet de relever le défi permanent de l'engagement des internautes !

L'utilisation de visuels soignés
capte l'attention des cibles
et les invite à interagir
VOIRE À CONSOMMER

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL



CONSEILS POUR ANIMER FACEBOOK ET INSTAGRAM

TESTER, MESURER, AMÉLIORER

☑ **Publier régulièrement**

- Soutenir un rythme de publication est nécessaire pour l'algorythme
- Plus vous publiez, plus vous aurez de stats pour comprendre votre communauté (aime/aime pas)

☑ **Mesurer ses actions**

Heures, type de publi, meilleure publication...

☑ **Améliorer sa communication**

DEUX OBJECTIFS

AFFECTIF

Les utilisateurs doivent **s'approprier et s'identifier** à votre contenu.

Si votre lecteur n'est pas sensible à vos messages, ils ne **s'intéressera plus à vos publications.**

Les formats et techniques de posts Facebook qui engagent :

Parmi 16 destinations et 1003 posts de montagne analysés du 1er déc. 17 au 31 mars 18

Photo ou vidéo verticale	**+67%** d'engagement
Emojis montagne	**+65%** d'engagement
Post le soir plutôt que l'après-midi	**+28%** d'engagement
Photo sur le thème de la gastronomie	**+68%** d'engagement
Longueur de texte qui engage le +	entre **65** et **100** caractères

SOYEZ BREFS

Une bonne publication
est **courte**
et **simple** à comprendre





STOP AUX PARTAGES « INUTILES »



- ☑ **Toujours publier du contenu en partageant une publication**
- ☑ **S'assurer que le contenu partagé soit partagé par ses clients**
- ☑ **Ne pas partager de contenus politiques ou personnels**

ANALYSER VOS PUBLICATIONS

Connaître les indicateurs principaux

- **Engagement = intéraction**
  Nombre de personnes qui ont aimé, commenté, partagé ou cliqué sur votre publication

- **Portée = couverture**
  Nombre de personnes uniques qui ont vu vos publications

- **Taux engagement**
  TE d'une publication = (NB interactions/portée totale) x100
  **nb likes + nb commentaires + nb Shares + nb réactions*

- **Croissance de la communauté**

- **Reah organique : nombre de fans touchés**



NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

LES DATES
DES PROCHAINS ATELIERS

MEUBLÉS DE TOURISME ET CHAMBRES D'HÔTES	LUNDI MATIN, EN COLLECTIFÀ L'OT
COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	**12 MAI 2025 9H30-12H30**
GESTION DE LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE	**16 JUIN 2025 9H30-12H30**
VALORISATION DE SON HÉBERGEMENT VIA LA PHOTO	**15 SEPTEMBRE 9H30-12H30**
QUALITÉ, CLASSEMENT, MARQUES ET LABELS	**13 OCTOBRE 9H30-12H30**

FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE



REVENDIQUER LA FICHE
BIEN RENSEIGNER LES INFOS PRATIQUES
SAVOIR RÉPONDRE AUX AVIS REÇUS

LENS TOURISME
LE SENS DE L'ESSENTIEL

VISITES
PRIVÉES
PARTENAIRES

SOUTIEN
VISIBILITÉ
PRINT ET WEB

OUTILS
DÉVELOPPEMENT
À DISPOSITION

ACCOMPAGEMENT
TAXE DE SÉJOUR
POUR PLUS DE SÉRÉNITÉ

OLIVIER DUHAMEL
CHARGÉ DE MARKETING ET DES PARTENARIATS / RÉFÉRENT TAXE DE SÉJOUR
03 21 67 66 60
OLIVIER.DUHAMEL@TOURISME-LENS.FR

HTTPS://TOURISME-LENS.FR/ESPACE-PARTENAIRES/

À BIENTÔT