

REPORTING RÉSEAUX SOCIAUX CORPORATE

Reporting annuel du 28/02/2022 au 28/02/2023



Facebook

Profil



La page Facebook a été créée en janvier 2022

802 abonnés au total

Engagement

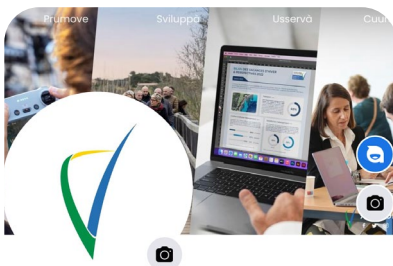


16% Engagement total

Le taux d'engagement correspond au nombre d'interactions des fans (réactions, commentaires, partages, clics et messages privés). Pour Facebook, on considère que le taux d'engagement est bon à partir de 7% à 10%.

Le plus haut taux d'engagement sur le compte de l'Agence du Tourisme de la Corse était au mois de juin,

19,11%



Agence du Tourisme de la Corse - ATC



Promouvoir

Ajouter à la story

Voir les outils



Publications

À propos

Plus ▼

Contenus populaires



Mai 2022 : Journées professionnelles de l'ATC en Castagniccia Mare à Monti



11 611

(Couverture)

136

(Partages, Commentaires)

1 377

(Clic lien)

Mars 2022 : Seconde partie des journées professionnelles de l'ATC Sud Corse



9 802

(Couverture)

152

(Partages, Commentaires)

1 924

(Clic lien)

Mai 2022 : Poursuite de l'educteur des journées professionnelles en Castagniccia



9 554

(Couverture)

183

(Partages, Commentaires)

1 893

(Clic lien)

Les journées professionnelles de l'ATC ont généré beaucoup de trafic sur notre page facebook notamment grâce aux offices de tourisme ont relayé les communications de l'agence.

Le retour de l'ATC au salon de la plongée a aussi suscité beaucoup d'interactions (couverture 4365), suivi de l'interview avec le Responsable des RH de l'agence, Jean-Guillaume Filippi (couverture 4 188) ainsi que le nouveau guide des aides (couverture 3 714).

Profil



La compte Instagram de l'ATC a été créé en mars 2022

971 abonnés au 28 fév 2023 

Au 29 mars 2023, le compte instagram de l'ATC compte 1203 followers, soit 232 nouveaux followers en peu de jours, une tendance qui s'explique par le réel et le jeu concours en partenariat avec Art'è gustu.)

Top posts




Salon international de la plongée - janvier 2023


 79 |  616 |  933


Couverture



77 Total des publications

 Une ligne éditorial définie : les photos et les stories sont chartées

 Plusieurs catégories pour les posts : salon, évènement, workshop, foire, festival, eductour

 Une charte avait été également définie à l'occasion des journées professionnelles

Top reel



Teaser du salon de Bruxelles où la Corse était à l'honneur - février 2023

 76 |  3 916



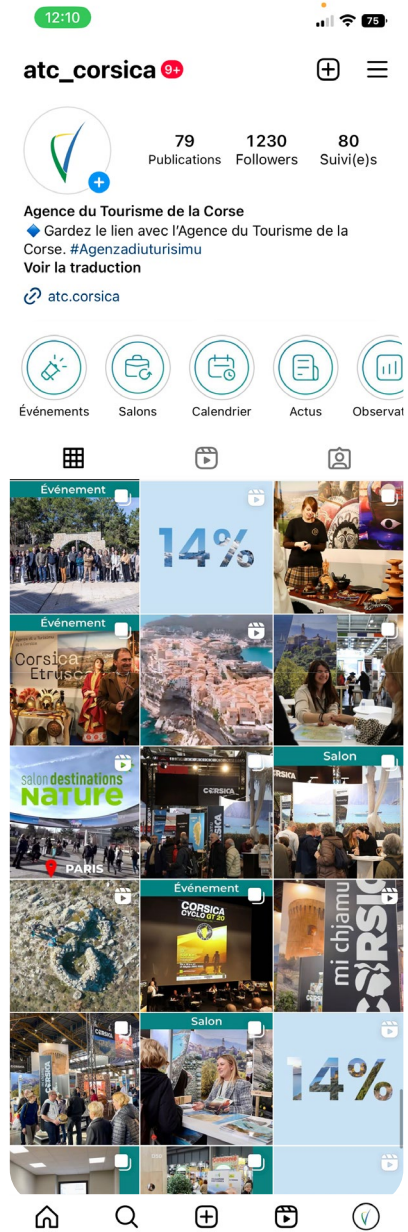
Retour sur le Corsica bike festival - octobre 2023

 85 |  2 268



Conf. de presse Salon des Vacances à Bruxelles - février 2023

 85 |  502 |  743



Profil



La chaîne YouTube a été créée en février 2022

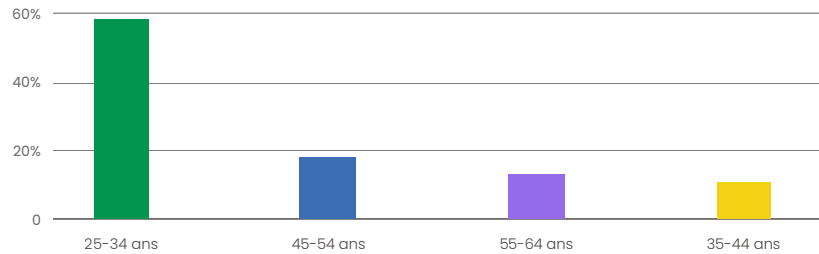
31 abonnés 

La chaîne Youtube de l'ATC est composée de plusieurs playlists: les teasers, les salons, les interviews, paroles de pro, les journées professionnelles de l'ATC.

Âge du spectateur



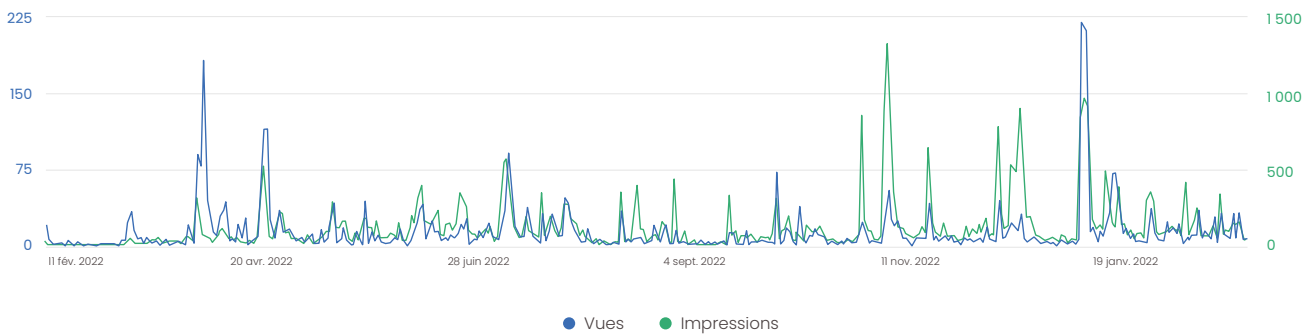
La cible de notre chaîne est la catégorie des 25-34 ans (57,6%) . Suivi par les 45-54 ans (17,7%), les 55-64 ans (11,3) et les 35-44 ans (13,3).



Vues et impressions



La chaîne a enregistré **5 600** vues au total et **48 049** impressions.



Contenus populaires



Interview de Ghjuvan' Matteu Susini, Président de l'OTI Capicorsu

 324 |  1min39 (60,2%) |  542



Bilan des journées professionnelles de l'ATC

 218 |  4min39 (33,7%) |  1 296



L'ATC est présente au Salon de la Plongée Sous-Marine de Paris

 195 |  1min46 (53%) |  1 044

Intégration des shorts en fin d'année, avec le nouveau format "A sapiate?" qui informe sur un chiffre ou une tendance sur le tourisme en Corse. Certains shorts comptabilisent plus de 100 vues, notamment celui sur le cyclotourisme en Corse (130 vues).

Abonnés



On enregistre une très belle hausse du nombre d'abonnés LinkedIn sur la période étudiée.

742 abonnés en février 2022

1 699 abonnés 28 février 2023

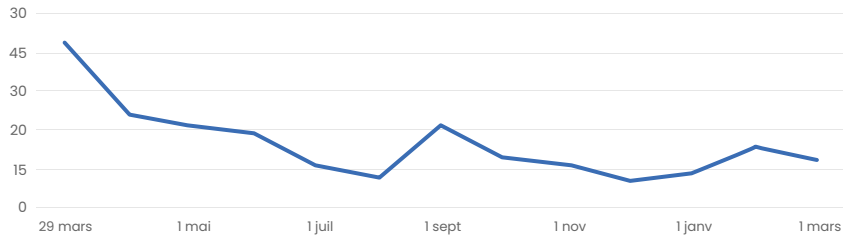
+ 957 ↗ +129%

Engagement



Engagement de la communauté (mars 2022 à mars 2023)

16,26 %



Impressions



Impressions de la communauté (mars 2022 à mars 2023)

133 730



Top 3



Conférence de presse salon des Vacances à Bruxelles

❤️ 88 | ↔️ 05 | 🔗 3430 | 📊 35,2%



Bastia Capitale Européenne

❤️ 161 | ↔️ 11 | 🔗 2819 | 📊 6,1%



L'ATC partenaire du Corsica Bike Festival

❤️ 75 | ↔️ 06 | 🔗 1723 | 📊 25,8%

Twitter

Abonnés



1 030 février 2022 | **3 571** 28 février 2023 | **+ 2 693** ↗ +246%

Contenus populaires



Eductour Bastia

❤️ 22 | ↔️ 04 | 🔗 3292



Eductour Yamaha

❤️ 22 | ↔️ 03 | 🔗 1200



Conclusion

Ce premier bilan annuel des réseaux sociaux est très satisfaisant. Le taux d'engagement est toujours dans la moyenne voire supérieure sur l'intégralité de nos réseaux.

Les 4 événements qui ont suscité le plus d'interactions sur nos réseaux sociaux, tous confondus, sont les suivants :

- Les journées professionnelles de l'ATC : visite dans les 9 territoires PADDUC, rencontres avec les socioprofessionnels du tourisme, les élus des territoires, et les offices de tourisme ;
- La première édition du Corsica bike dont l'ATC était partenaire : événement sportif d'envergure qui accueillait la finale de VTT enduro ;
- Le salon de la plongée : après plusieurs années d'absence, l'ATC s'est déplacée sur l'édition 2023 de ce salon marqué par une forte participation des représentants insulaires de la filière ;
- Le salon des vacances à Bruxelles : la Corse était à l'honneur sur ce salon, une conférence de presse était organisée et c'était aussi l'occasion de lancer le Petit fûté spécial GT20.

LinkedIn



LinkedIn était un réseau déjà existant avec une communauté qui correspond à la cible principale (les socioprofessionnels du tourisme) quasiment toute présente sur ce réseau. Ainsi, le taux d'engagement de 16,26% sur l'année est excellent et témoigne d'une audience soudée, active et satisfaite du contenu. A partir de 5%, le taux d'engagement est considéré comme excellent sur ce réseau. Il est largement dépassé.

Twitter



Le compte twitter a gagné 2 693 abonnés en 12 mois. Les interactions sont très fortes sur ce réseau. Un tweet sur des influenceurs présents sur le territoire a d'ailleurs suscité beaucoup de polémiques et de propos injurieux sur le compte de l'ATC. Ainsi, pour l'année 2023, les tweets seront consacrés à des communications uniquement officielles afin d'éviter des réactions disproportionnées.

YouTube



La création de cette chaîne Youtube a pu croître et s'enrichir durant les journées professionnelles de l'ATC. Toutes les vidéos apportent un contenu qualitatif sur les actions menées par l'ATC et ses partenaires. Les interactions liées à certaines vidéos sont très élevées.

Facebook



Il s'agit du réseau social qui croît plus lentement. Créé en février 2022, il comptabilise un très bon taux d'engagement avec des couvertures des publications correctes mais n'arrive pas à fidéliser comme c'est le cas pour linkedin et instagram. Pour 2023, il s'agira d'attirer de nouveaux visiteurs et de les fidéliser.

Instagram



Le compte instagram de l'ATC n'a cessé de croître durant l'année avec des photos qualitatives et une charte graphique ordonnée qui permet aux abonnés d'identifier rapidement de quel événement il s'agit. L'utilisation du format réel depuis le mois d'octobre 2022 est très apprécié par les abonnés et visiteurs et suscite également beaucoup d'intérêt.

Lexique



J'aime



Partage/Retweet



Impression



Engagement



Vues



Temps de visionnage