



Marketing : 5 astuces pour bien gérer sa page LinkedIn

Il est important pour une agence de voyages d'être présente sur LinkedIn. Le réseau social constitue une vitrine pour toucher une clientèle loisir ou business au travers de la présentation de votre société, de votre activité et de vos produits. Il importe toutefois d'afficher une bonne stratégie et de la régularité dans vos actions. Voici ainsi 5 astuces pour optimiser votre présence sur LinkedIn.

1. Soigner son profil

Vous devez présenter un profil complet, clair et lisible avec le nom de l'agence et une bannière professionnelle affichant votre logo et une base line qui résume votre valeur ajoutée. Pensez à utiliser des mots-clés pour le référencement de l'agence sur Google. Ne pas oublier une photo de l'équipe, les informations pratiques (horaires d'ouverture, localisation) et le lien de votre site web ainsi que d'autres modes de contact (email, téléphone, Instagram...) pour inciter les prospects à passer à l'action. Un résumé des atouts de l'agence, des éventuelles distinctions reçues et de vos spécialités sur certaines destinations est un plus. L'important est de mettre en avant votre expertise, votre savoir-faire et vos services.

2. Publier régulièrement du contenu à valeur ajoutée

Il est primordial de faire vivre votre profil au travers de la publication régulière de contenus. Il peut s'agir de posts informatifs sur des conseils de voyage, des promotions ou bons plans, des retours d'expériences de vos vendeurs ou de clients loisir (ou pro pour du voyage d'affaires), des actualités du secteur en lien avec des suggestions de produits, des propositions inspirantes... Vous devez animer ces publications par des photos ou de courtes vidéos. N'hésitez pas à mentionner vos partenaires touristiques : hôtels, clubs de vacances, offices nationaux de tourisme, transporteurs... Il est judicieux d'établir un calendrier éditorial pour conserver chaque semaine un bon rythme de publication, suivre la

saisonnalité de certains produits ou destinations, mettre en avant des thématiques liées à l'actualité... L'heure de publication est également à ne pas négliger. Les études montrent que le début de matinée (8h-10h) et la fin d'après-midi (17h-18h) génèrent un meilleur taux d'engagement.

3. Créer de l'échange et travailler son engagement

Afin d'accroître votre visibilité, il faut faire vivre ce profil. Vous devez d'abord répondre de manière appropriée aux commentaires déposés sous vos publications. Il est ensuite conseillé de commenter ou de réagir à des publications de membres de votre réseau. Vous pouvez aussi rejoindre d'autres groupes sur LinkedIn liés à votre activité professionnelle, sur le tourisme ou le voyage d'affaires par exemple, et participer à leurs discussions. Pour créer de l'échange avec vos abonnés, n'hésitez pas à leur adresser régulièrement des newsletters via LinkedIn mettant en avant l'agence et des conseils de voyages.

4. Faire grandir le nombre de ses abonnés

Vous devez développer votre réseau car plus vous posséderez de membres, plus vous augmenterez votre rayonnement et le nombre de possibles futurs clients. Sur le segment B to B, LinkedIn est un bon canal pour promouvoir vos services auprès de décideurs et responsables d'entreprises concernant l'organisation de voyages d'affaires, de séminaires ou d'incentives. Mais aussi pour proposer des avantages sur des voyages aux CE et associations. Vous devez pour cela ajouter dans vos relations des contacts de pros du tourisme en lien avec votre activité. Pensez à faire des messages personnalisés pour susciter l'intérêt du grand public pour votre agence.

5. Analyser et ajuster vos publications

Pour que vos actions possèdent un impact sur LinkedIn, vous devez suivre les statistiques de vos publications (taux d'engagement, réactions...). Pour cela, le réseau social met à votre disposition l'onglet « Analytics ». Cette analyse vous permettra de voir les posts, formats et thématiques qui fonctionnent le mieux. Et faire si besoin certains ajustements concernant vos posts, le ton voire le rythme de publication. N'hésitez pas à faire de la veille en consultant le profil d'influenceurs, de marques leaders dans le tourisme ou de distributeurs concurrents. Cela vous apportera à coup sûr quelques bonnes idées.

Être présent sur LinkedIn n'est pas difficile mais, comme pour d'autres réseaux sociaux, il est important d'être rigoureux afin de donner une bonne image de votre société et de mettre en avant toute la gamme de vos services. LinkedIn demeure néanmoins d'un réseau professionnel et n'est pas un canal de vente directe de vos produits.

Comment faire décoller son activité grâce à LinkedIn

Rédigé par Florence Blaimont, « Décollez avec LinkedIn?: Plus de Notoriété, de Sincérité et de Clients » est la

bible -en français- pour ceux qui veulent développer leur activité professionnelle grâce à ce réseau social. Au fil de ses 250 pages, ce guide publié en 2024 explique comment créer un profil percutant, développer ses contacts, communiquer et développer ses ventes...

Document généré depuis la fiche en ligne : <https://www.tourisme-espaces.com/article/1561-marketing-5-astuces-pour-bien-gerer-sa-page-linkedin>