


**QUELLE EST L'IMPORTANCE DE LA  
COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX  
SOCIAUX DANS LE DOMAINE HÔTELIER ?**

---



Agence web spécialisée dans le secteur de l'hôtellerie depuis près de 20 ans, MMCréation offre les meilleures solutions web à ses clients, afin de les accompagner dans leur stratégie marketing et commerciale.

Notre objectif est de nous réinventer constamment en mêlant créativité et technologie tout en partageant notre savoir-faire et notre expertise. La satisfaction client est notre priorité c'est pourquoi nous sommes toujours à l'écoute pour vous accompagner dans vos projets.



Ce livre blanc résume l'importance de la communication sur les réseaux sociaux dans le domaine hôtelier. Dans un secteur concurrentiel, il s'agit de comprendre comment ces plateformes numériques sont devenues des outils indispensables pouvant convertir et fidéliser de nouveaux clients.



01	PRINCIPAUX ENJEUX DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS L'HÔTELLERIE.	
	• Une clientèle présente sur les réseaux sociaux.....	6
	• Une clientèle influencée par les visuels.....	9
	Un moyen d'être plus proche de la clientèle.....	11
02	COMMENT AGIR SUR SA VISIBILITÉ EN OPTIMISANT SA PRÉSENCE ET SON CONTENU.	
	• Que faut-il poster ?.....	15
	• Quand faut-il poster ?.....	20
	• Quels outils utiliser ?.....	21
03	INSTAGRAM, LE RÉSEAU LE PLUS ADAPTÉ AUX HÔTELIERS.	
	• Un outil visuel et jeune.....	23
	• Les atouts d'Instagram.....	25
	TIK TOK, LE NOUVEL OUTIL INCONTOURNABLE .....	33



# Principaux enjeux des réseaux sociaux dans l'hôtellerie

---



# Une clientèle présente sur les réseaux sociaux

Près de la moitié de la population mondiale utilise les réseaux sociaux. Parmi les 65 millions de Français on recense **49,6 millions d'utilisateurs actifs**, soit **75,9 % de la population** selon le Digital report 2021 de "We are Social Hootsuite".



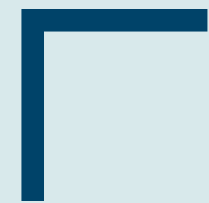
**1 MILLION**  
D'UTILISATEURS ACTIFS  
PAR MOIS



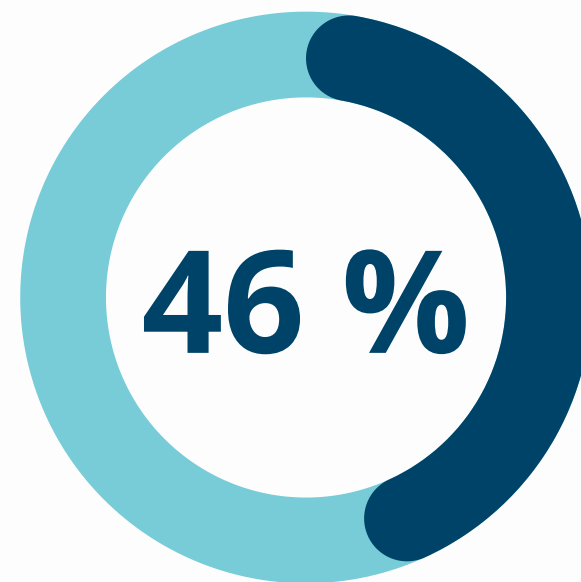
**2,271 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS



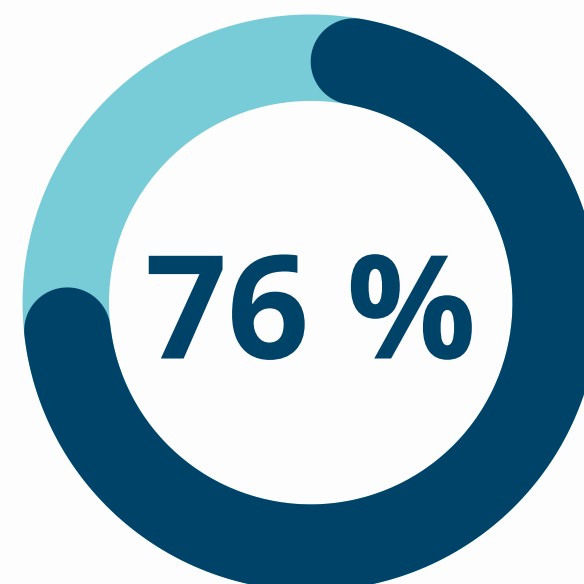
**1 FRANÇAIS SUR 2**  
EST INFLUENCÉ PAR LES  
RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE  
CHOIX DE SA DESTINATION



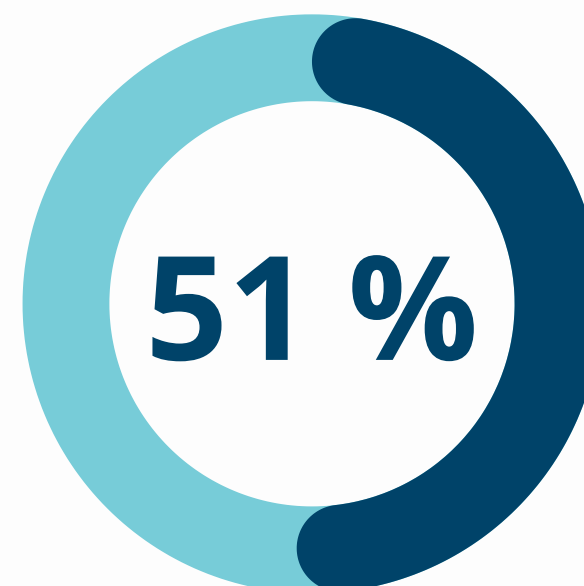
## Quelques chiffres



DES INTERNAUTES AURAIENT ACHETÉ DES PRODUITS OU SERVICES SUR INTERNET LE MOIS DERNIER



DES VOYAGEURS PUBLIENT DES PHOTOS DE LEURS VOYAGES SUR INSTAGRAM.



DES FRANÇAIS UTILISENT LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR S'INSPIRER POUR LEUR PROCHAINE DESTINATION.

**Plus de  
20%**

UTILISENT LES  
RÉSEAUX POUR  
CHERCHER DES HÔTELS

**#**

**1 MILLION** D'HASHTAGS  
RELATIFS AU VOYAGE  
SONT CHERCHÉS  
CHAQUE SEMAINE

**1h22**

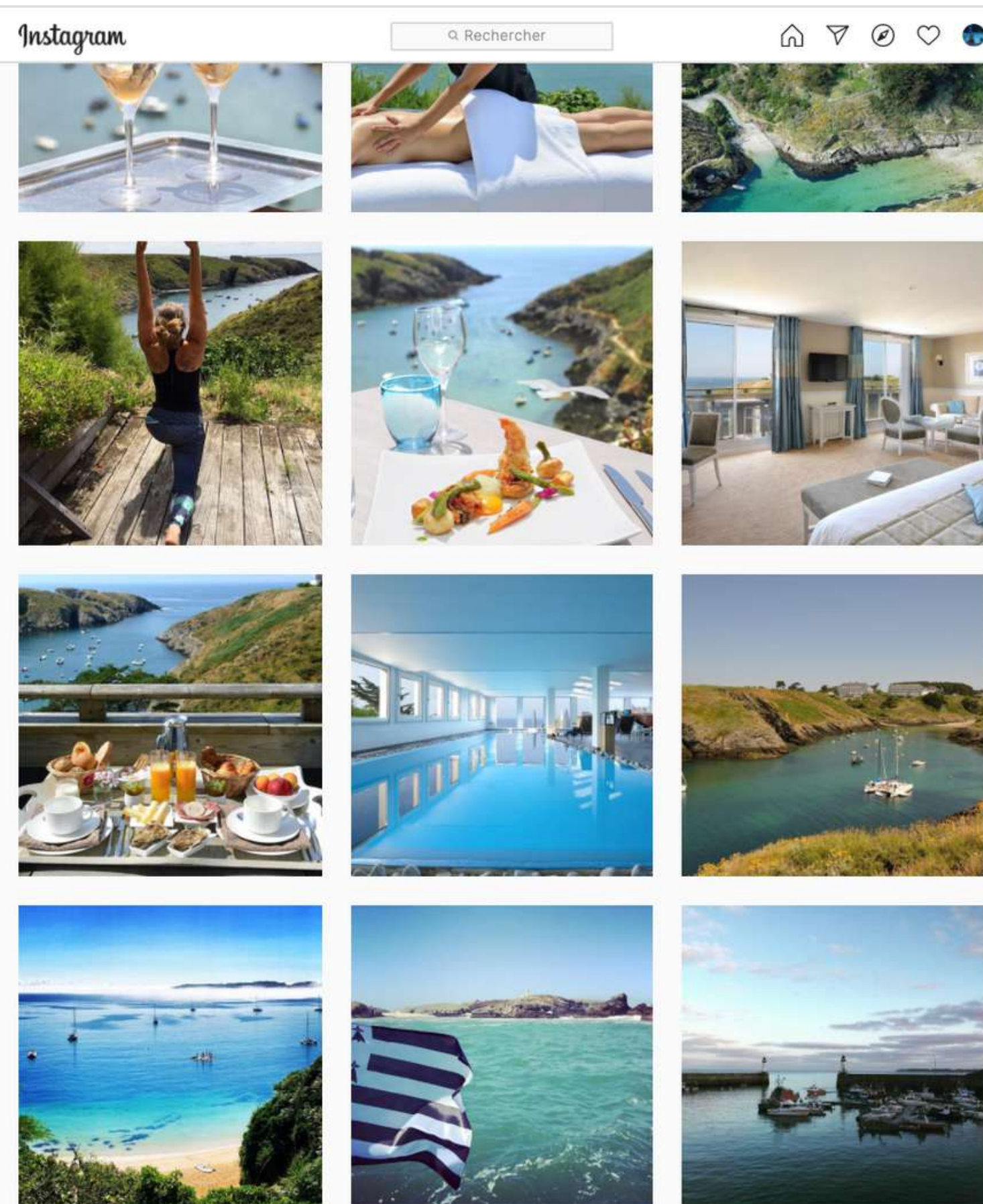
PAR JOUR SUR LES  
RÉSEAUX SOCIAUX EN  
FRANCE

Il est donc devenu indispensable pour les hôtels d'être présents et de diffuser du contenu sur les réseaux sociaux. Ils doivent faire partie de votre **stratégie marketing digital** que ce soit pour augmenter votre **visibilité**, votre **taux d'adhésion** ou encore **booster vos réservations**.



# UNE CLIENTÈLE INFLUENCÉE PAR LES VISUELS

Hotel l'Castel Clara



Les clients sont de plus en plus sensibles à l'esthétisme de l'hôtel, et du cadre en général. **D'après Booking, 32% de leurs utilisateurs disent privilégier les établissements photogéniques.** Les hôtels ont donc tout intérêt à utiliser les réseaux sociaux pour mettre en avant leurs photos et ainsi attirer cette clientèle.



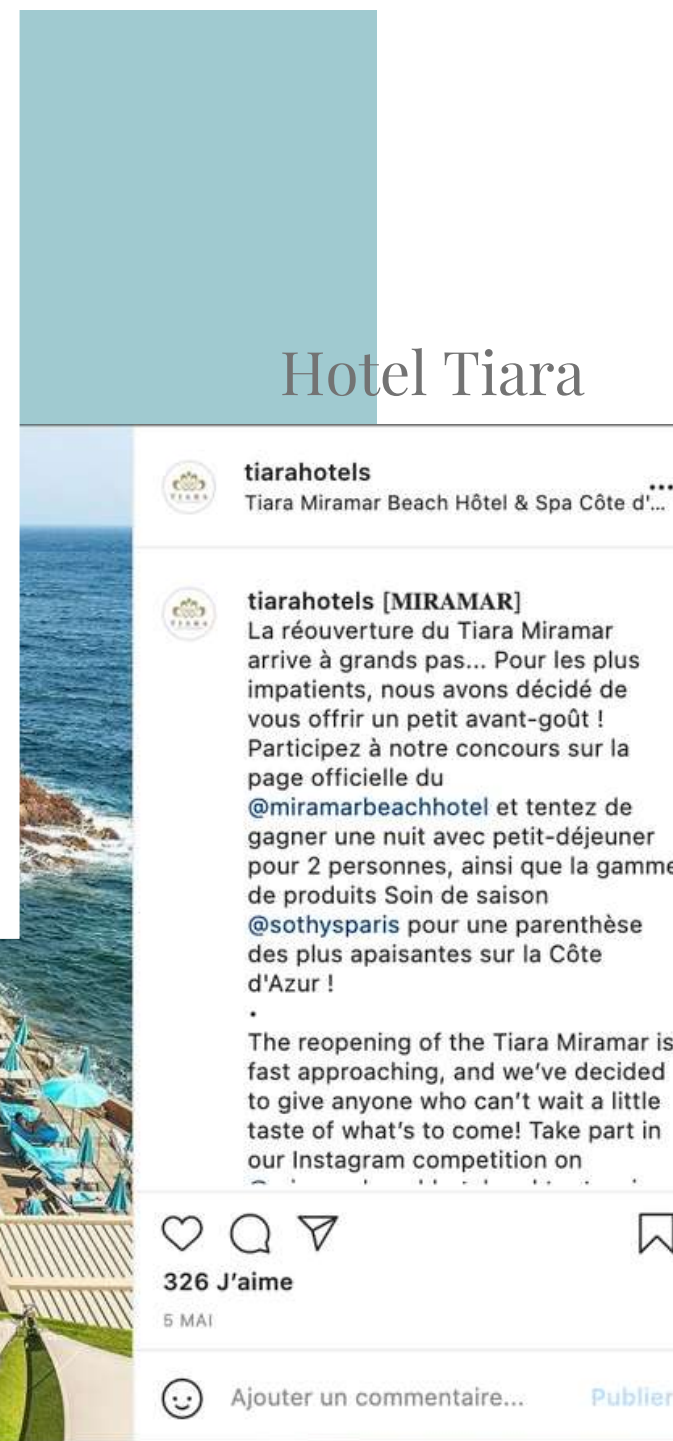
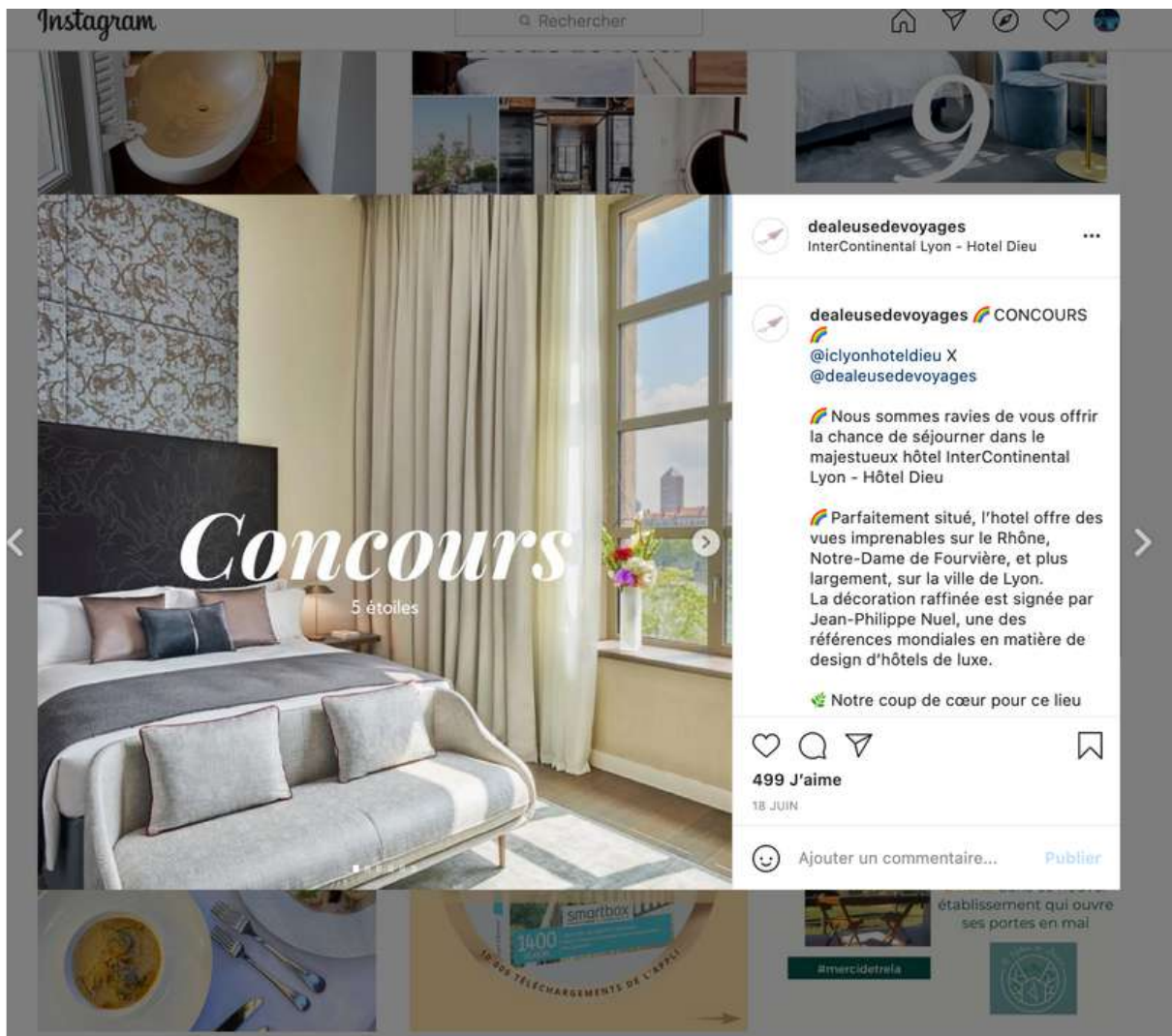
## LES RÉSEAUX SOCIAUX ONT UN RÉEL IMPACT SUR LE CHOIX DE L'HÔTEL

Ceci se retrouve encore plus particulièrement chez les plus jeunes, car pour **40% des consommateurs de moins de 30 ans**, l'instagramabilité de la destination est un facteur décisionnel important.

Ils vont donc réfléchir avant même de réserver, à l'opportunité qu'ils auront de faire de belles photos pour les réseaux sociaux.



# UN MOYEN D'ÊTRE PLUS PROCHE DE LA CLIENTÈLE



Hôtel Thalazur  
Cabourg



Les réseaux sociaux intègrent davantage les clients et attirent plus facilement des prospects, **le lien social est renforcé.**

En proposant des ventes flashes et des **concours**, les internautes participent et donnent de la **visibilité à l'hôtel.**

De plus l'**interaction** sera plus personnelle et plus exclusive, une **communauté** va se former et la fidélisation sera alors facilité.



92%

des individus donnent leur confiance aux recommandations de leurs proches et de leur communauté plutôt qu'aux publicités.

Hôtel Okko

Hôtel Okko



A travers leurs posts, en donnant leurs avis et en interagissant sur votre compte, ils deviennent alors des ambassadeurs et des "consommacteurs" pour votre hôtel.



**Comment agir sur sa visibilité  
en optimisant sa présence et  
son contenu ?**

---



“

*Selon une étude menée par Paul Martin Lester. Nous retenons **80%** de ce que l'on voit contre 20% de ce que nous lisons.*



Que faut-il poster ?

Hôtel Régina

L'utilisation des visuels est donc primordiale pour susciter l'intérêt des clients.

Il est important de présenter l'ensemble de vos services proposés lors d'un séjour.



lebristolparis  BONJOUR PASCAL HAINIGUE 

L'équipe du Bristol Paris souhaite la bienvenue à [@pascalhainigue](#), son nouveau Chef Pâtissier ! Nous avons hâte de découvrir ses créations 3 étoiles à Epicure, autour d'un tea time au Café Antonia, au 114 Faubourg ou encore à emporter à l'Epicerie ✨



Hôtel Lebristol

# Les actualités

---

Partagez les **actualités** de votre établissement, n'hésitez pas à **partager en story** l'envers du décor pour montrer l'ambiance de votre hôtel et ainsi créer de la **proximité** avec votre clientèle.

---



Le Domaine de la Corniche



# Les événements

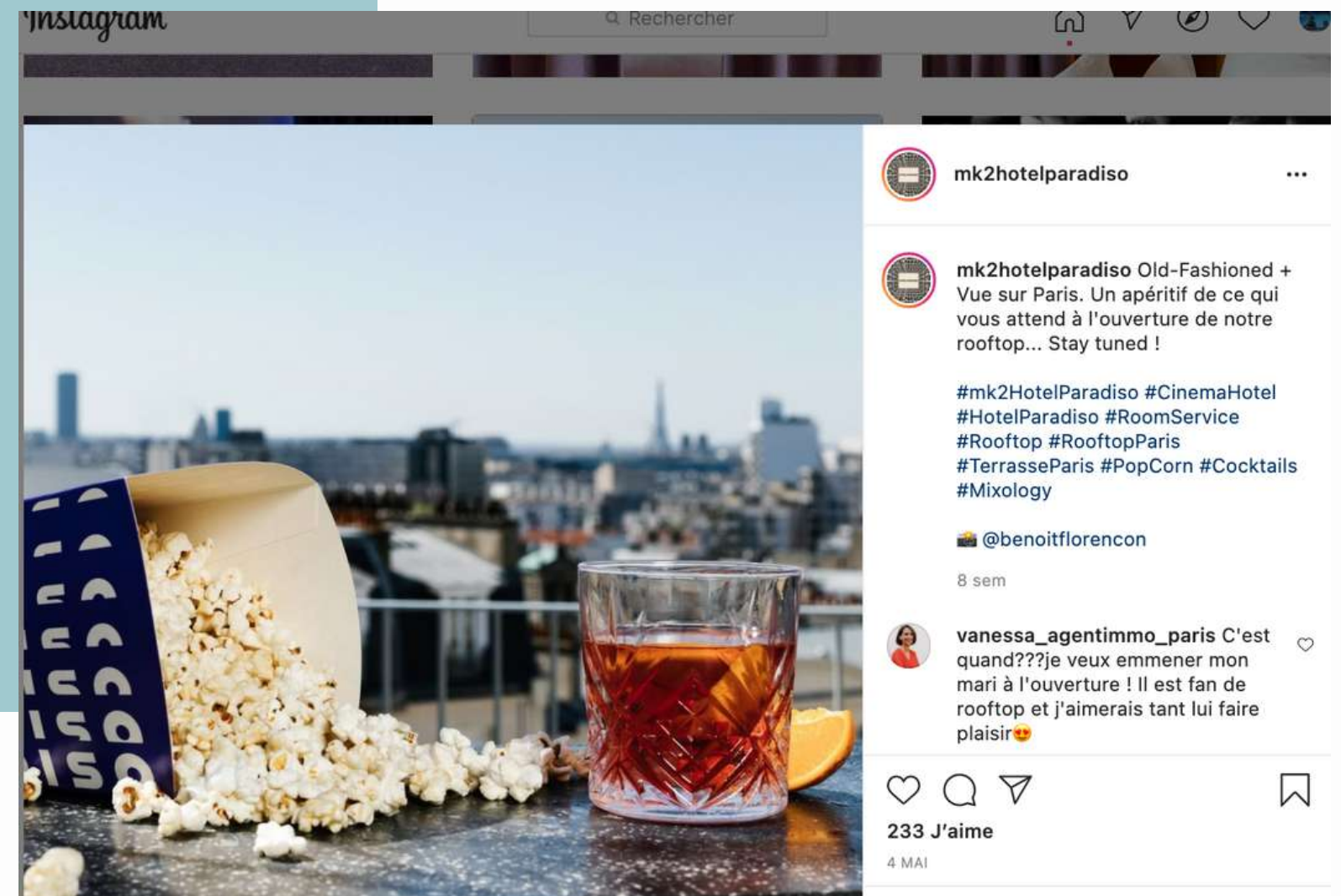
Servez-vous des **événements** autour de votre hôtel, des fêtes, des événements sportifs, des salons pour répondre à un besoin à **court terme**.

# Faites profiter à votre communauté de **ventes flash** et du **day use**



Hôtel Mk2paradiso

Cela renforcera votre **clientèle de proximité**, car celle-ci fonctionne sur le principe de la **spontanéité** et de la facilité.



Hôtel Mk2paradiso

**Chaque réseau social a ses spécificités, il vous faut adapter vos contenus et varier le type de publications entre informatif et publicitaire.**



## **Facebook**

Pour l'information, il utilise des Call to action pour réserver et être redirigé sur la page web de votre site.



## **LinkedIn**

Pour augmenter sa visibilité auprès d'une clientèle professionnelle



## **Instagram**

Transporter le client, le faire rêver et découvrir de nouveaux lieux.

# Quand faut-il poster ?



Les réseaux sociaux demandent de la **régularité**, votre compte doit toujours être alimenté et être le plus **dynamique** possible.

Il est conseillé de mettre environ **3 posts** par semaine. L'objectif n'est plus seulement de présenter vos services mais **d'interagir** avec vos clients.

ils vous faut donc trouver les **bons moments** pour rentrer en contact avec eux. Votre audience est plus susceptible de voir votre contenu du **lundi au mercredi** entre **9 h et 12 h**.

# Quels outils utiliser ?



Photoshop

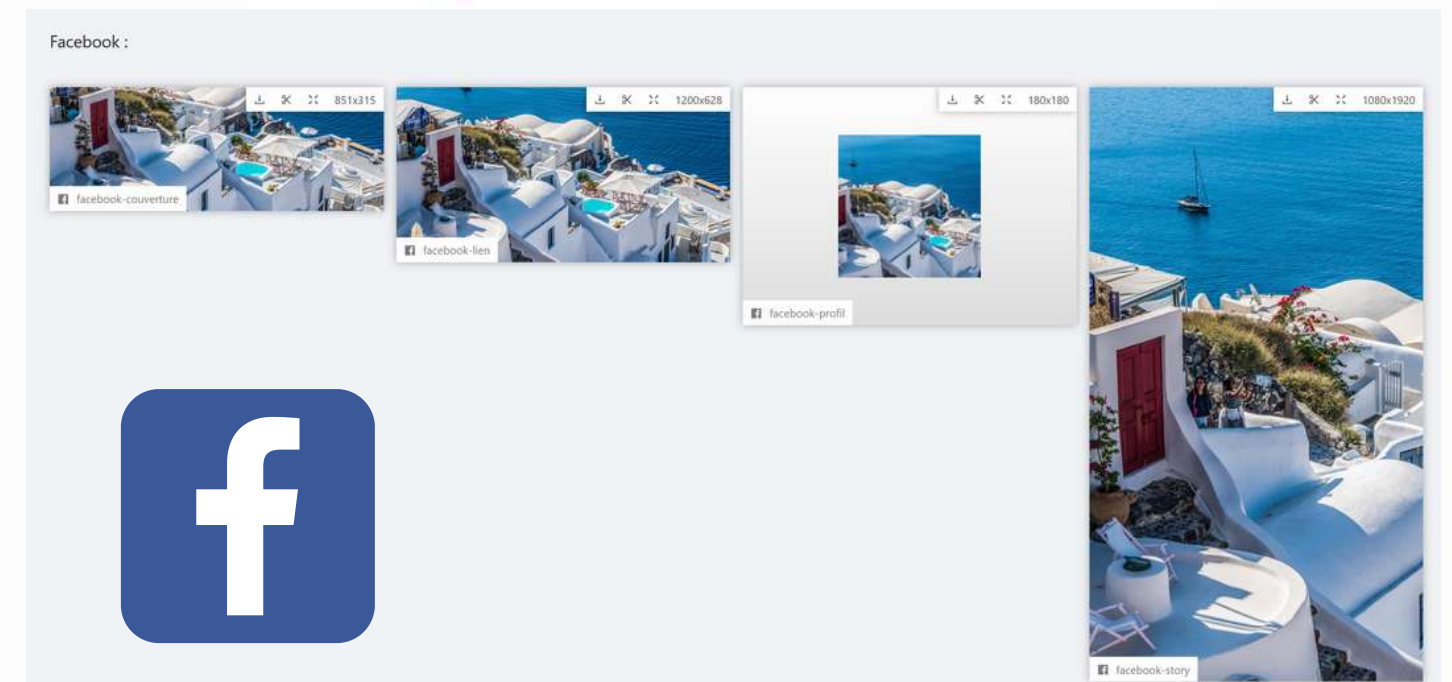
Pour avoir des jolis visuels vous pouvez utiliser des logiciels tels que photoshop qui vous permettent de retoucher votre photo



Buffer

Vous pouvez aussi utiliser des outils pour programmer vos publications comme Buffer qui permet de connecter 6 réseaux et d'accéder a vos statistiques par publication ( engagement, conversion ... )

**MMCréation** a aussi instauré dans l'un de ses derniers produits, **Hapidam**, une fonctionnalité qui vous permet de reformater vos photos selon le réseaux social.





# Instagram, le réseau le plus adapté aux hôteliers

---



# Un outil visuel et jeune

Instagram est l'endroit idéal pour toucher la **génération Y** et vous constituer une collection de photos de votre établissement.

C'est aussi une plateforme qui vous permet de **mieux cibler vos clients** et **leurs besoins** selon ce qu'ils aiment faire, les comptes qu'ils suivent...

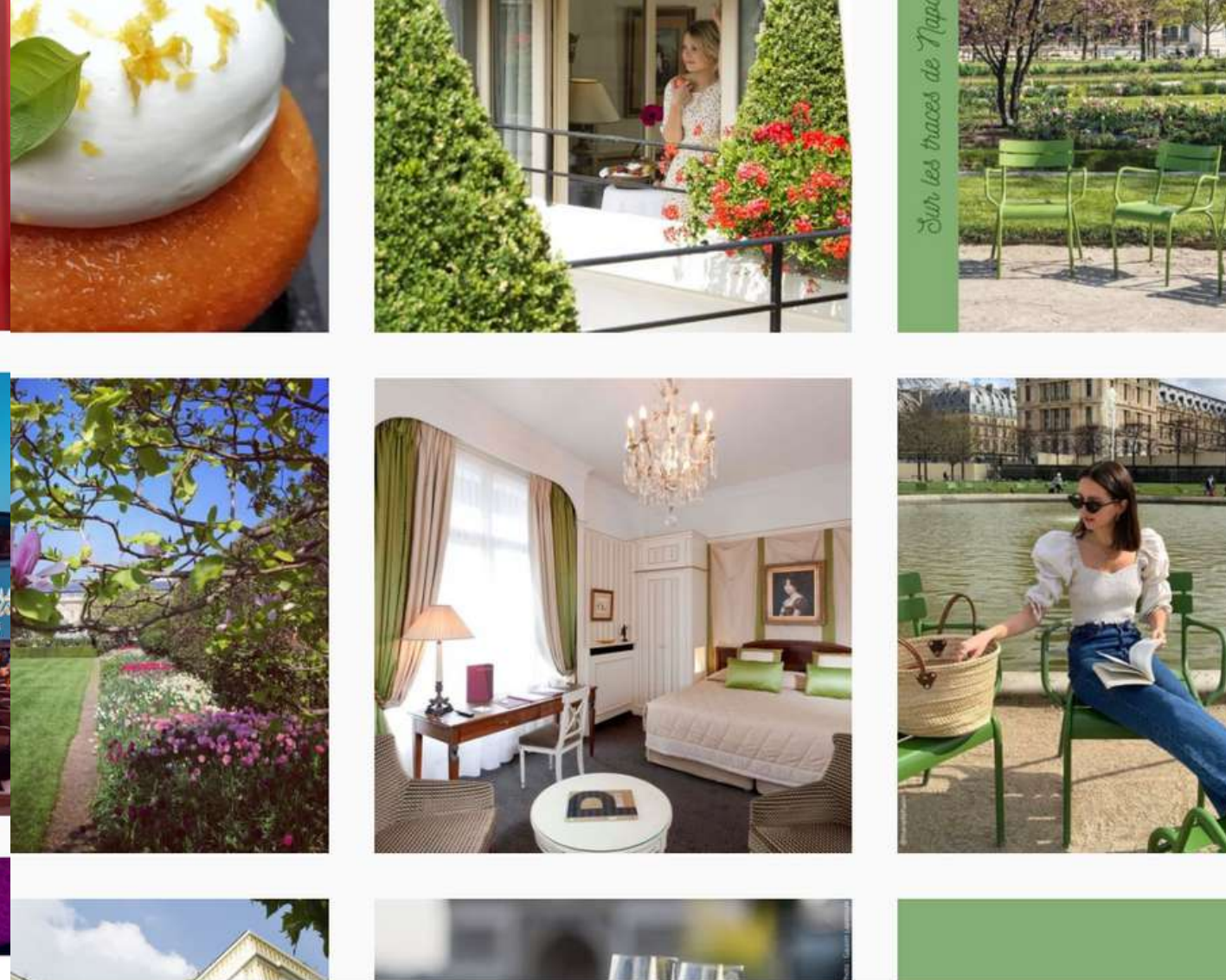
Plus de **60%** des utilisateurs de la plateforme déclarent avoir déjà **découvert un nouveau produit par le biais d'Instagram**

Instagram

Rechercher



Hôtel Lancaster



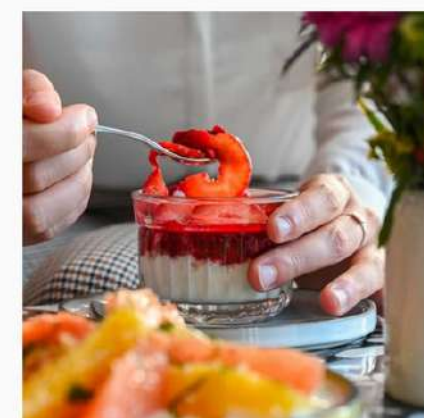
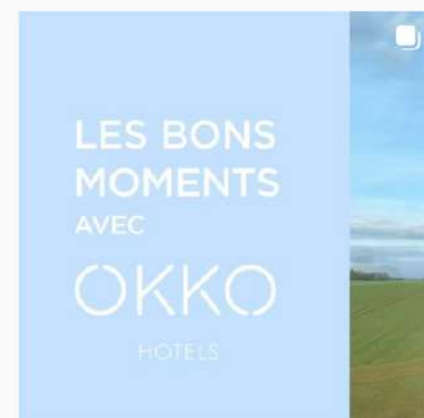
C'est pourquoi votre compte doit être composé de photos qui transportent l'internaute dans l'univers de l'hôtel. On doit retrouver sur votre feed l'image, les valeurs de votre établissement.

Hôtel Napoléon Paris

Hôtel Okko

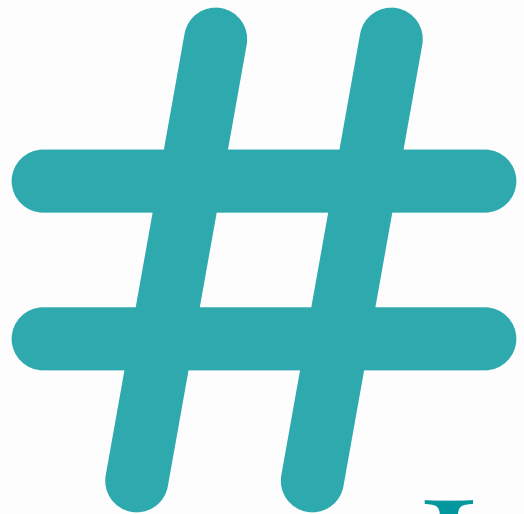
Hôtel MK2 paradiso

Plus de **200 millions** d'instagrammeurs consultent **au moins un profil** professionnel par jour.





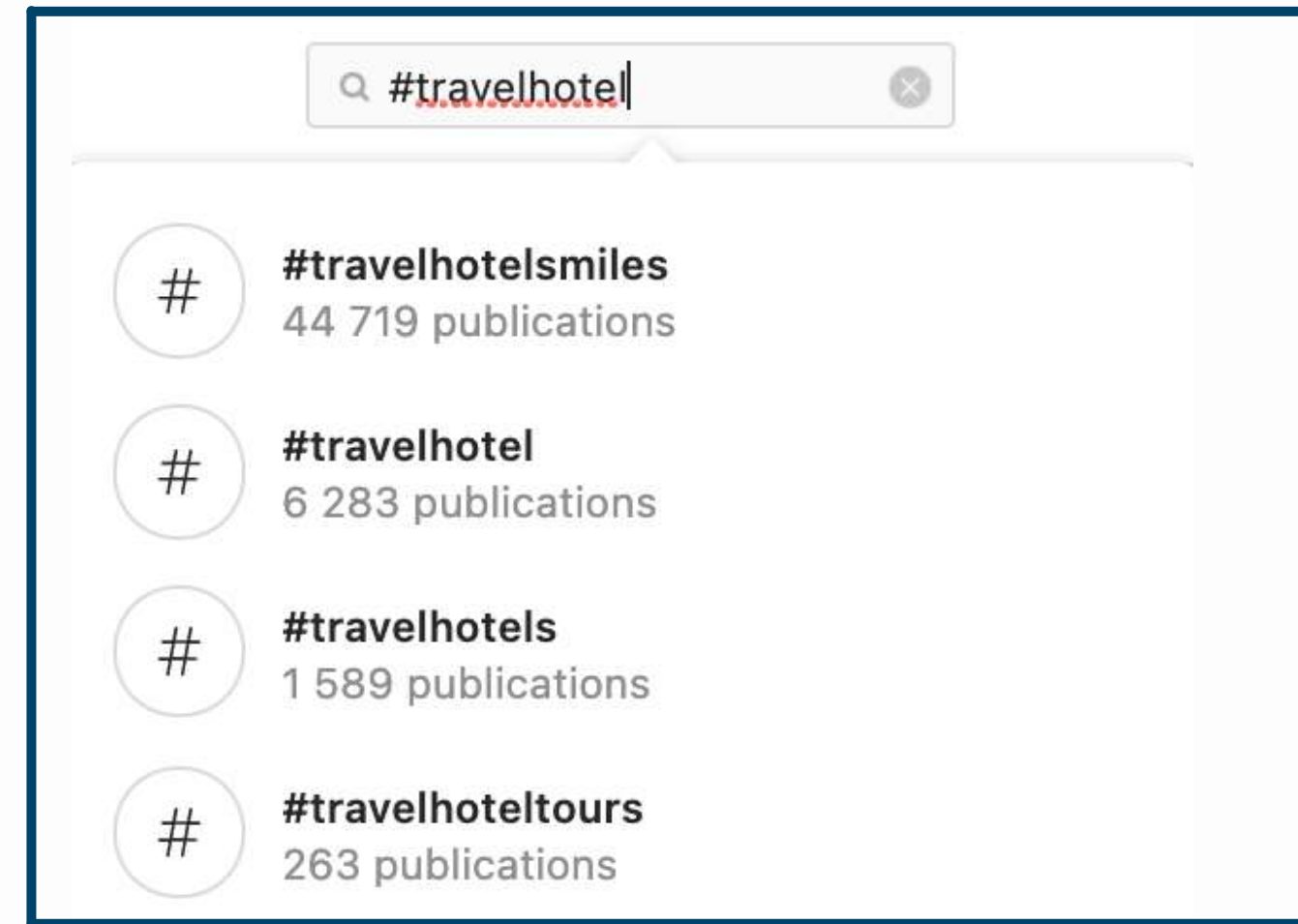
# Les atouts d'instagram



## Les hashtags

---

Pour cibler et identifier votre public cible vous pouvez créer un ensemble d'hashtags que vous souhaitez utiliser pour vos posts. Pour être sûr d'avoir des hashtags pertinents vous pouvez les vérifier sur des logiciels tels que : Top Hashtags ou Display Purposes.

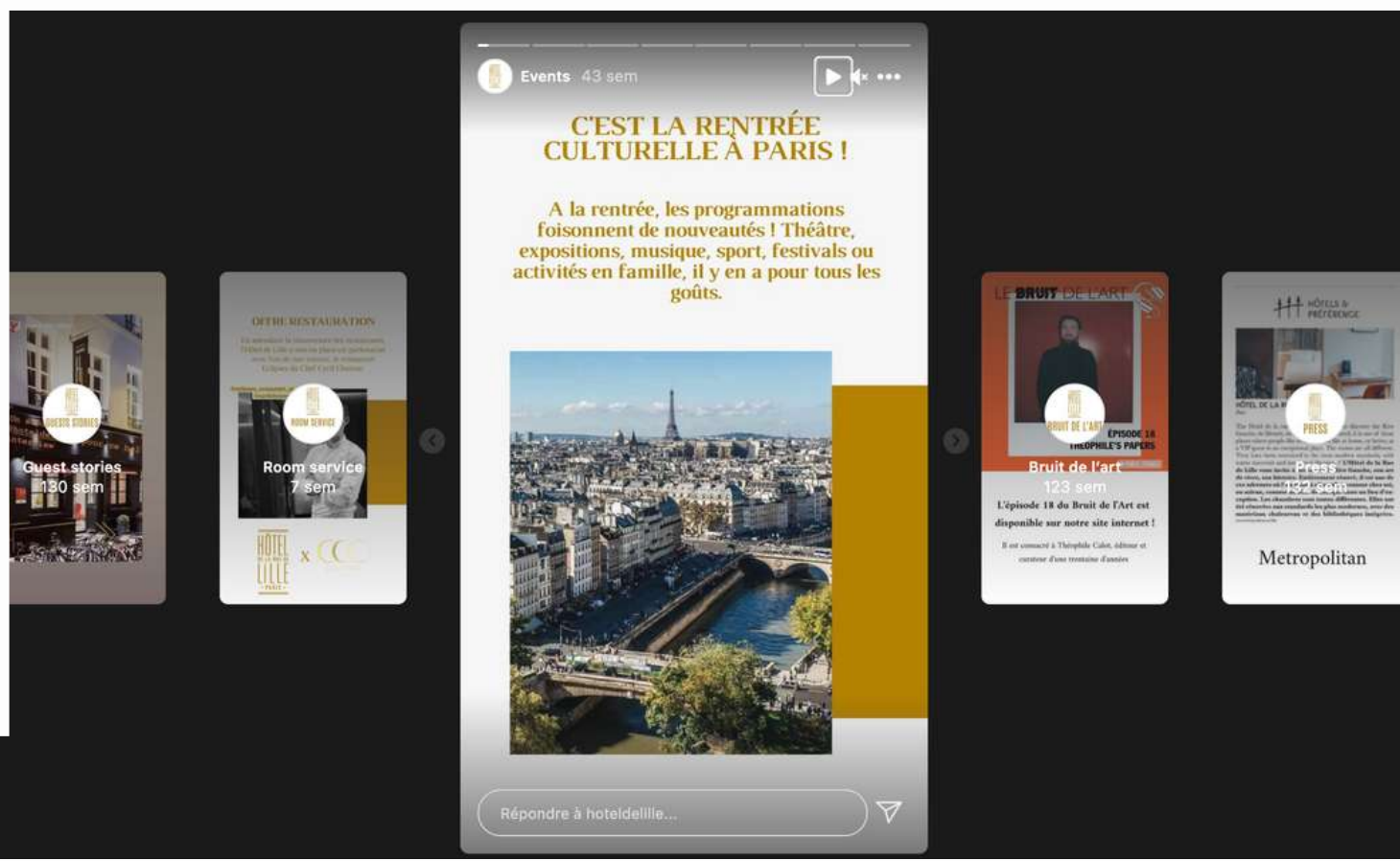


# Les stories

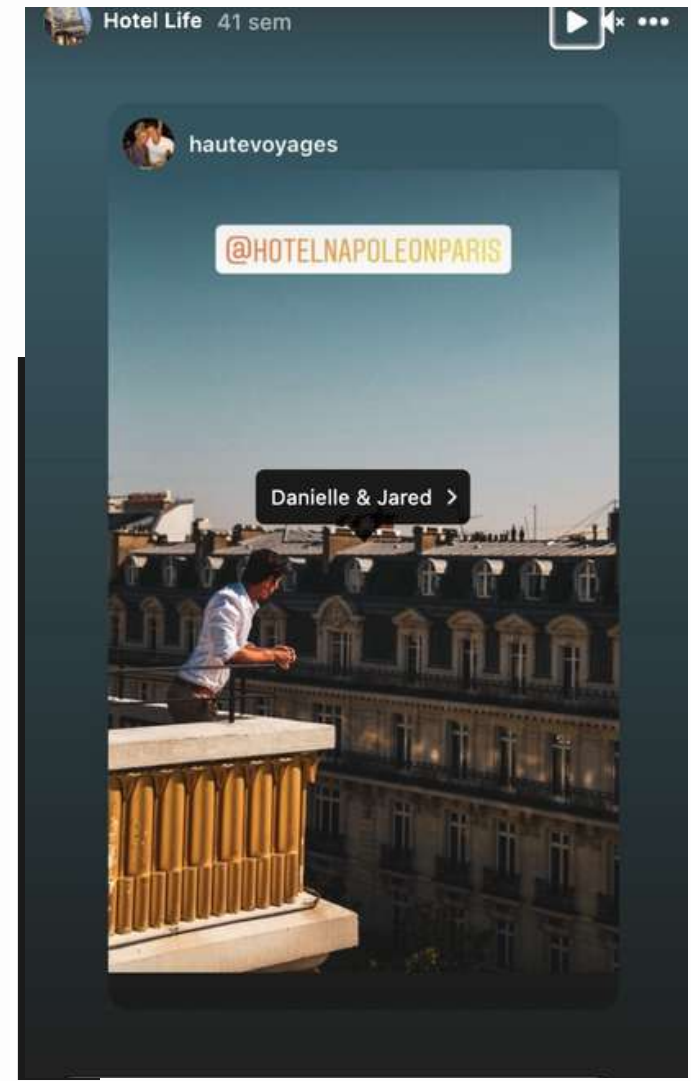
**400 millions** de personnes utilisent chaque mois les Stories Instagram. Ce format éphémère est donc presque aussi populaire que les posts classiques, sans poster il vous permet de rester actif sur la plateforme. Elles sont généralement plus utilisées pour les annonces (concours, événements), et les tags...



Hôtel bachaumont Paris



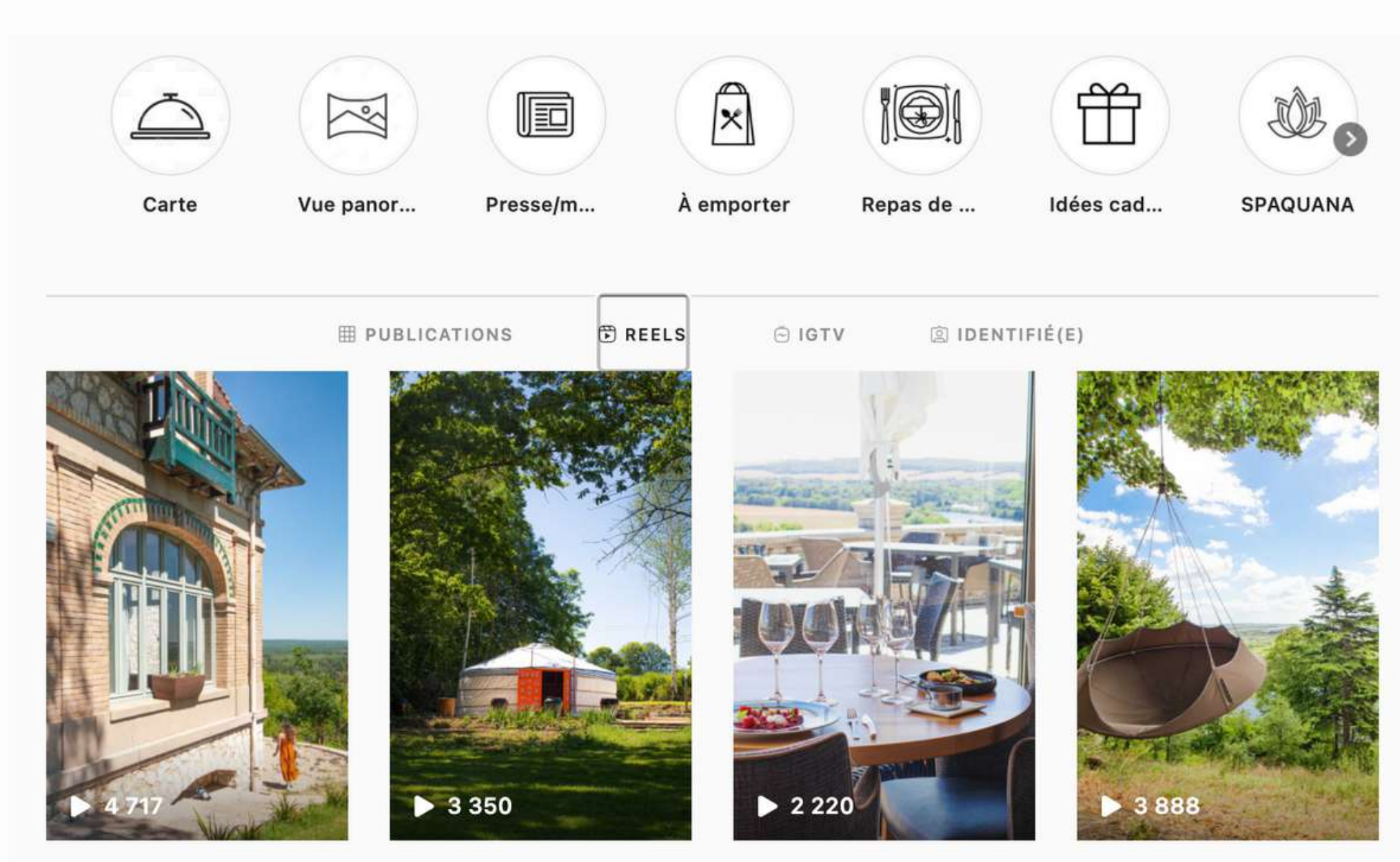
Hôtel de Lille



Hotel Napoléon Paris

# Les réels

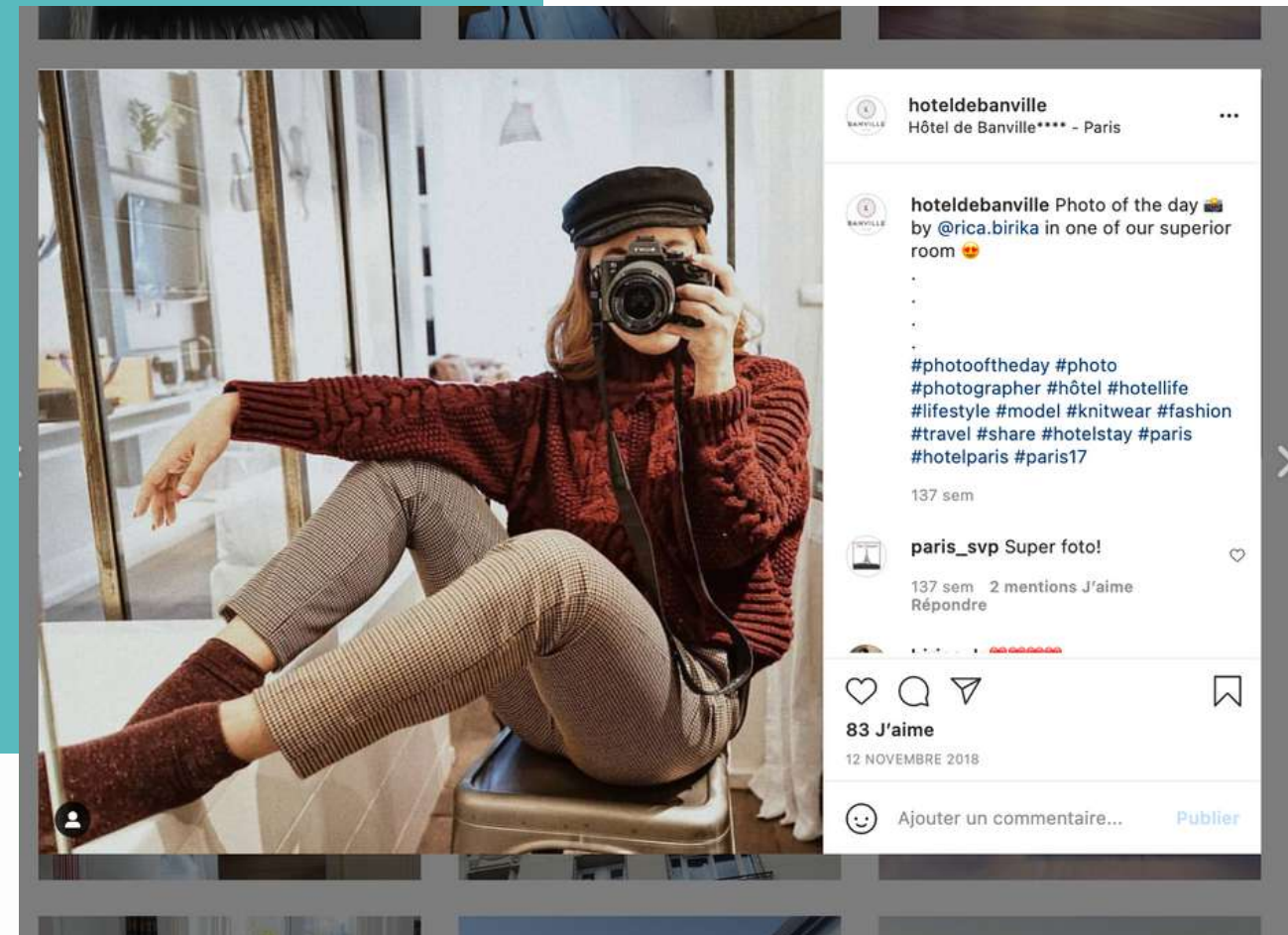
Ils sont apparus il y a pas très longtemps mais sont devenus un vrai leviers. Ils vous permettent de montrer sur une courte vidéo l'extérieur, l'intérieur ou les différentes prestations. Une vidéo permet parfois aux clients de davantage se projeter plutôt qu'une photo



*le Domaine de la Corniche*

# Les tags

Les voyageurs postent très régulièrement leurs photos de leur séjour sur Instagram, n'hésitez pas à les **reposter en story ou sur votre compte en les identifiant**.



*Hotel de Banville*



*Hotel de Banville*

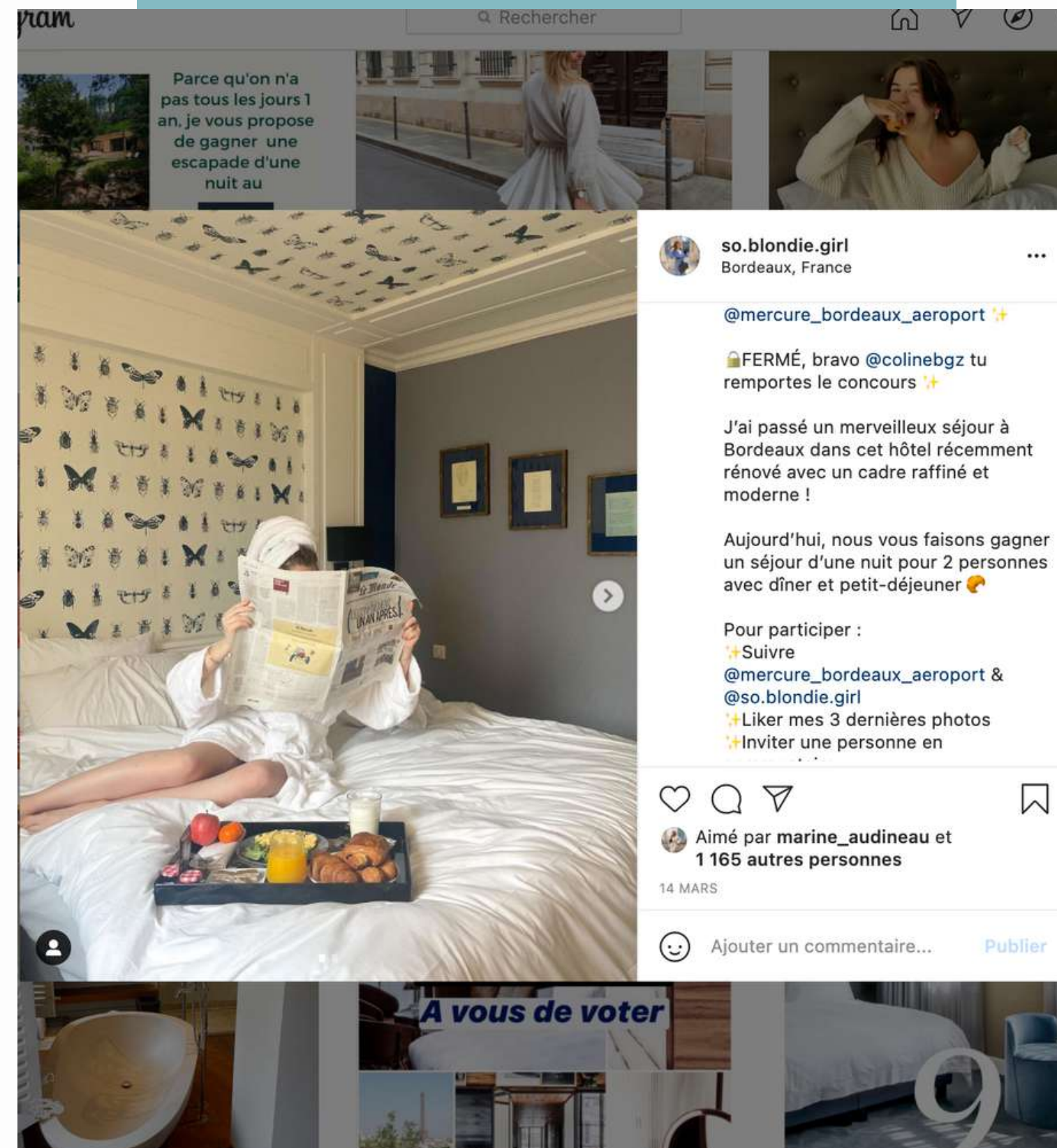
C'est une forme de communication moins formelle mais qui vous rapproche de vos clients. Cela permet de **créer du lien** avec vos clients et de donner de la **visibilité** et de la **notoriété** à votre **hôtel**.

# Marketing d'influence

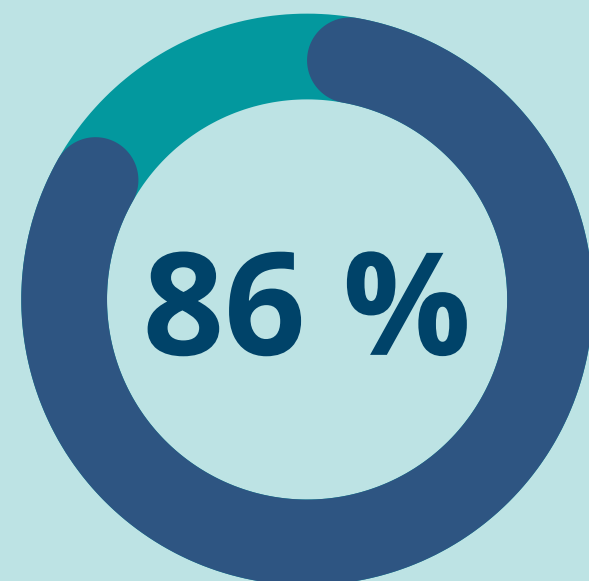
De plus en plus les hôteliers utilisent le marketing d'influence pour promouvoir leurs services..

En effet **75%** des clients reconnaissent avoir consommé un produit ou fait appel à un service après les recommandations d'influenceurs.

*marketing-influence-chiffres*



*Hotel Mercure Bordeaux*



des personnes qui suivent un **influenceur**, considèrent les avis et commentaires postés sur Internet plus efficaces pour s'informer sur les produits et les marques

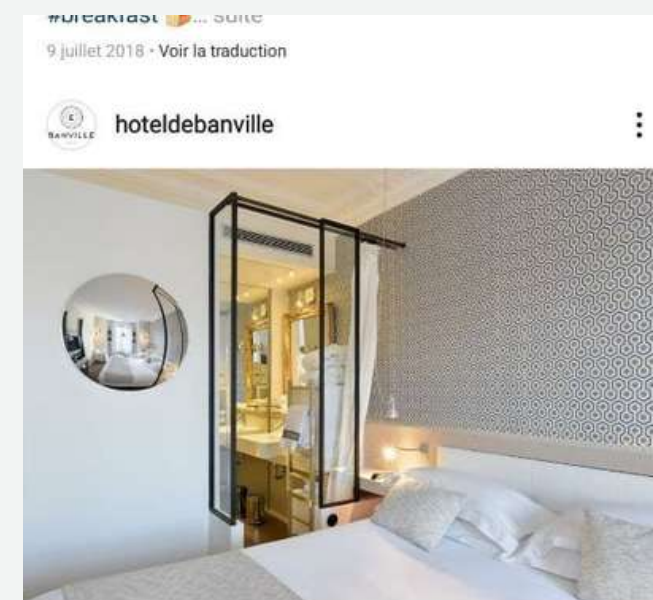
## Marketing d'influence

En organisant un séjour pour cet invité vous allez passer un **partenariat**. Ce système de promotion va vous permettre de **gagner en visibilité et d'attirer de nouveaux prospects**. De plus, les influenceurs disposent d'une communauté, celle-ci a tendance à accorder plus de **confiance** aux influenceurs qu'aux autres publicités média.

# Des posts inspirants sur Instagram



# Des Posts inspirants sur Instagram



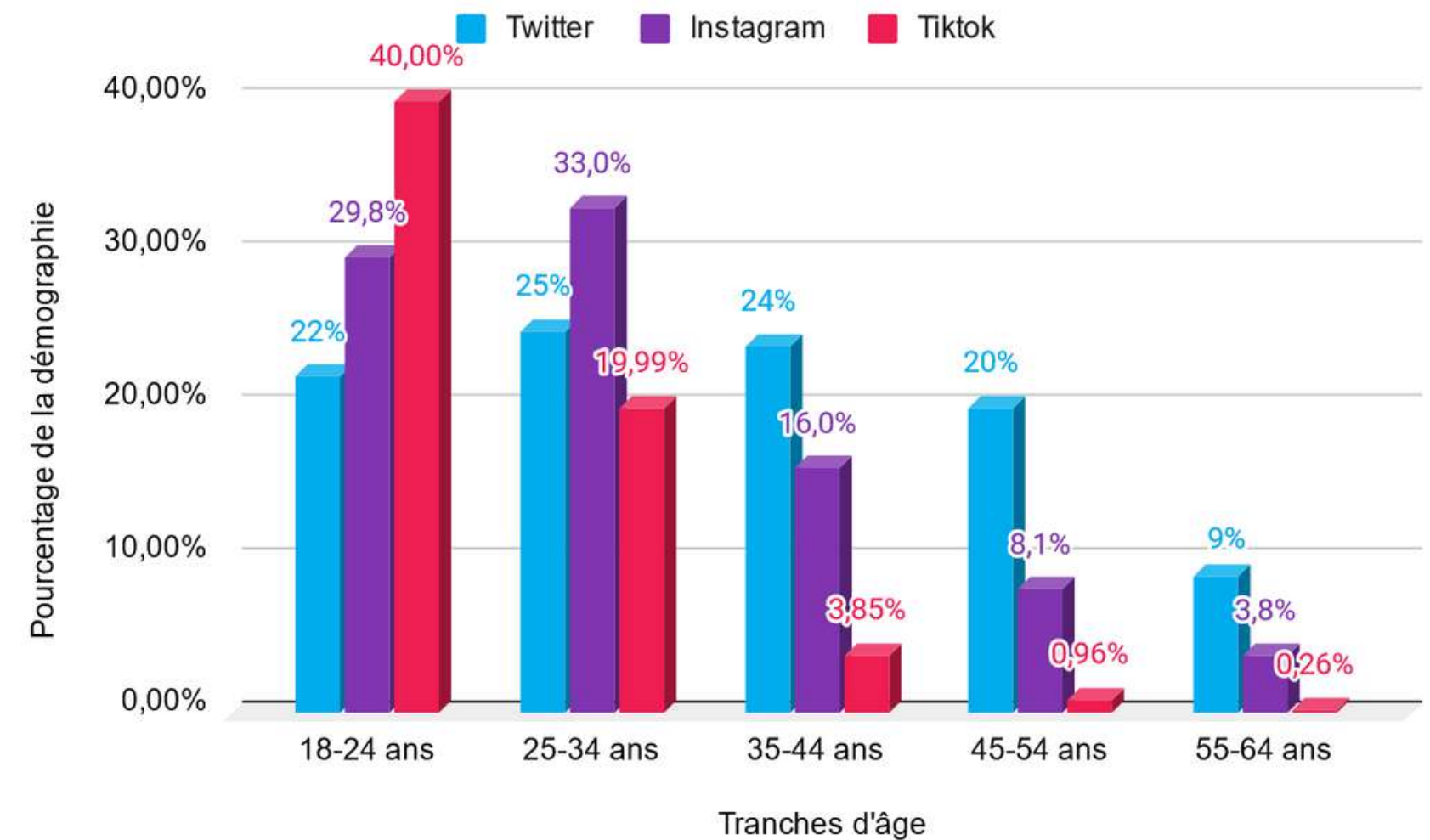


# Apprivoisez TikTok pour bâtir une nouvelle stratégie



Ce réseau social est devenu un **incontournable**, particulièrement chez les moins de 35 ans.

Tout comme Instagram le contenu est **très visuel**, mais sur TikTok il faudra faire preuve de **créativité** et réaliser des **vidéos** très courtes à la fois attrayantes et amusantes sans être trop formelles.

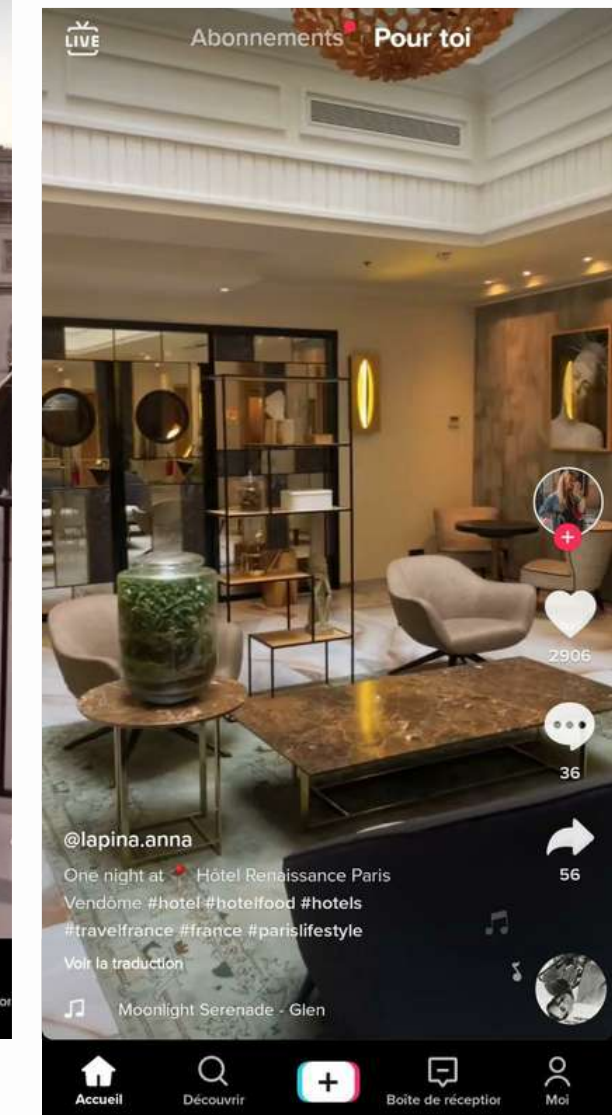
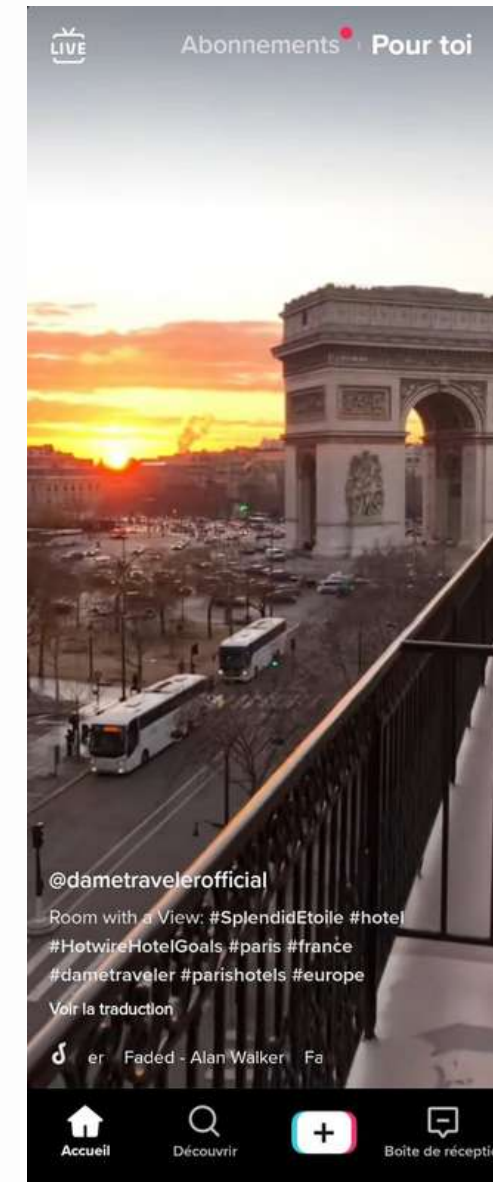


TikTok, le nouveau réseau à la mode

# Apprivoisez TikTok pour bâtir une nouvelle stratégie



Sur cette plateforme vous pouvez aussi profiter des **challenges**, lancer des défis à votre **communauté**, par exemple réalisation d'une chorégraphie sur une musique donnée ou mettre en avant les **lieux autour de votre établissement**. Vous pouvez inventer votre propre challenge Tik Tok sponsorisé ou alors participer à un challenge déjà existant.





32 Avenue de Wagram

75008 Paris - France

Fax : 01 45 47 95 06 | Tel : 01 45 74 76 00

[info@mmcreation.com](mailto:info@mmcreation.com) | [mmcreation-hotels.com](http://mmcreation-hotels.com)