

SECTION 1 :

# Les médias sociaux : pourquoi les utiliser?



TROUSSE D'OUTILS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX  
POUR LES EXPLOITANTS



# Des réseaux au service des entreprises touristiques

Aujourd'hui, les médias sociaux sont incontournables pour joindre les consommateurs. Plus de la moitié de la population mondiale utilise régulièrement les médias sociaux, dont 67 % au Canada.

## Au Canada



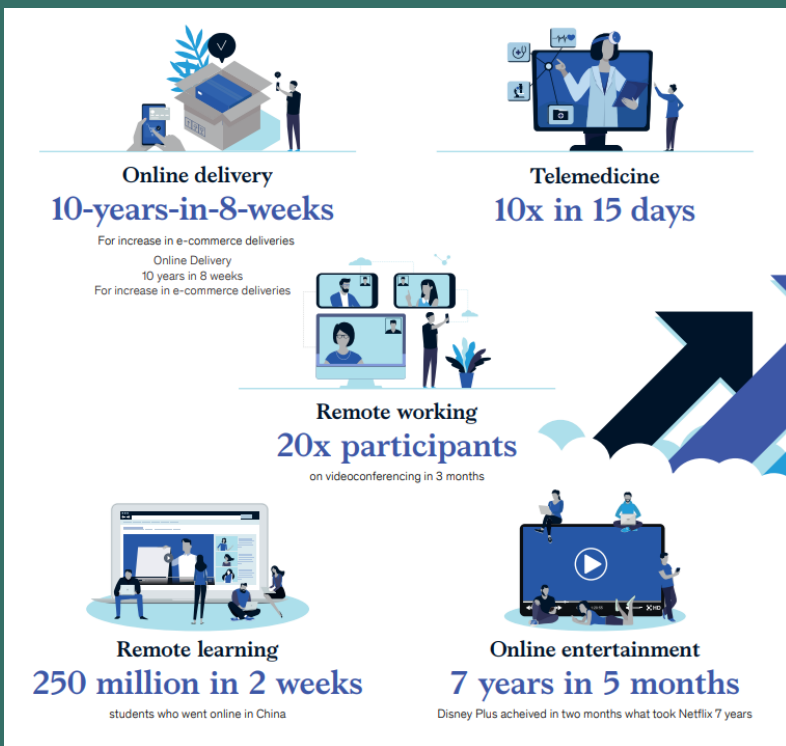
## Dans le monde



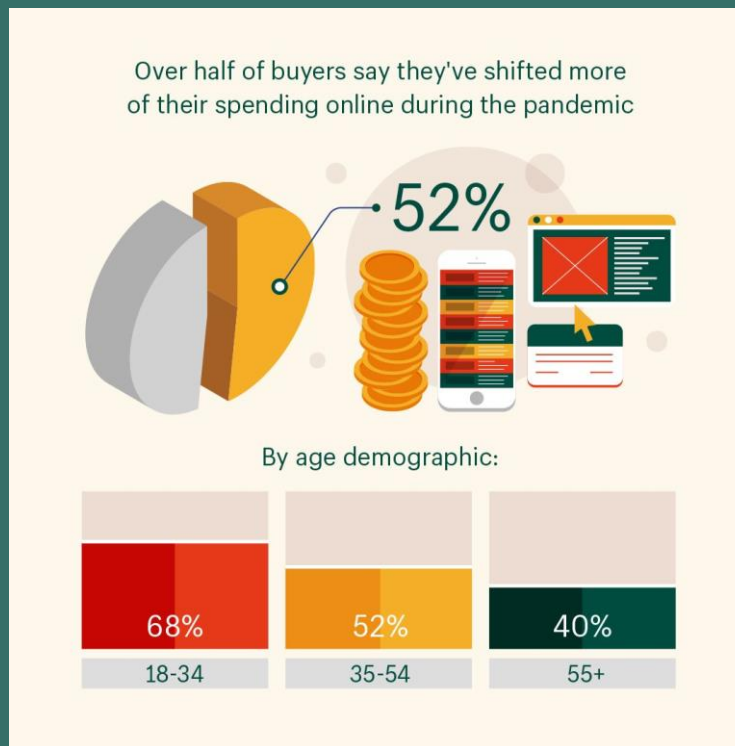
# Utilisation en hausse



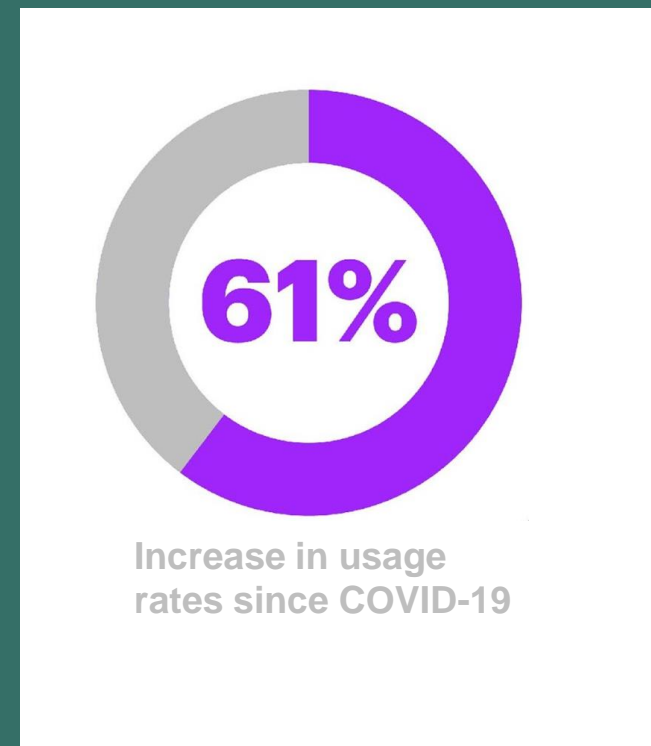
L'utilisation de plateformes et d'outils numériques a augmenté considérablement sous l'effet de la COVID-19. Cette augmentation est principalement attribuable aux médias sociaux, puis au commerce électronique.



Source: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/how%20covid%2019%20is%20changing%20consumer%20behavior%20now%20and%20forever/how-covid-19-is-changing-consumer-behavior-now-and-forever.pdf>



Source: <https://www.shopify.ca/blog/consumer-trends>



Source: <https://www.forbes.com/sites/ryanholmes/2020/04/24/is-covid-19-social-medias-levelling-up-moment/?sh=236c5ae46c60>

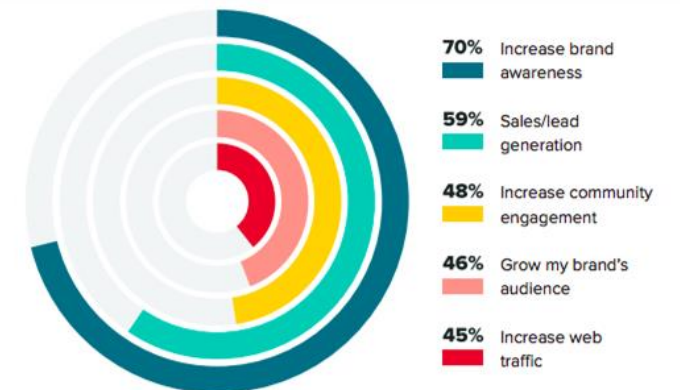
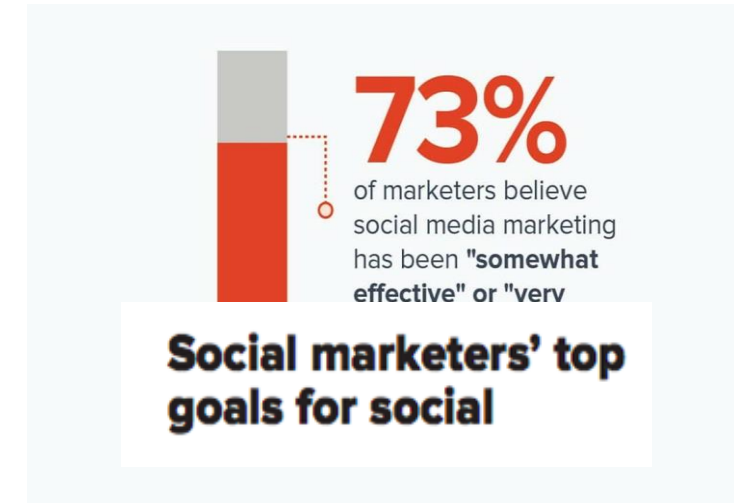


# Ils sont très utiles et efficaces

La présence des entreprises sur les réseaux sociaux leur permet de mousser leur image, de promouvoir leurs produits et offres, d'être en interaction constante avec les consommateurs et les auditoires, d'établir des relations avec eux et d'apprendre à les connaître. Les médias sociaux peuvent contribuer à :

- accroître et développer la notoriété d'une marque
- garder une entreprise présente à l'esprit des consommateurs
- augmenter le trafic sur un site Web et le trafic numérique
- stimuler les ventes
- fidéliser les consommateurs

Les médias sociaux sont des outils de marketing très performants!



# Influence sur les décisions de voyage



Les voyageurs utilisent les médias sociaux pour obtenir des recommandations sur les endroits à visiter, l'hébergement et les choses à faire.

Le contenu visuel étoffé, qui fournit une vision réaliste de leur expérience de voyage, valide la décision d'achat. Il ajoute un facteur de confiance et d'authenticité, renforçant la crédibilité et l'image de marque tout en faisant connaître les produits et l'offre touristique. De plus, le contenu très visuel (photos et vidéos) donne de meilleurs résultats sur toutes les plateformes.

En plus du contenu de marque, le contenu généré par les utilisateurs (CGU) valorise la marque. Les consommateurs sont plus attirés par ce contenu, plus authentique à leurs yeux, et ils feront souvent plus confiance aux images ou aux commentaires générés par leurs pairs. Leur opinion devient une recommandation qui a une grande influence sur leurs décisions d'achat.

L'utilisation des CGU dans les médias sociaux est une tendance qui prend de l'ampleur en 2021 et qui peut améliorer l'expérience client à un moment où celle-ci n'a jamais eu autant d'importance.



Sources: <https://www.socialmediatoday.com/news/7-digital-marketing-trends-of-focus-for-2021/592857/>; <https://www.evokad.com/destination-marketing-a-guide-to-social-media>

# Trousse d'outils sur les médias sociaux pour les exploitants

