



J'IM^{mon}
PATRIMOINE

LE MÉDIA SOCIAL DU PATRIMOINE CULTUREL

PARTIE 1: PRÉSENTATION DE J'AIME MON PATRIMOINE

Salon international du
patrimoine culturel 2017

J'AIME MON PATRIMOINE

LE MEDIA SOCIAL DU PATRIMOINE



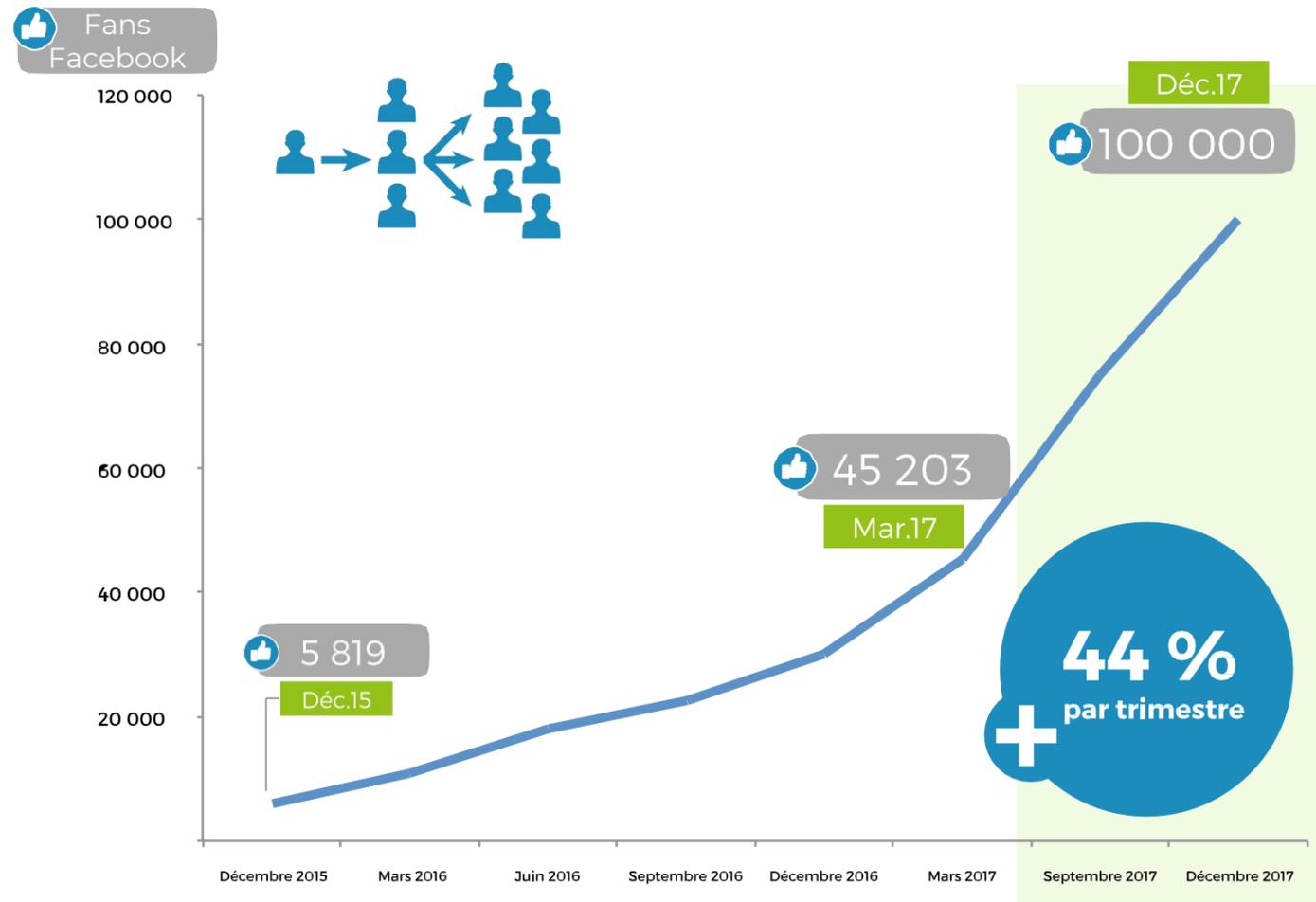
Depuis septembre 2015, **J'aime mon patrimoine valorise la richesse et la diversité du patrimoine culturel français** : histoire, culture, monuments, artisanat d'art, paysages, traditions, gastronomie, objets d'art...

L'objectif est de toucher le grand public grâce à des contenus ludiques et de qualité.

J'aime mon patrimoine crée des contenus optimisés pour la **diffusion sur les réseaux sociaux** et la visualisation sur tous les écrans (ordinateur, tablette, mobile...).



UNE COMMUNAUTÉ DE PASSIONNÉS



Grâce à ses contenus et à leur viralité, ***J'aime mon patrimoine*** fédère une communauté de passionnés en forte croissance.

En **24 mois**, la communauté Facebook compte déjà plus de **71 000 fans**.

Les contenus de ***J'aime mon patrimoine***, sur l'ensemble de ses canaux de diffusion, sont vus plus de **800 000 fois par mois**.



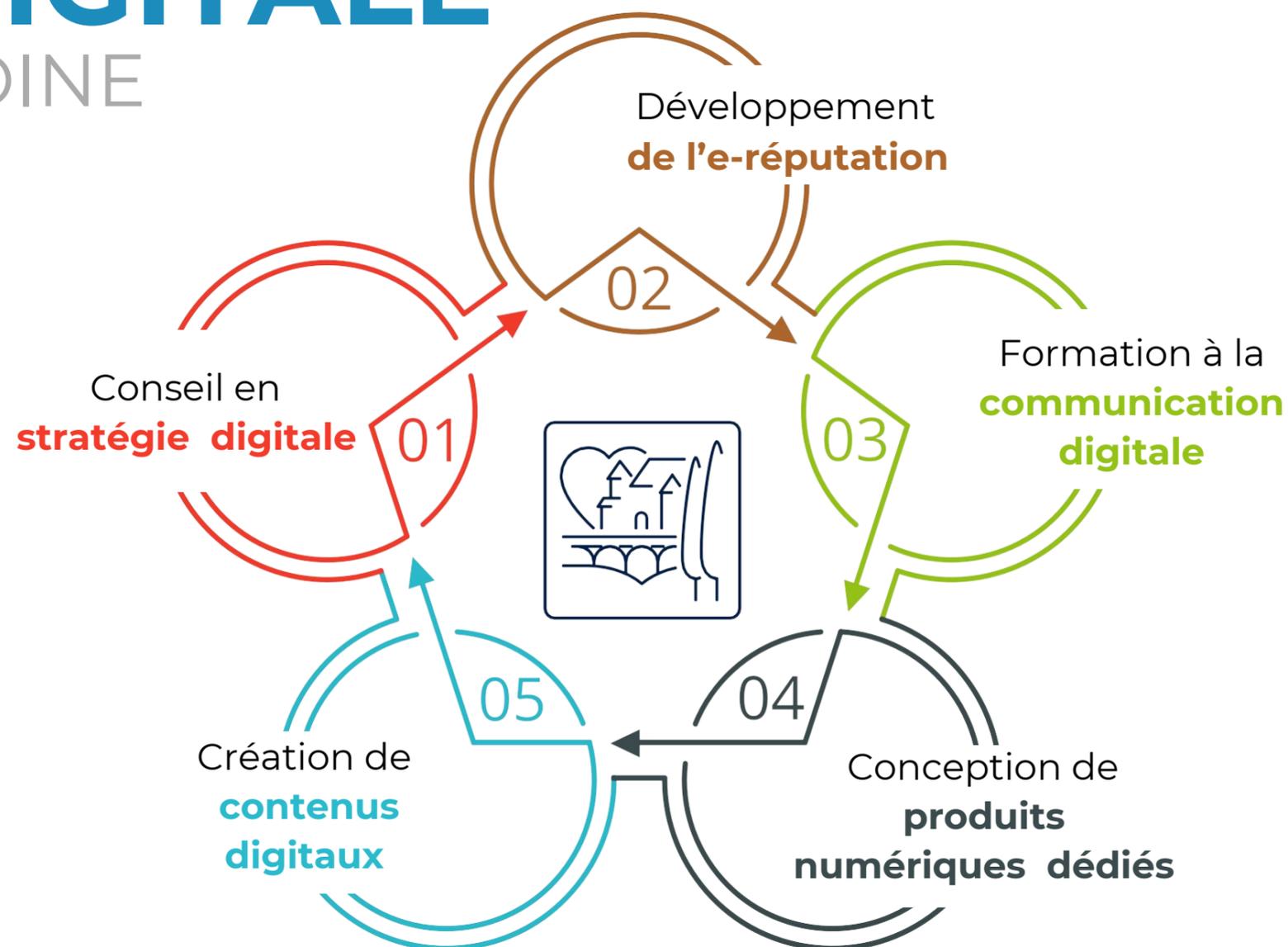
UNE AGENCE DIGITALE

AU SERVICE DU PATRIMOINE ET DU TOURISME



J'aime mon patrimoine accompagne :

- **les acteurs de la culture et du tourisme** dans la **mise en valeur de leur patrimoine auprès de nouveaux publics**.
- **les marques** dans leur **communication avec les publics à travers le patrimoine culturel** : bâti, naturel, savoir-faire, terroir...



UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE



L'équipe de *J'aime mon patrimoine* allie qualité des contenus, compétences e-marketing et connaissance institutionnelle, grâce à des profils expérimentés et complémentaires :



LES CO-FONDATEURS

PATRICK DE CAROLIS
Créateur de l'émission
Des Racines & Des Ailes.
Membre de l'Académie
des Beaux-Arts.



JEAN-LUC ORABONA
Réalisateur de l'émission
Des Racines & Des Ailes.
Producteur



EXPERTISE DIGITALE

Florent de Carolis est ingénieur télécom de formation. Il a plus de **11 ans d'expérience dans le web et le digital**. Il a notamment dirigé l'e-commerce de la société Gameloft pour le marché nord-américain, avant de rejoindre une **société de production audiovisuelle spécialisée dans la culture et le patrimoine**.



POLITIQUES PUBLIQUES & INSTITUTIONS

Delphine Nguyen bénéficie d'une expérience de **12 ans au service de l'État et des collectivités**, dont 3 ans comme conseillère en cabinet ministériel. Elle a également travaillé dans différentes structures du champ de la culture scientifique et technique, dont la **Cité des sciences et de l'industrie**.



EXPERTISE PATRIMONIALE

Anne-Gaëlle Laborde-Ceyrac est diplômée de l'**École du Louvre** et de Paris I Panthéon-Sorbonne. Elle œuvre depuis **10 ans au service de la culture et du patrimoine**, en galerie d'art, maison de vente, musée et société de production.





DES PARTENAIRES

ET DES REFERENCES



maisons
paysannes
de france



CHÂTEAU
DE LA
MAZURE

*Château du Rivau
& ses jardins de conte de fées*



<http://www.jaimemonpatrimoine.fr>





J'M^{mon} PATRIMOINE

LE MÉDIA SOCIAL DU PATRIMOINE CULTUREL

PARTIE 2 :
TOUCHER DE
NOUVEAUX PUBLICS
GRÂCE AUX RÉSEAUX
SOCIAUX

Salon international du
patrimoine culturel 2017

PEUT-ON TOUCHER DE NOUVEAUX PUBLICS AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



OUI



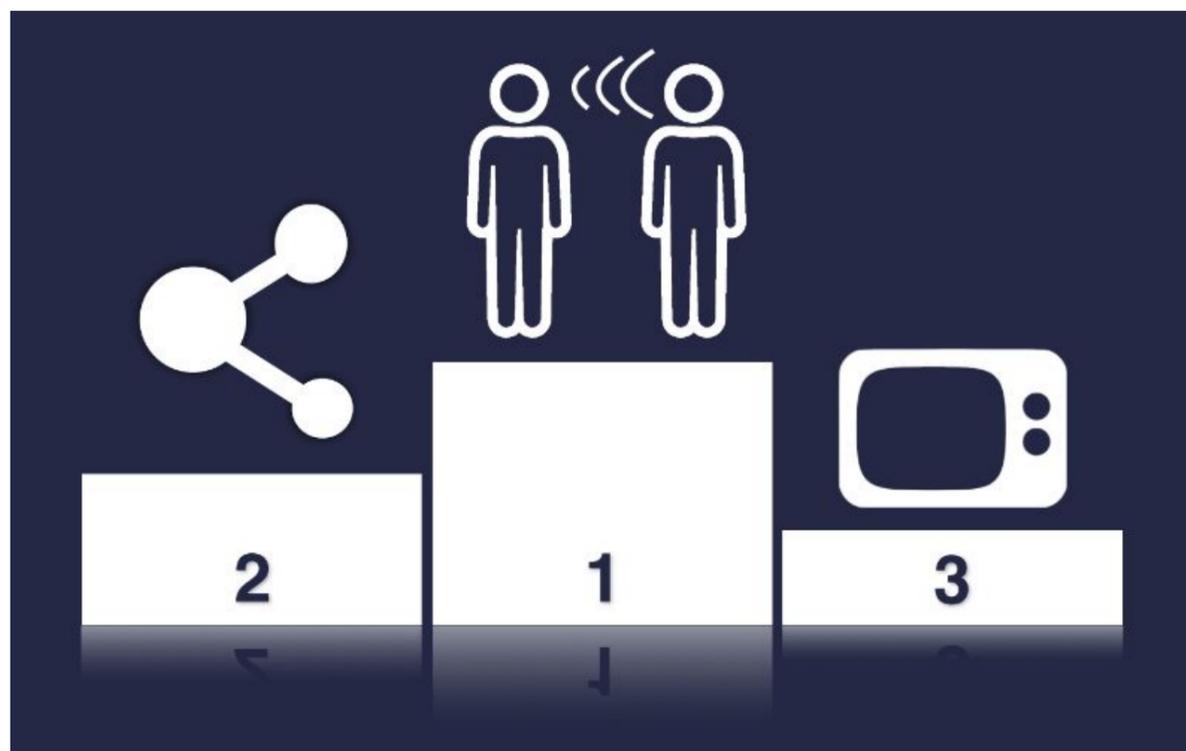
LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT-ILS UNE SOLUTION MIRACLE ?



NON



POURQUOI UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE PATRIMOINE ET LE TOURISME ?



Sources d'information pour préparer un voyage (*Deloitte, 2015)

- 1 internaute sur 2 dans le monde s'informe sur les réseaux sociaux.
- Lorsqu'il s'agit de préparer un voyage, les réseaux sociaux sont le deuxième canal d'information (33%) après les amis et la famille (50%) et avant la télévision (32%), les brochures de voyage et les moteurs de recherche (31%)*
- 83% des sondés utilisent internet sur leur lieu de vacances dont 64% sur un smartphone*
- 68% des personnes ont indiqué se fier aux commentaires sur les réseaux avant de concrétiser l'acte d'achat*



QUE SONT LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



- Les réseaux sociaux sont **des outils** qui permettent de décupler la force de sa communication auprès de **communautés digitales**.
- Les réseaux sociaux sont des outils complémentaires aux autres modes de communication dit “traditionnels”.
- Comme tout outil, les réseaux sociaux sont efficaces si :
 - On sait pourquoi on les utilise
 - On a appris les manier



QUELLE EST LA PREMIÈRE ÉTAPE D'UNE STRATÉGIE DIGITALE ?



DÉFINIR SES OBJECTIFS

Exemple d'objectifs :

Se faire connaître

Acquérir de nouveaux visiteurs

Fidéliser des visiteurs

Partager des expériences

...

Vendre des produits

Valoriser des actions

Chercher des financements

Créer de la cohésion sociale

...

Les réseaux ne peuvent pas vous aider si vous ne savez pourquoi vous vous en servez !
Définissez votre ou vos objectifs (mais pas 50 non plus...). Votre stratégie digitale en dépend.



ET LA DEUXIÈME ?



Une fois vos objectifs définis, il faut prendre encore le temps de réfléchir à votre stratégie.

Si vous n'avez pas beaucoup de temps, faites quand même un point rapide avant de vous lancer et définissez un plan d'actions (même simple). Cela vous permettra d'analyser dans le temps vos démarches, savoir si elles sont efficaces et les modifier dans le futur si besoin.

Si vous avez le temps et/ou les moyens, faites un audit de vos outils digitaux et de vos autres moyens de communication :

- Site Internet
- Lettre d'information
- Réseaux sociaux
- Presse locale
- Presse nationale
- Autres...

Votre stratégie digitale s'intègre dans un écosystème.

Les réseaux sociaux sont une corde de plus à votre arc, pas une nouvelle arme.

N'hésitez pas à faire appel à un regard extérieur pour votre audit : nous sommes là pour ça !



QUEL RÉSEAU SOCIAL CHOISIR ?



- Vous devez choisir les réseaux sociaux qui correspondent aux publics que vous visez (donc à vos objectifs).

Réseau	 Tripadvisor	 Facebook	 Twitter
Objectifs visés (liste non exhaustive)	<ul style="list-style-type: none"> • Se faire connaître • Acquérir de nouveaux visiteurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Se faire connaître • Acquérir de nouveaux visiteurs • Fidéliser des visiteurs • Partager des expériences • Valoriser des actions • Chercher des financements • Créer de la cohésion sociale 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriser des actions • Faire passer de l'information
Type de public	Particuliers - tous les âges	particuliers, adultes et seniors	professionnels, journalistes, influenceurs



QUEL RÉSEAU SOCIAL CHOISIR ? (2)



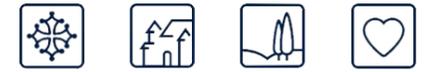
- Vous devez choisir les réseaux sociaux qui correspondent aux publics que vous visez (donc à vos objectifs).

Réseau	 Instagram	 LinkedIn	 Youtube
Objectifs visés <small>(liste non exhaustive)</small>	<ul style="list-style-type: none"> • Se faire connaître • Fidéliser des visiteurs • Vendre des produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Se faire connaître • Vendre des services • Valoriser des actions 	<ul style="list-style-type: none"> • Montrer des vidéos • Partager des vidéos
Type de public	particuliers et influenceurs	professionnels	particuliers, tous les âges

- Il y a beaucoup d'autres réseaux sociaux (pinterest, snapchat...).
- Votre audit doit vous permettre de faire le tri et de prioriser. On ne peut pas être partout.



QUE POSTER ?



- Vos posts dépendront de vos publics et de vos attentes.
- Tous vos contenus doivent être complémentaires, en respectant une(des) ligne(s) éditoriale(s) prédéfinie(s) adaptée(s) à chaque public ou communauté..
- Privilégiez les contenus courts. L'attention des internautes est faible. Au-delà de trois minutes de lecture, votre message risque d'être perdu.
- METTEZ AUTANT QUE POSSIBLE UNE PHOTO !
- Les vidéos sont les contenus les plus partagés, mais souvent les plus coûteux.



COMMENT CHOISIR SON TEXTE ET SES IMAGES ?



- L'image est la première chose que l'internaute verra dans un flux d'information. Il identifiera ensuite des mots clés. Soyez concis et percutant.
Exemple: quelle est l'image la plus adaptée pour dire que le Mont Saint-Michel est beau ?

**Le Mont Saint-Michel
est beau**





QUAND POSTER ?

- Certains réseaux sociaux (dont Facebook) vous permettent de savoir quand votre communauté est en ligne. Il faut donc poster au tout début des heures de pointe.



- Vous pouvez reposer vos contenus à plusieurs semaines d'intervalle, car :
 - La durée de vie de vos contenus est assez courte sur l'ensemble des réseaux sociaux. 24 à 48 h en général sur Facebook, quelques heures sur Twitter.
 - Un post ne touche jamais l'ensemble de votre communauté.
- Attention de ne pas trop poster ! Il ne faut pas "lasser" votre communauté qui reçoit beaucoup d'information.





FAUT-IL INTERAGIR AVEC SA COMMUNAUTÉ ?



- Les réseaux sociaux sont des outils de dialogue avec vos publics. Il est primordial d'échanger, de répondre aux questions, aux commentaires (positifs et négatifs).
- Faites de vos réseaux des espaces interactifs. Demandez l'avis de votre communauté sur certains sujets, proposez des jeux, invitez vos fans à partager leurs expériences entre eux.
- Ces interactions (likes, partages, commentaires) sont ce qu'on appelle l'engagement de votre communauté. Plus vous avez d'engagement, plus vous serez visibles sur les réseaux sociaux.





FAUT-IL QUE JE PAYE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

NON et OUI...

- Il n'est pas obligatoire de payer de la publicités pour développer ses réseaux sociaux (mais ce sera toujours plus long).
- Il faut éviter de payer pour augmenter de manière factice ses chiffres. Cela est pénalisant sur le moyen et long terme.
- De plus en plus de réseaux sociaux poussent à l'achat de publicités pour être bien visible. Il faut alors faire des tests et étudier le ROI ("return on investment" - retour sur investissement) avant de se lancer dans de grandes campagnes de publicités.



Là aussi, n'hésitez pas à vous faire aider : nous sommes là pour ça !



COMBIEN DE TEMPS Y CONSACRER ?



C'EST LA QUESTION A 1 MILLION !

Demandez-vous plutôt :

- combien de temps vous voulez ou vous pouvez y consacrer !
- OU, si vous préférez être accompagné ou externaliser cette gestion.

Adaptez votre stratégie en fonction de vos possibilités et de vos moyens. Voyez ensuite si cela suffit pour répondre à vos objectifs.

Attention ! Les réseaux sociaux sont chronophages par nature. Ne le négligez pas.

Et il est normal de demander de l'aide.
Nous sommes là pour ça !



QUELLE ÉQUIPE FAUT-IL PRÉVOIR ?



Comme pour le temps, adaptez la taille de votre équipe à vos ambitions et à vos moyens.

Tout le monde utilise les réseaux sociaux de manière personnelle aujourd'hui (ou presque), mais s'en servir de manière professionnelle et efficace demande des compétences particulières.

Former votre équipe interne si elle débute ou veut progresser sur les réseaux sociaux.

Nous sommes en mesure de le faire, selon vos besoins.



COMMENT MESURER L'EFFICACITÉ ?



Internet et les réseaux sociaux fournissent des outils statistiques permettant de mesurer l'efficacité de vos actions.

Selon vos objectifs, suivez régulièrement l'évolution des paramètres pertinents (nombre de vues pour "se faire connaître", nombre de fans pour "acquérir ou fidéliser des visiteurs", nombre de clics pour "vendre un produit"...



QUE FAIRE SI CA NE MARCHE PAS ?



**"Essayer. Rater.
Essayer encore.
Rater encore.
Rater mieux."**

— Samuel Beckett

Les réseaux sociaux ne sont pas une science exacte. C'est l'expérience qui vous permet d'augmenter vos résultats.





VOUS SOUHAITEZ DE L'AIDE ?

NOUS SOMMES LA POUR VOUS !

Les réseaux sociaux, c'est notre spécialité. Nous les pratiquons tous les jours pour notre média social et pour nos clients.

Si vous avez une équipe, nous pouvons :

- **vous aiguiller** en réalisant un diagnostic et en dressant une liste de préconisations
- **la former** pour gagner en efficacité
- **l'accompagner** sur des campagnes marketing spécifiques

Si vous n'avez pas d'équipe, nous pouvons :

- **vous accompagner** sur plusieurs mois pour vous transférer des compétences et/ou gérer vos réseaux, avec des garanties chiffrées.



J'Mmon
PATRIMOINE





MERCI DE VOTRE ATTENTION

FLORENT DE CAROLIS
fc Carolis@jaimemonpatrimoine.fr
06 11 30 76 29

DELPHINE NGUYEN
dnguyen@jaimemonpatrimoine.fr
06 71 23 98 98

www.jaimemonpatrimoine.fr
www.facebook.com/jaimemonpatrimoine



J'M^{mon} PATRIMOINE
Avec le soutien du 