Votre présence sur les réseaux sociaux est-elle prête à donner envie ?

: ouvrez votre page comme si vous étiez un futur visiteur. Cochez chaque point et repérez ce qui est faux, manquant ou à améliorer. Commencez par corriger les informations essentielles, puis améliorez vos contenus progressivement.

1. Les fondamentaux de votre page

IDENTITÉ & ACCÈS

- ☐ Le nom et la catégorie de mon établissement sont clairs.
- ☐ La photo de profil et la couverture sont lisibles et adaptées.
- ☐ La page est bien accessible aux personnes qui doivent la gérer.
- ☐ Les coordonnées et les liens sont corrects.

INFORMATIONS PRATIQUES

- ☐ L'adresse ou la localisation est facile à trouver.
- ☐ Les horaires habituels et saisonniers sont à jour.
- ☐ Le téléphone, le site et le lien de réservation fonctionnent.
- ☐ Les services et l'offre sont compréhensibles rapidement.
- ☐ Les messages et commentaires sont consultés et reçoivent une réponse.

2. Choisir son minimum efficace

MON CAP

- ☐ J'ai choisi un réseau prioritaire, là où mon public est présent.
- ☐ Je sais ce que je veux obtenir : donner envie, informer, fidéliser ou faire réserver.
- ☐ Je peux expliquer en une phrase ce qui rend mon offre intéressante.

MON RYTHME

- ☐ J'ai choisi une fréquence réaliste que je peux tenir.
- ☐ Je préfère une page modeste mais vivante à un calendrier intenable.
- ☐ J'ai prévu un petit créneau pour préparer mes contenus.

À retenir : commencer petit n'est pas faire mal. C'est se donner une chance de durer.

Des contenus simples, utiles et authentiques

Pas besoin de publier tous les jours ni de produire des vidéos compliquées.

3. Mes trois familles de contenus

01 • LE LIEU

☐ Je montre le cadre, les détails, les paysages, les espaces ou les saisons.

☐ Je varie les angles : une vue d'ensemble et des détails.

02 • L'EXPÉRIENCE

☐ Je montre ce que le visiteur va faire, découvrir ou ressentir.

☐ Je privilégie une photo en situation plutôt qu'une simple liste de prestations.

03 • LES HUMAINS

☐ Je présente les personnes qui font vivre le lieu : équipe, chef, guide, producteur…

☐ Je partage une anecdote, un conseil ou les coulisses de mon activité.

4. Avant de prendre une photo ou une vidéo

LES BONS RÉFLEXES

☐ Je nettoie l'objectif du smartphone.

☐ Je privilégie la lumière naturelle.

☐ Je stabilise le téléphone et vérifie que l'image est nette.

☐ Je montre un détail et/ou une vue d'ensemble.

LES POINTS DE VIGILANCE

☐ J'évite le contre-jour qui rend la scène illisible.

☐ Je vérifie que l'horizon n'est pas penché.

☐ J'évite les visuels flous ou trop chargés.

☐ Je choisis des images fidèles à l'expérience réellement proposée.

5. Rédiger une légende sans y passer la soirée

1 • UNE ACCROCHE

☐ Une phrase qui donne envie ou suscite la curiosité.

2 • LES INFOS UTILES

☐ Je précise quoi, où, pour qui et/ou quand.

☐ Je reste concret : une idée principale par publication.

☐ J'utilise les mots-clés qui décrivent précisément mon lieu ou mon activité.

3 • UNE ACTION

☐ Je propose une suite claire : enregistrer l'idée, poser une question, découvrir l'offre ou réserver.

☐ Je relis mon texte et supprime les détails inutiles.

La bonne question avant de publier : « Est-ce que cette publication aide quelqu'un à choisir ? »

Garder une page vivante sans y passer ses journées

Une routine courte vaut mieux qu'une bonne résolution qui ne dure pas.

6. Ma vérification avant chaque publication

LE CONTENU

☐ La publication a un objectif clair.

☐ Elle montre le lieu, l'expérience ou les personnes.

☐ La photo ou la vidéo est nette et fidèle à la réalité.

☐ La légende commence par une accroche et donne les informations utiles.

LE PASSAGE À L'ACTION

☐ La localisation ou les informations nécessaires sont accessibles.

☐ Le texte propose une action simple si c'est pertinent.

☐ Les informations sont cohérentes avec mon site et ma fiche Google.

☐ Je suis prêt à répondre aux questions suscitées par la publication.

7. Ma routine de départ

UNE HEURE PAR MOIS

☐ 10 min — Lister 3 idées de publications.

☐ 20 min — Prendre quelques photos et vidéos.

☐ 20 min — Rédiger les légendes et programmer les publications.

☐ 10 min — Vérifier les informations et les messages.

CHAQUE SEMAINE

☐ Je prévois au minimum 10 minutes pour consulter les commentaires et messages privés et y répondre.

☐ Je regarde si des informations ont changé et doivent être mises à jour.

8. Mon mini-audit : ma page répond-elle en 5 secondes ?

☐ Est-ce récent ? Les publications donnent-elles le sentiment que l'activité est vivante ?

☐ Est-ce clair ? Comprend-on rapidement ce que je propose et à qui cela s'adresse ?

☐ Est-ce que ça donne envie ? Peut-on se projeter dans l'expérience ?

☐ Sait-on quoi faire ensuite ? Les coordonnées et le moyen de réserver ou de demander des informations sont-ils faciles à trouver ?

Mes 3 priorités après le webinaire

1. _____

2. _____

3. _____

Pour aller plus loin

Meta Business Suite : outil gratuit pour programmer les publications Facebook et Instagram.

Google : gardez votre fiche établissement et vos réseaux sociaux cohérents : mêmes horaires, coordonnées et informations pratiques.

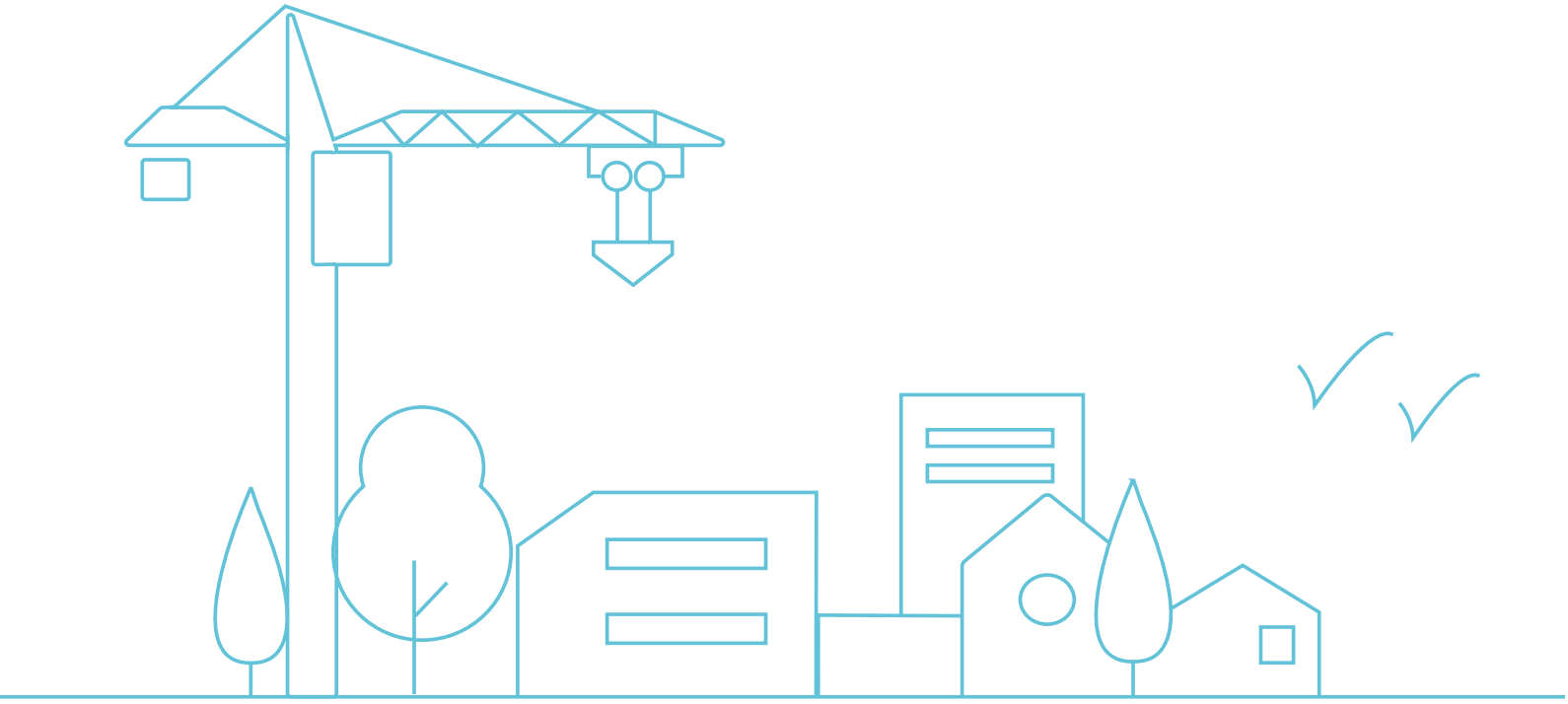
Votre prochaine publication : Quel lieu ? Quelle expérience ? Quel humain ? Vous avez déjà votre première idée.

Loire-Atlantique développement
Aménager autrement

Loire-Atlantique développement œuvre au service d'un tourisme équilibré et durable, en lien avec les partenaires et professionnels locaux. Elle conseille également les collectivités dans leurs projets de mise en tourisme.

La direction Tourisme durable contribue à la mise en œuvre de la politique touristique du Département de Loire-Atlantique. Dans ce cadre, elle valorise une offre diversifiée tout en veillant à sensibiliser les professionnels, les habitants et les touristes à des pratiques plus responsables.

Noémie ANDRÉ
Social Media Manager
Communication et Promotion touristique
Direction du Tourisme Durable
n.andre@lad44.fr



Loire-Atlantique développement
2 bd de l'Estuaire – CS 66207
44262 Nantes Cedex 02
Tél. : 02 40 20 20 44

www.loireatlantique-développement.fr