

5 ASTUCES À RETENIR DE LA STRATÉGIE RESEAUX SOCIAUX DE



(...ET LA 5EME EST CLÉ
SI VOUS
ÊTES HÔTELIER...)



Le contexte

- Paris 2024 est l'organisateur des Jeux Olympiques 2024 ;
- Leurs réseaux sociaux ont été ouverts avant les JO de Tokyo ;
- Leur principal problème :





Face à

- un nombre incalculable de contenus ;
- et à une cible “clients” très large (tout le monde aime les JO...),

**comment
communiquer sur leurs
réseaux sociaux ?**



Voici
5 astuces à re-utiliser
pour votre propre
stratégie réseaux sociaux

(surtout si vous êtes
hôtelier...)





**Définir
précisément
leurs piliers de contenus
(...et ne pas s'en
détourner!)**



Le risque ?

Avoir trop d'infos et vouloir tout publier sans tri, pour "coller" à l'actu.

Leur choix :

3 piliers clairs et non négociables :

1 - un évènement : les JO

2 - 1 esprit : la fête

3 - 1 lieu : Paris





2

**Tracker la cible de
chaque compte pour
bien savoir à qui on
s'adresse.**





2

Le risque ?

Poster un contenu mal adapté à l'audience d'un réseau (ex: poster en français là où la cible est 80% étrangère)

Leur choix :

Un reporting structuré dès le 1er mois.





3

**Ne surtout pas zapper
Facebook!**





3

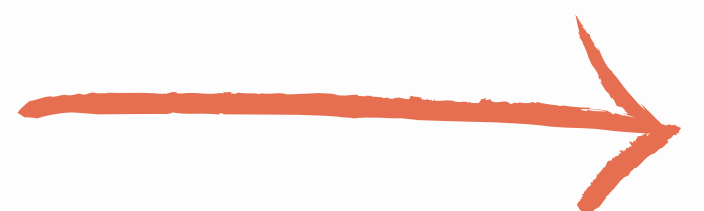
Le risque ?

Penser comme on le lit parfois que facebook est “has been”.

Leur choix :

Pousser Facebook où

- vraie audience de passionnés
- interactions sous posts +++ vs Instagram





4

**Ne pas poster des
contenus trop lisses et
“sortir des clous”**





4

Le risque ?

Vouloir “se caler” sur les réseaux de partenaires institutionnels (ex: CIO) et devenir “fades”.

Leur choix :

Choisir un “ton” éditorial Paris 2024 et accepter seulement les collabs qui matchent avec.





5

Avoir des community managers répartis en disciplines sportives plutôt qu'en plateformes réseaux sociaux.

(ex: le CM "Judo" gère tous les réseaux du judo. Pas de CM global "Insta" qui gérerait toutes les publications Paris 2024 sur insta.)





5

Le risque ?

Des incohérences ou un manque de fluidité sur une même info d'un réseau à l'autre.

Leur choix :

Attribuer un certain nombre d'activités par semaine et les former dessus (règles, sportifs...)



La 5ème est clé si vous êtes hôtelier :

Si vous voulez vendre des chambres via vos réseaux, faites-en un **canal de commercialisation supplémentaire** et confiez les à votre **service commercial** (avec l'assistance de votre CM of course !)



Vous voulez faire de vos réseaux sociaux
un canal de commercialisation
supplémentaire ?

On en parle en MP ou sur
florence@omotenashisocialmedia.com



Je suis Florence Kowalski,
Social media manager
& Ghostwriter
pour les hôteliers.