



Dordogne
Valley

Welcome to Dordogne Valley

**PRESENTATION DE L'ACTION:
« RESEAUX SOCIAUX » - JUIN 2016**

Welcome to Dordogne Valley

PRESENTATION DE L'ACTION: « RESEAUX SOCIAUX » - JUIN 2016

- 1. Rappel du contexte & des objectifs de l'action**
- 2. L'animation de la page *Welcome to Dordogne Valley* par le CM
& l'audience de cette page**
- 3. Le recrutement de fans & l'élargissement de la communauté**
- 4. Les accueils blogueurs, la création de contenus par cette
communauté d'ambassadeurs**

RAPPEL DU CONTEXTE

OBJECTIFS

- Développer l'audience & la notoriété de la marque de destination *Dordogne Valley* à l'international via une présence mutualisée sur les réseaux sociaux
- Créer une communauté de fans & d'ambassadeurs autour de la marque *Dordogne Valley*
- Influencer les internautes pendant la phase de préparation de leur voyage & les inciter à produire du contenu, à partager leur expérience pendant leur séjour

BUDGET 24 000€ / 2016

OUTILS & ACTIONS ASSOCIES

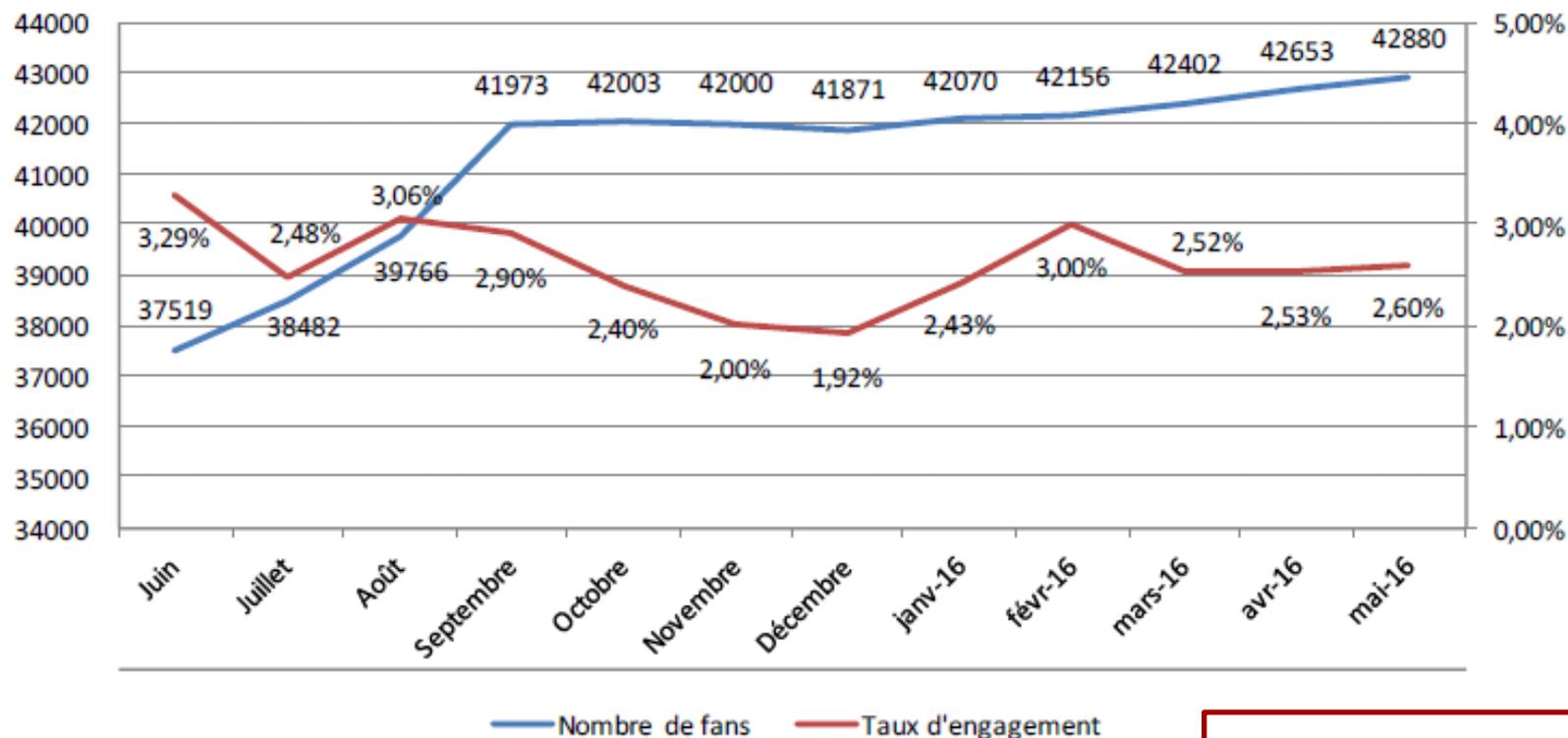
- L'Aéroport Brive Vallée de la Dordogne & les partenaires du groupe de travail de l'aéroport ont mis au « pot commun » leur **page Facebook** « *Welcome to Dordogne Valley* » créée en 2012. Déjà existante et efficace (40 000 fans fin 2015), elle a été élargie au périmètre du contrat
- **Recrutement** de nouveaux fans via des **campagnes Facebook Ads**
- Création de **contenu expérientiel** via l'organisation de **3 blog Trips** sur l'année (UK)

LA PAGE FACEBOOK

WELCOME TO DORDOGNE VALLEY

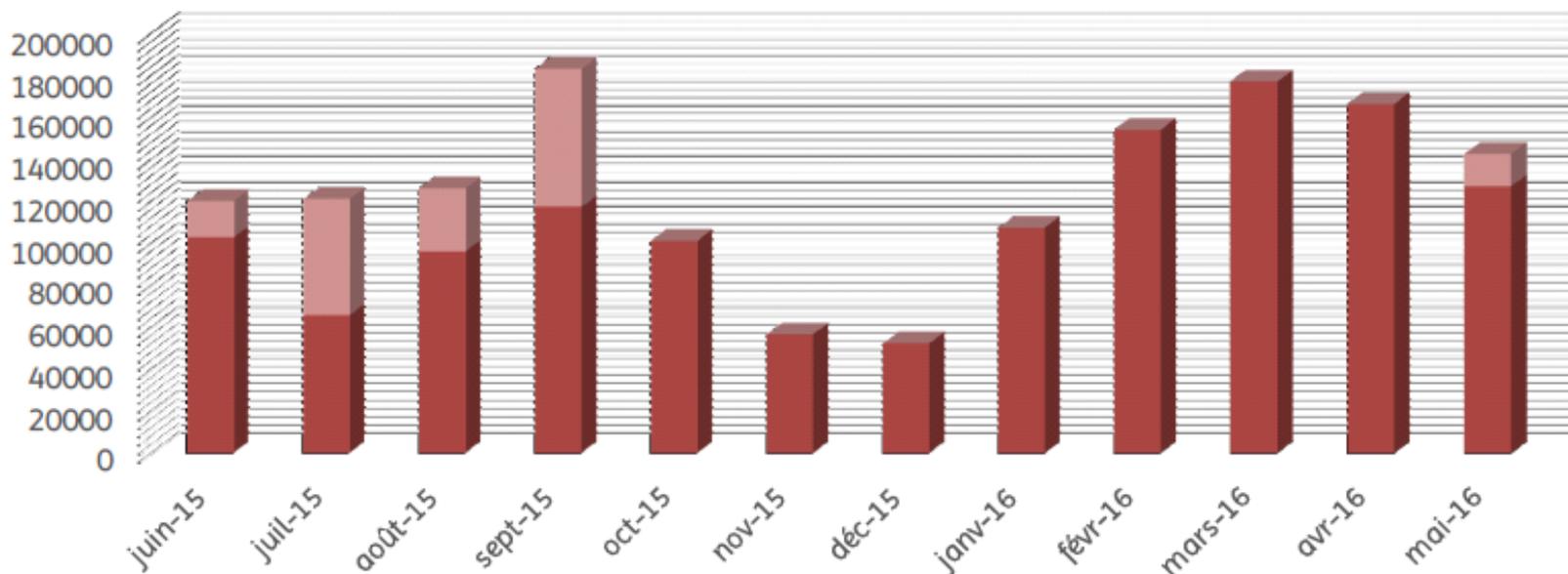
LES CHIFFRES CLES

Evolution fans et engagement



JUIN 2016: 45 000 FANS

AUDIENCE DE LA PAGE



	juin-15	juil-15	août-15	sept-15	oct-15	nov-15	déc-15	janv-16	févr-16	mars-16	avr-16	mai-16
Portée payée	17334	55387	30117	65992	0	0	0	0	0	0	0	15569
Portée organique	103001	65869	96247	117456	101313	56549	52172	107564	154380	177285	166616	127258

■ Portée organique ■ Portée payée

COMPTE INSTAGRAM ASSOCIE

- En parallèle de la page Facebook, l'Aéroport continue à alimenter un compte Instagram (dont le périmètre a aussi été élargi) #welcometordognevalley
- Ce compte permet, notamment lors des accueils blogueurs, de faire un renvoi et un lien au contrat
- A ce jour, près de **1300 abonnés**



LE RECRUTEMENT DE FANS

En 2016, We Like Travel est en charge de la campagne de recrutement de fans Facebook sur la page « Welcome to Dordogne Valley ».

Un budget de 3783€ a été provisionné sur la période juin-décembre pour du recrutement.

La campagne est divisée en plusieurs ensembles de publicités (fans similaires, Angleterre intérêt Sud Ouest...) pour optimiser au maximum les résultats.

Le cout par fan a été estimé à 0,40€.

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE – 1^{er} BILAN

Sur les premiers jours de campagnes les résultats sont excellents :

- 778 nouveaux fans recrutés
- 178,19€ dépensés
- 16 853 personnes touchées par les publicités
- Un CPF bas à 0,23€



LE RECRUTEMENT DE FANS

QUELQUES EXEMPLES DE PUBLICITE – CAPTURE D'ECRANS

Welcome to Dordogne Valley
Sponsorisé

Like our page and discover everything the Dordogne Valley has to offer.



Welcome to Dordogne Valley
Voyages/loisirs
43 638 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Welcome to Dordogne Valley
Sponsorisé

If you like history, beautiful landscapes and French living, you should like the Dordogne...



Welcome to Dordogne Valley
Voyages/loisirs
43 638 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Welcome to Dordogne Valley
Sponsorisé

Discover the Dordogne Valley's hidden treasures on our page!

[Voir la traduction](#)



Welcome to Dordogne Valley
Voyages/loisirs
43 638 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Welcome to Dordogne Valley
Sponsorisé

Come and discover the Dordogne Valley picturesque landscapes and packed activities.



Welcome to Dordogne Valley
Voyages/loisirs
43 638 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Welcome to Dordogne Valley
Sponsorisé

If you like history, beautiful landscapes and French living, you should like the Dordogne...



Welcome to Dordogne Valley
Voyages/loisirs
43 638 personnes aiment ça.

J'aime la Page

LES ACCUEILS BLOGUEURS

3 blog trips ont été prévus entre mai & septembre 2016:

- du 18 au 22 mai – thématique majeure: Gastronomie & art de vivre
- du 20 au 23 juillet – thématique majeure: Patrimoine, monde souterrain & art pariétal
- du 28 septembre au 2 octobre – thématique majeure: nature & activités de plein air

4 blogueurs anglais (ils étaient 5 au 1^{er} accueil) de grande notoriété seront réunis lors de ces 3 weekends, pour vivre et partager des expériences mémorables sur les médias sociaux.

Chaque blogueur est attendu sur la publication d'au moins un article-bilan de son voyage en Vallée de la Dordogne (hors instagramers), et sur sa participation à la diffusion en direct de l'opération sur les réseaux sociaux avec le hashtag #dordognevalley.

Plusieurs objectifs constituent le fil rouge de cette action :

- Mettre en avant la destination Dordogne Valley, auprès d'une cible Londres et Angleterre
- Valoriser les liaisons aériennes vers Bergerac & Brive, facile d'accès depuis le Royaume Uni
- Séduire à travers les recommandations, les photos, les récits et les articles de véritables influenceurs
- Référencer durablement des expériences positives grâce aux réseaux des blogueurs/instagramers invités
- Booster le hashtag #dordognevalley
- Renforcer la visibilité de la page Facebook Welcome to Dordogne Valley

Ces objectifs ont été atteints lors du 1^{er} accueil de mai.

PRE-BILAN DU 1^{er} ACCUEIL - MAI



5

Blogueurs très influents en provenance d'Angleterre

411

Contenus postés sur les réseaux sociaux à propos du blog trip

39 293

Interactions sur les contenus partagés

1 532 706

Contacts potentiels

> 10

articles déjà postés sur le blog trip

#Dordogne Valley

associé à la majorité des posts + forte utilisation des hashtags #Rocamadour, #Sarlat, #Lot...



Une nouvelle opération très réussie avec une forte visibilité grâce à l'importante audience des blogueurs qui sont devenus de vrais ambassadeurs de la destination.

