

Dossier technique

Campagnes Réseaux Sociaux 2024

FRANCE ET BASSIN DE VIE

Hérault Tourisme reconduit et densifie ce dispositif partenarial.
L'intégration des campagnes ads au plan d'action partagé permet de mutualiser ingénierie et moyens.

Pour chaque campagne sponsorisée (Facebook et/ou Instagram), vous définissez :

- **L'identité de l'annonceur :**
 - Nous avons la possibilité et vous préconisons d'utiliser le nom de votre page pour diffuser vos campagnes sponsorisées.

- **Vos objectifs :**
 - Diffusion de vos vidéos pour développer la notoriété de votre destination et susciter des envies de découvertes (visibilité).
 - Génération de trafic : générer des visites sur vos sites web.
 - Accroître vos communautés sociales (recrutement et fans ou de prospects)









- **Vos profils des clientèles :**
 - L'objectif est de cibler précisément l'audience de vos campagnes selon les centres d'intérêt des clientèles (âge, sexe, habitude de consommation...). *L'ADT vous apporte son expertise pour mieux procéder à ce ciblage et optimiser les coûts de vos campagnes.*

- **La durée et le coût de vos campagnes :**
 - Elle est variable selon plusieurs facteurs, la taille de l'audience visée, le type d'objectif choisi, et bien sûr le montant investi.
Par exemple, 100€ = une audience de 20 à 30 000 personnes (selon le ciblage) et 200 à 400 clics générés sur votre site web.

Direction du Marketing et de la Communication

Eric Brendle – ebrendle@herault-tourisme.com – 04 67 67 71 35
David Queffelec – dqueffelec@herault-tourisme.com – 04 67 67 71 24

ELEMENTS TECHNIQUES

Objectifs Stratégiques	Objectifs de campagnes	Supports possibles	Médias Possibles	Besoins complémentaires
Recrutement	Gain de Fans		1 photo	Être "annonceur" de votre page
Trafic Web	Clics Web	  	Photo(s), vidéo, carrousel...	lien vers landing page préparée
Visibilité	Vues Vidéo	 	Vidéo	fichier de la vidéo (non le lien)
	Engagement (boost)		Photo(s), vidéo, carrousel...	Publication créée par votre CM, diffusée sur votre page et être "annonceur" de votre page
	Evénement (boost)		-	

Pour info, voici les coûts moyens au clic constatés par objectif:

Gains de fans :	0,90 €
Clics web :	0,14 € (0,08 € pour les jeux-concours)
Vues vidéo :	0,01 €
Engagement :	0,03 €
Evénement :	1,50 €

VOS CONTENUS

La qualité des contenus proposés est une donnée centrale au succès de la campagne. Des vidéos « punchy », des photos séduisantes, chaleureuses et immersives (sans texte), des textes courts et accrocheurs.

Pour les objectifs de Clics Web, il convient d'apporter un soin tout particulier à la page d'atterrissage visée.

Pour les diffusions via Instagram (**), notamment en story (format que nous recommandons sur ce réseau social), vidéos courtes (20 sec.) ou photos sont à produire en format portrait.

(**) Rappel : l'audience d'Instagram n'est pas la même que sur Facebook, plus jeune, plus « citadine ». Il convient d'ajuster les contenus à ces différences, même pour une campagne similaire.

VOS AXES ET DATES DE COMMUNICATION

Au plus vite après réception du dossier technique, merci de retourner le tableau « programmation de vos campagnes » à ebrendle@herault-tourisme.com & dqueffelec@herault-tourisme.com

- **Programmation de vos campagnes :**

Montant de votre investissement à l'année : _____ €

	Périodes d'affichage	Axe de communication ou thématique (ex. : circuit VTT, ...)	Facebo ok	Instag ram
Campagne 1				
Campagne 2				
Campagne 3				
Campagne 4				
Campagne 5				
Campagne 6				
Campagne 7				
Campagne 8				
Campagne 9				
Campagne 10				
Campagne 11				
Campagne 12				
Campagne 13				
Campagne 14				
Campagne 15				

Fiche technique des campagnes à nous communiquer avant chaque annonce

(à retourner à Eric Brendle et David Queffelec – ebrendle@herault-tourisme.com – dqueffelec@herault-tourisme.com – Tél. : 04 67 67 71 35 – 04 67 67 71 24)

Merci de nous retourner le tableau ci-dessous pour chacune de vos campagnes **15 jours** avant la date de parution.

CAMPAGNE 1 (Tableau à dupliquer pour chacune de vos campagnes)				
Objectifs	<input type="checkbox"/> Trafic vers site web <input type="checkbox"/> Visibilité, notoriété (vidéo, engagement,...) <input type="checkbox"/> Recrutement de fans			
Date de parution				
Montant investi pour cette campagne				
Support(s) de diffusion	<input type="checkbox"/> 		<input type="checkbox"/> 	
Ciblage de l'audience	Tranches d'âges	Sexe	Zones géographiques (villes) +/- 80 Km	Centres d'intérêt
		M F		
Titre de l'annonce (5 mots)				
Contenus éditoriaux (10 à 15 mots)				
Lien de la page de destination ou URL				
Visuel pour campagne 	2 ou 3 visuels format variable : carré, paysage ou portrait.			
Visuel pour campagne 	2 ou 3 visuels format « portrait » pour story, carré pour fil d'actu.			