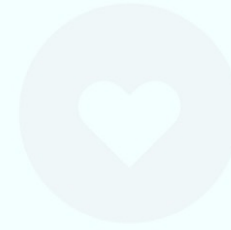


VISIT
Wallonia
.be

Formation 1

Planifier sa communication digitale





**Combien de temps passez-vous
chaque jour sur Internet ?**



JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



BELGIUM

TIME SPENT USING
THE INTERNET

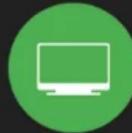


5H 22M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.3% (-4 MINS)

GWI.

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)

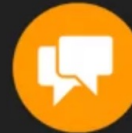


2H 56M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.7% (-3 MINS)



TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA

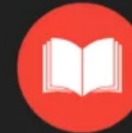


1H 35M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.0% (+<1 MIN)

GWI.

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 01M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-9.0% (-6 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES

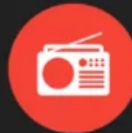


0H 58M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+8.2% (+4 MINS)



TIME SPENT LISTENING TO
BROADCAST RADIO

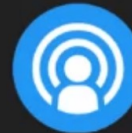


1H 36M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-6.2% (-6 MINS)

GWI.

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS

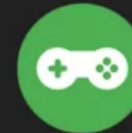


0H 25M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-5.2% (-1 MIN)



TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



0H 39M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.7% (-1 MIN)

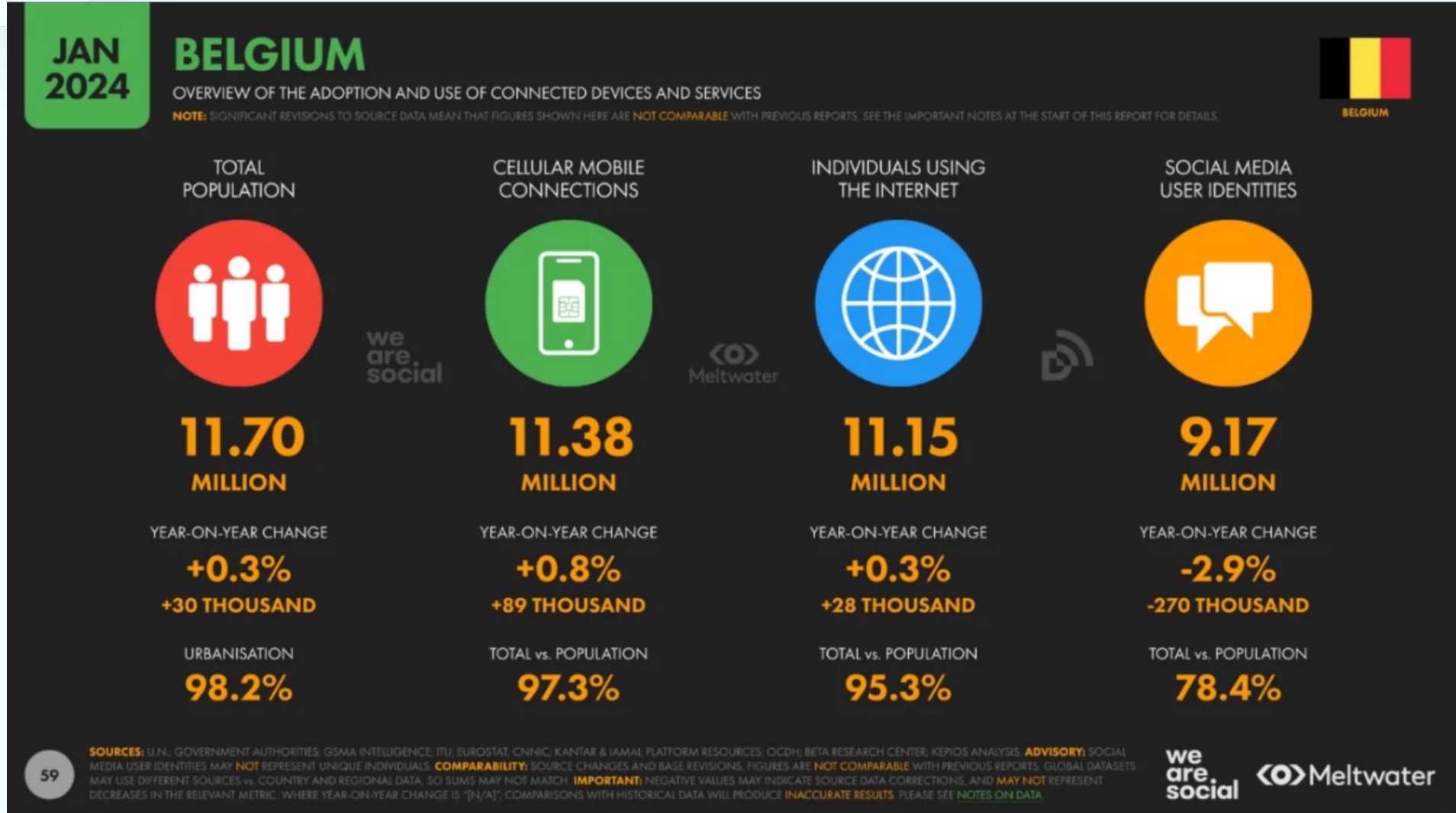
25

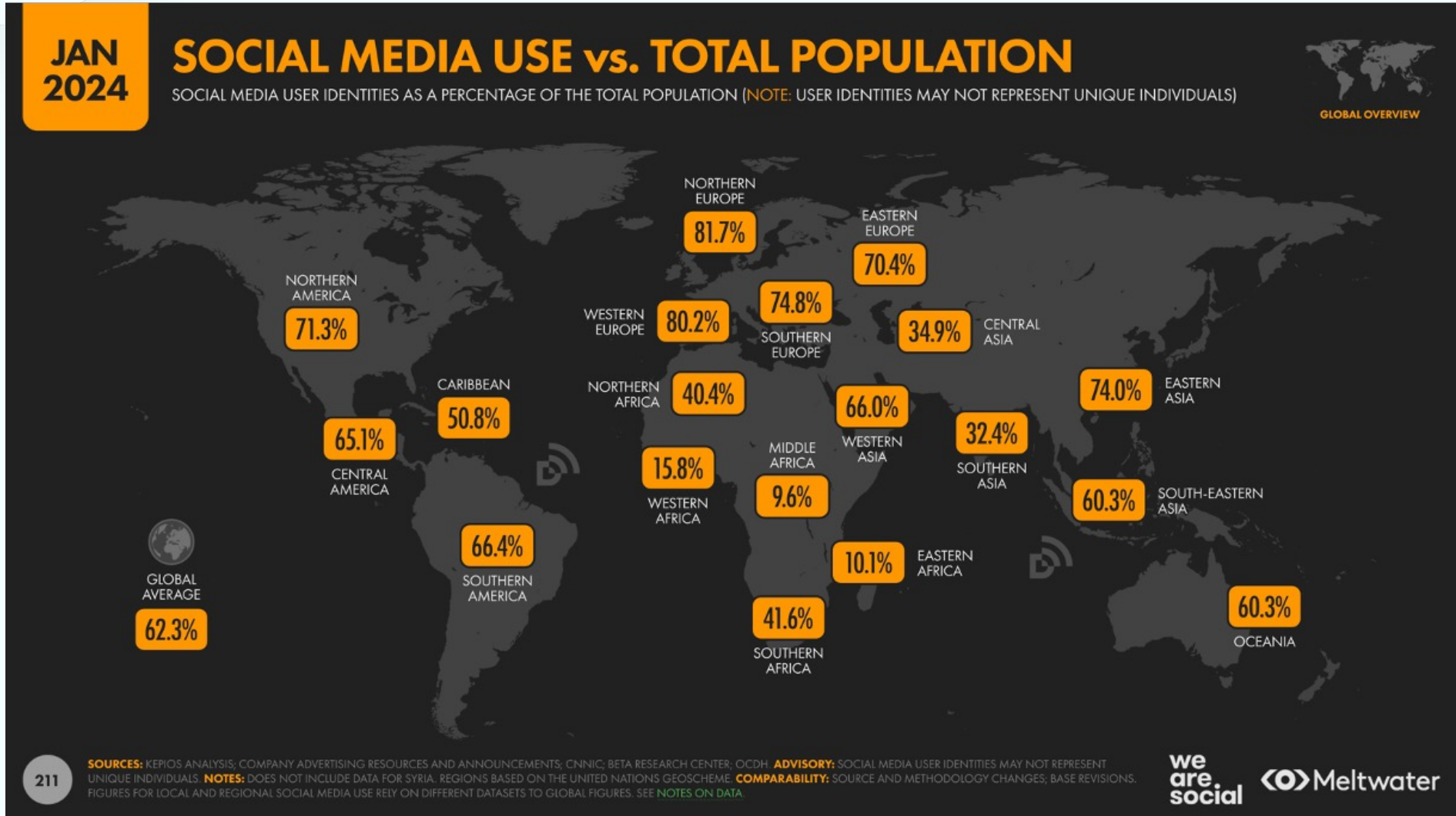
SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). NOTES: PEOPLE MAY CONSUME DIFFERENT MEDIA CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

we
are
social

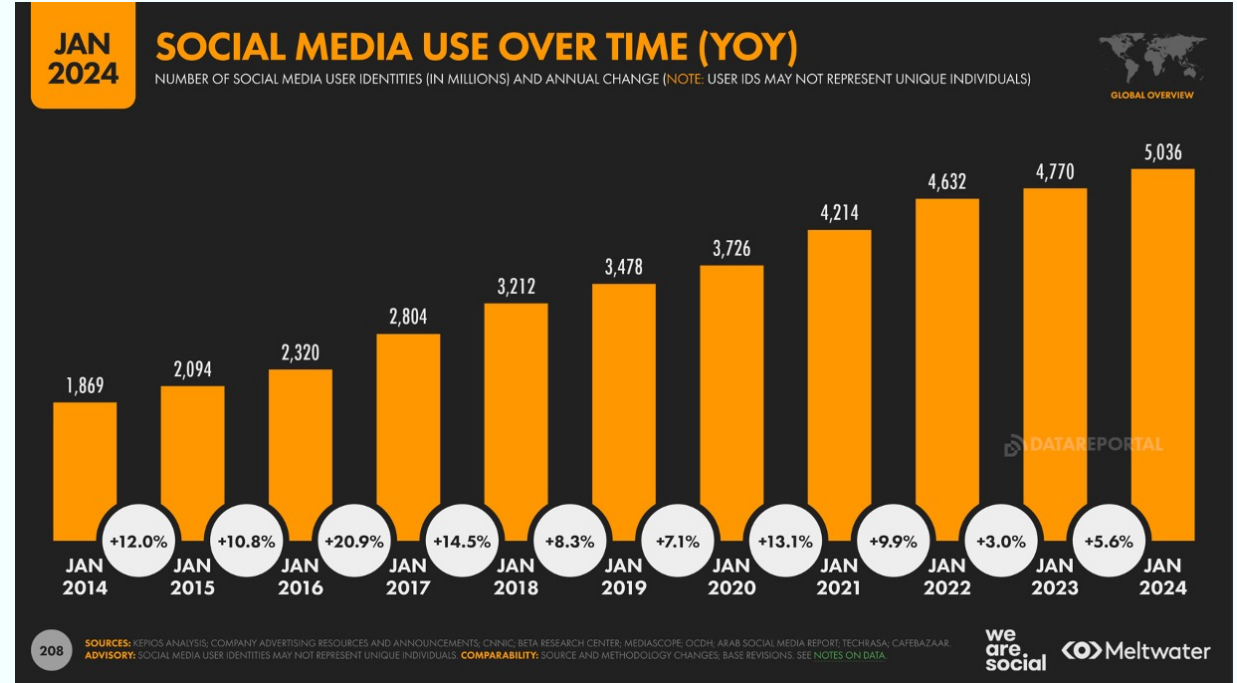
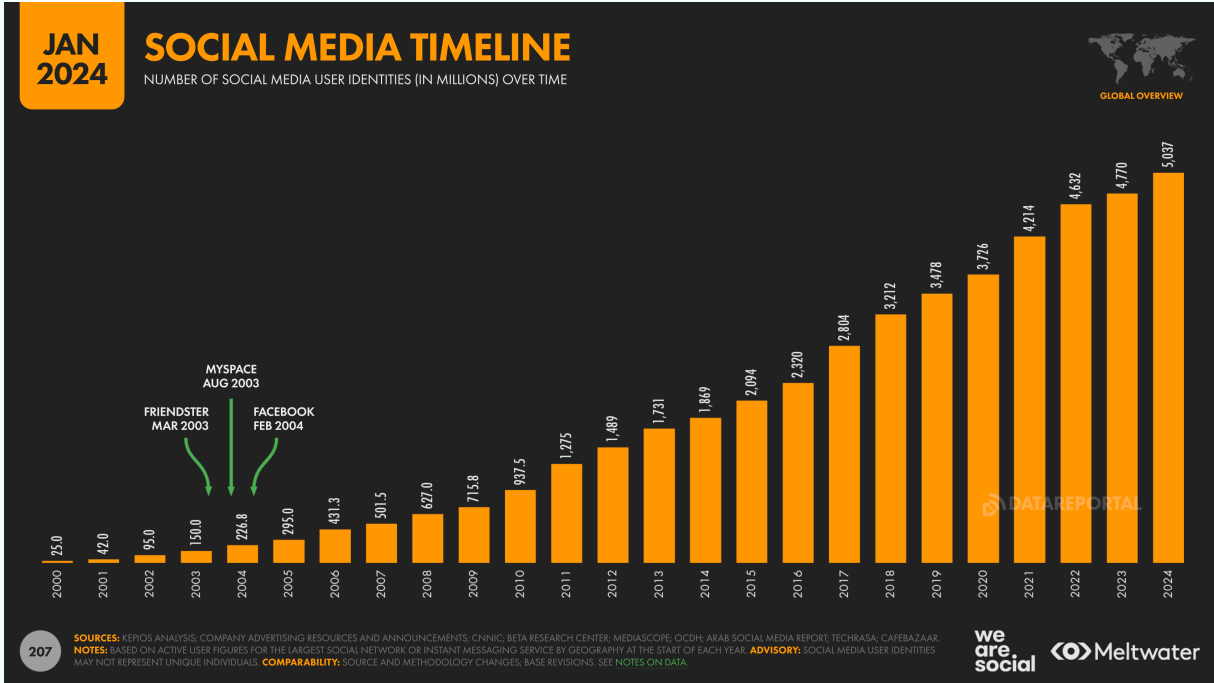
Meltwater

LES RESEAUX SOCIAUX EN BELGIQUE





ESSOR DES RESEAUX SOCIAUX



LES RESEAUX SOCIAUX – POUR QUOI FAIRE ?

JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS IN EACH AGE GROUP USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



GLOBAL OVERVIEW

16 TO 24 YEARS OLD	25 TO 34 YEARS OLD	35 TO 44 YEARS OLD	45 TO 54 YEARS OLD	55 TO 64 YEARS OLD
FRIENDS & FAMILY 47.5%	FRIENDS & FAMILY 46.6%	FRIENDS & FAMILY 50.1%	FRIENDS & FAMILY 52.7%	FRIENDS & FAMILY 54.5%
FILL UP SPARE TIME 43.9%	FILL UP SPARE TIME 38.9%	FILL UP SPARE TIME 37.6%	READ NEWS STORIES 37.3%	READ NEWS STORIES 37.9%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS) 34.5%	READ NEWS STORIES 33.0%	READ NEWS STORIES 36.9%	FILL UP SPARE TIME 35.7%	FILL UP SPARE TIME 31.9%
SEE TRENDING TOPICS 32.3%	FIND CONTENT (E.G. VIDEOS) 31.7%	FIND CONTENT (E.G. VIDEOS) 29.6%	FIND CONTENT (E.G. VIDEOS) 27.0%	FIND PRODUCTS TO BUY 24.3%
READ NEWS STORIES 29.2%	SEE TRENDING TOPICS 30.0%	SEE TRENDING TOPICS 29.2%	FIND PRODUCTS TO BUY 26.7%	FIND CONTENT (E.G. VIDEOS) 23.3%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY 28.9%	IDEAS: THINGS TO DO & BUY 27.9%	FIND PRODUCTS TO BUY 28.1%	SEE TRENDING TOPICS 25.9%	IDEAS: THINGS TO DO & BUY 21.7%
INFLUENCERS & CELEBRITIES 24.9%	FIND PRODUCTS TO BUY 26.3%	IDEAS: THINGS TO DO & BUY 26.9%	IDEAS: THINGS TO DO & BUY 24.5%	SEE TRENDING TOPICS 21.6%
AVOID MISSING OUT 24.5%	WATCH LIVE STREAMS 24.7%	ACTIVITIES FOR WORK 23.9%	SHARE & DISCUSS OPINIONS 22.1%	SHARE & DISCUSS OPINIONS 21.1%
FIND PRODUCTS TO BUY 24.3%	SEE CONTENT FROM BRANDS 23.8%	WATCH LIVE STREAMS 23.8%	ACTIVITIES FOR WORK 21.1%	FIND LIKE-MINDED PEOPLE 18.6%
MAKE NEW CONTACTS 24.2%	WATCH OR FOLLOW SPORTS 23.7%	SHARE & DISCUSS OPINIONS 23.7%	WATCH LIVE STREAMS 21.0%	MAKE NEW CONTACTS 17.8%

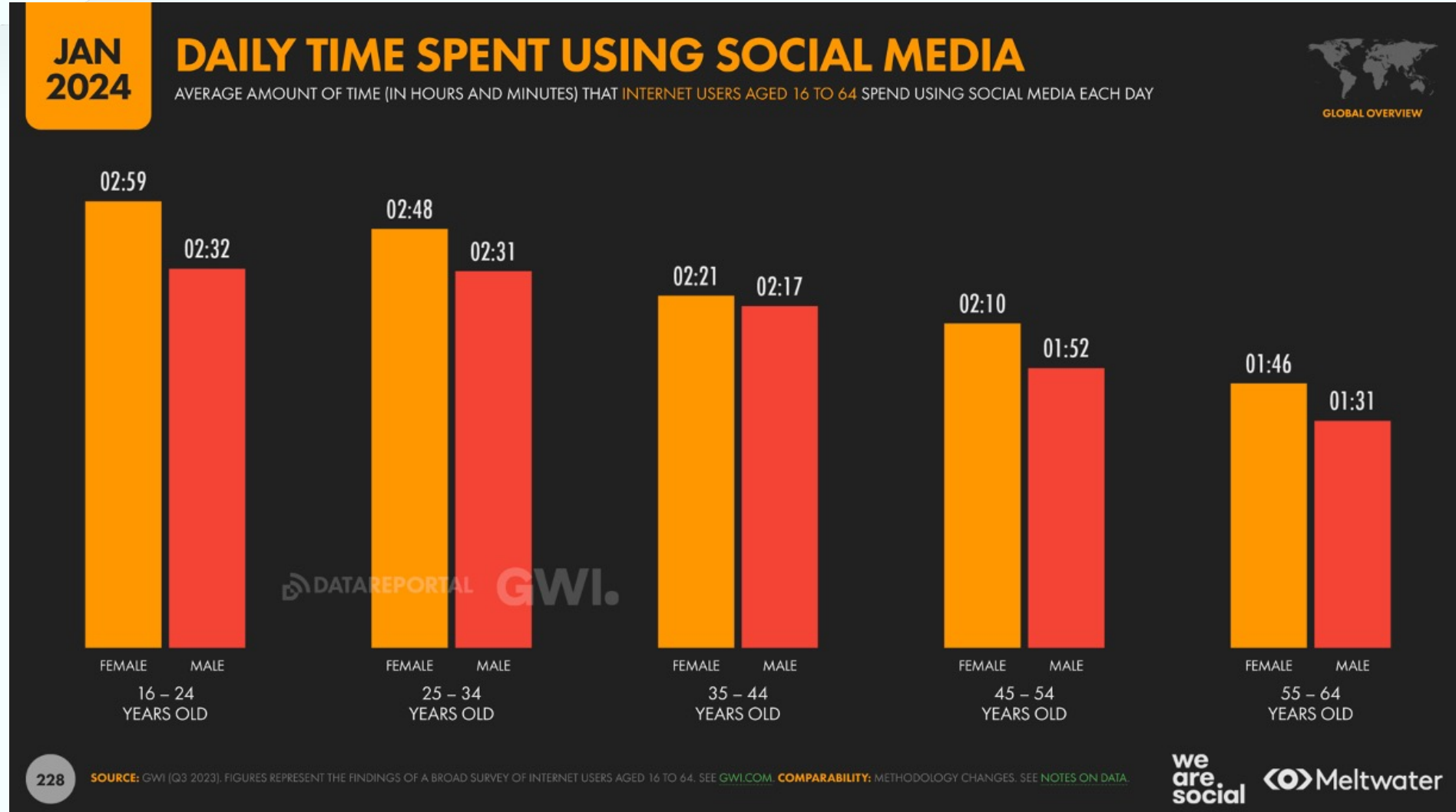
222

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). NOTE: FIGURES REPRESENT THE SHARE OF INTERNET USERS IN EACH AGE GROUP WHO REPORT USING AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA OR MESSENGER PLATFORM IN THE PAST MONTH. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

we
are
social

Meltwater

LES RESEAUX SOCIAUX – QUI ET COMBIEN DE TEMPS ?





- Le phénomène web n'est pas une mode, mais un phénomène sociologique désormais 100% ancré dans les mœurs de la population. En Belgique et partout dans le monde !
- Se digitaliser (et notamment sa communication), n'est plus une option !





Selon vous, quelles sont les plateformes sociales les plus utilisées en Belgique ?

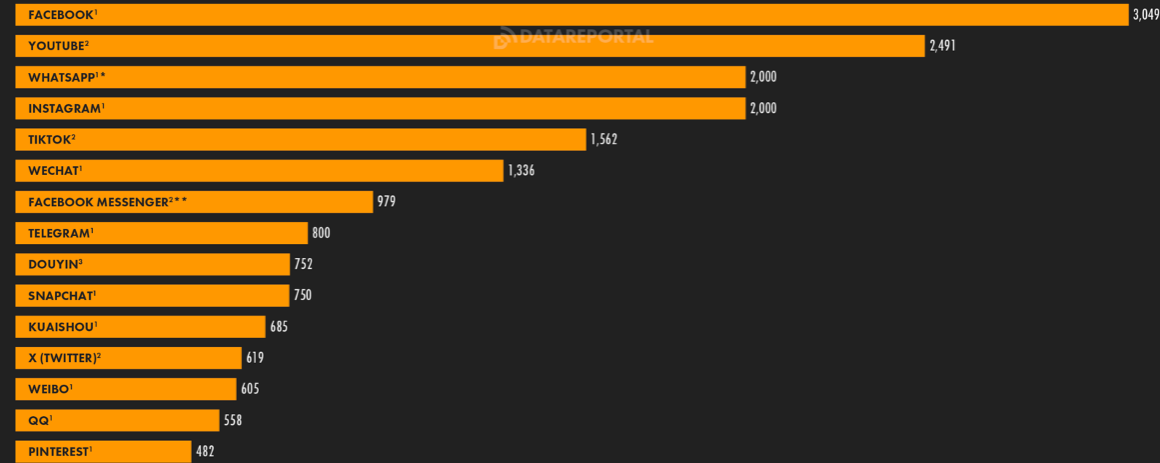


PLATEFORMES SOCIALES LES + UTILISEES

JAN 2024

THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



232

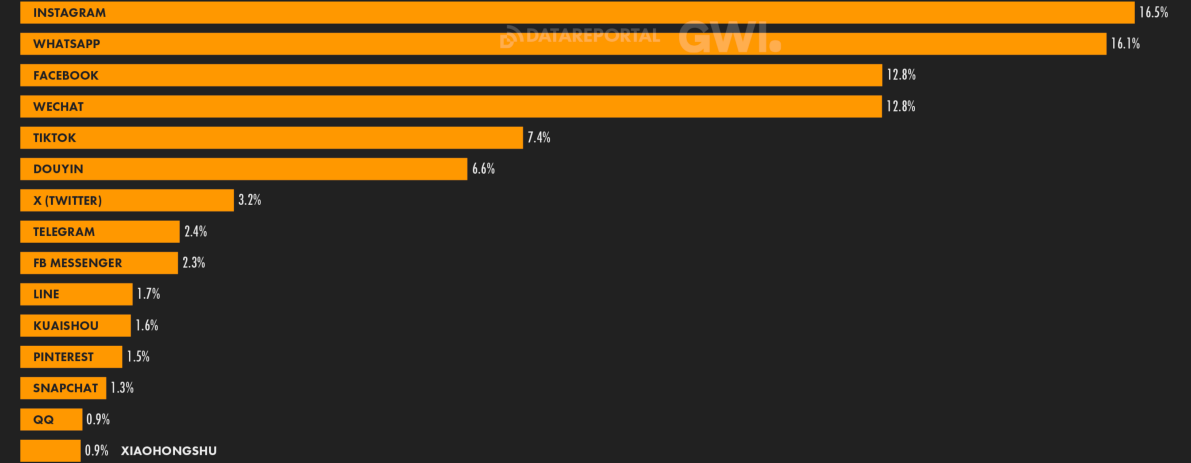
SOURCES: PERIODIC ANALYSIS OF (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING RESOURCES; (3) I/MEDIA. **ADVISORY:** USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** (*) THESE PLATFORMS HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES MAY BE LESS REPRESENTATIVE. (**) SOME MESSENGER AD FORMATS ARE CURRENTLY UNAVAILABLE IN AUSTRALIA, CANADA, FRANCE, AND THE UNITED STATES, SO THE FIGURE SHOWN HERE MAY UNDER-REPRESENT FACEBOOK MESSENGER'S ACTUAL AUDIENCE. SOURCE AND METHODOLOGY CHANGES, BASE REVISIONS. SEE NOTES ON DATA.



JAN 2024

FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM



236

SOURCE: GWI (Q3 2023). SEE GWI.COM. **NOTES:** ONLY INCLUDES INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE USED AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA PLATFORM IN THE PAST MONTH. SURVEY RESPONDENTS COULD CHOOSE FROM OTHER OPTIONS NOT SHOWN ON THIS CHART, SO VALUES MAY NOT SUM TO 100%. YOUTUBE IS NOT AVAILABLE AS AN ANSWER FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. WE REPORT GWI'S VALUES FOR TIKTOK IN CHINA SEPARATELY AS "DOUYIN", AS PER BYTEDANCE'S CORPORATE REPORTING OF USER NUMBERS FOR EACH PLATFORM. **COMPARABILITY:** METHODOLOGY CHANGES. SEE NOTES ON DATA.



PLATEFORMES SOCIALES – OVERLAP D'AUDIENCE

JAN
2024

SOCIAL MEDIA PLATFORM AUDIENCE OVERLAPS

PERCENTAGE OF ACTIVE USERS OF EACH PLATFORM AGED 16 TO 64 OUTSIDE OF CHINA WHO ALSO USE OTHER SOCIAL MEDIA PLATFORMS



GLOBAL OVERVIEW

	UNIQUE TO PLATFORM	USING FACEBOOK	USING YOUTUBE	USING WHATSAPP	USING INSTAGRAM	USING TIKTOK	USING TELEGRAM	USING SNAPCHAT	USING X (TWITTER)	USING REDDIT	USING PINTEREST	USING DISCORD	USING LINKEDIN	USING LINE
FACEBOOK USERS	0.5%	100%	74.7%	73.6%	78.9%	52.3%	44.4%	31.4%	46.1%	12.5%	33.0%	12.5%	30.5%	9.9%
YOUTUBE USERS	1.0%	75.9%	100%	70.8%	77.2%	47.8%	47.7%	30.6%	48.2%	15.0%	35.7%	16.0%	31.0%	12.1%
WHATSAPP USERS	0.7%	77.2%	75.5%	100%	78.7%	48.7%	51.0%	32.9%	45.0%	11.3%	33.9%	12.8%	31.0%	6.4%
INSTAGRAM USERS	0.2%	80.8%	77.4%	76.7%	100%	52.8%	48.8%	35.6%	51.2%	13.6%	37.1%	14.6%	31.1%	10.9%
TIKTOK USERS	0.1%	81.5%	77.7%	72.2%	80.4%	100%	47.9%	35.3%	52.9%	14.7%	39.2%	15.9%	28.7%	12.8%
TELEGRAM USERS	0.1%	77.9%	82.0%	85.2%	83.7%	54.0%	100%	37.9%	55.6%	14.3%	39.0%	17.9%	36.2%	9.5%
SNAPCHAT USERS	<0.1%	80.5%	80.9%	80.4%	89.4%	58.1%	55.3%	100%	56.0%	19.9%	44.6%	18.9%	37.2%	8.8%
X (TWITTER) USERS	0.1%	81.2%	80.8%	75.6%	88.1%	59.9%	55.8%	38.5%	100%	19.9%	41.5%	20.5%	39.6%	15.4%
REDDIT USERS	0.1%	79.1%	82.8%	67.7%	83.7%	59.5%	51.4%	49.1%	71.3%	100%	58.2%	43.6%	52.1%	11.9%
PINTEREST USERS	0.1%	79.7%	79.7%	77.9%	87.4%	60.7%	53.6%	41.9%	56.9%	22.3%	100%	20.8%	42.4%	11.2%
DISCORD USERS	<0.1%	75.9%	85.7%	73.7%	86.4%	61.9%	61.7%	44.8%	70.6%	41.9%	52.2%	100%	43.4%	15.3%
LINKEDIN USERS	0.1%	85.5%	79.0%	82.9%	85.2%	51.8%	57.9%	40.7%	63.1%	23.2%	49.3%	20.1%	100%	10.6%
LINE USERS	2.9%	69.5%	80.4%	42.6%	74.8%	57.8%	38.2%	24.1%	61.4%	13.3%	32.5%	17.7%	26.5%	100%

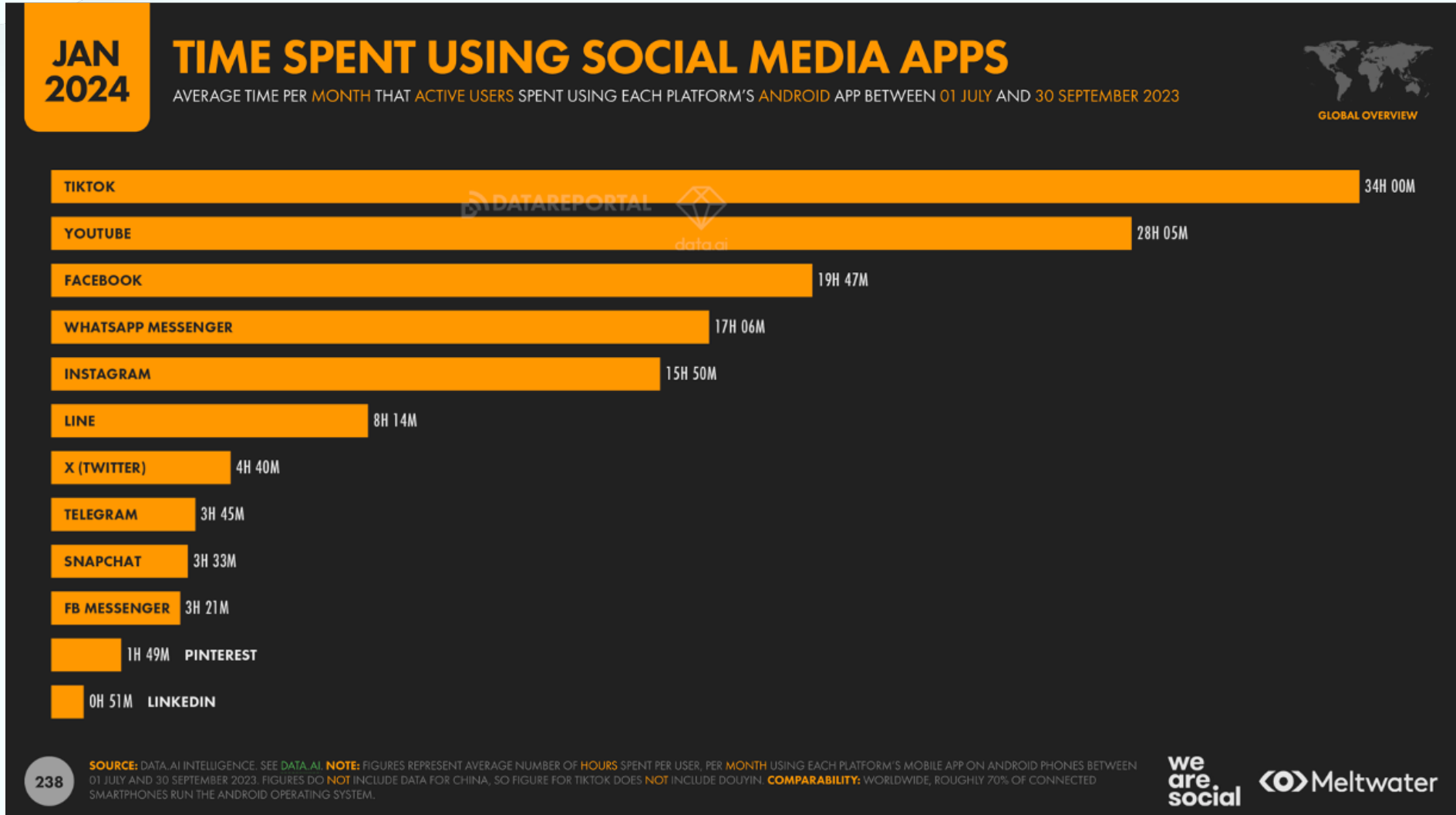
235

SOURCE: GWI (Q3 2023). SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). **NOTES:** ONLY INCLUDES USERS AGED 16 TO 64. DOES NOT INCLUDE DATA FOR CHINA. TIKTOK IS CURRENTLY BLOCKED IN INDIA, WHICH MAY RESULT IN LOWER VALUES IN THE TIKTOK COLUMN COMPARED WITH OTHER PLATFORMS. VALUES REPRESENT THE USERS OF THE PLATFORM IDENTIFIED IN THE LEFT-HAND COLUMN WHO ALSO USE THE PLATFORM IDENTIFIED IN THE ROW AT THE TOP OF EACH COLUMN. PERCENTAGES IN THE "UNIQUE TO PLATFORM" COLUMN REPRESENT USERS WHO SAY THEY DO NOT USE ANY OTHER SOCIAL NETWORK OR MESSENGER SERVICE, INCLUDING PLATFORMS NOT FEATURED IN THIS TABLE. **COMPARABILITY:** METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

we
are
social

Meltwater

PLATEFORMES SOCIALES – COMBIEN DE TEMPS ?



A CHAQUE PLATEFORME SON UTILITE

JAN
2024

SOCIAL MEDIA ACTIVITIES BY PLATFORM

PERCENTAGE OF ACTIVE USERS OF EACH SOCIAL MEDIA PLATFORM AGED 16 TO 64 WHO SAY THEY USE THAT PLATFORM FOR EACH KIND OF ACTIVITY



SOCIAL MEDIA PLATFORM	LOOK FOR FUNNY OR ENTERTAINING CONTENT	FOLLOW OR RESEARCH BRANDS AND PRODUCTS	KEEP UP TO DATE WITH NEWS AND CURRENT EVENTS	MESSAGE FRIENDS AND FAMILY	POST OR SHARE PHOTOS OR VIDEOS
FACEBOOK	54.9%	54.3%	58.7%	72.6%	63.5%
INSTAGRAM	64.8%	62.7%	52.5%	58.3%	70.4%
TIKTOK	80.3%	44.9%	39.0%	17.9%	39.4%
LINKEDIN	10.0%	24.1%	27.7%	11.7%	14.7%
SNAPCHAT	35.1%	22.1%	21.1%	38.7%	42.9%
X (TWITTER)	34.9%	35.7%	60.6%	19.0%	27.2%
REDDIT	33.0%	28.7%	31.0%	7.4%	13.0%
PINTEREST	20.9%	36.6%	13.3%	6.0%	13.6%

242

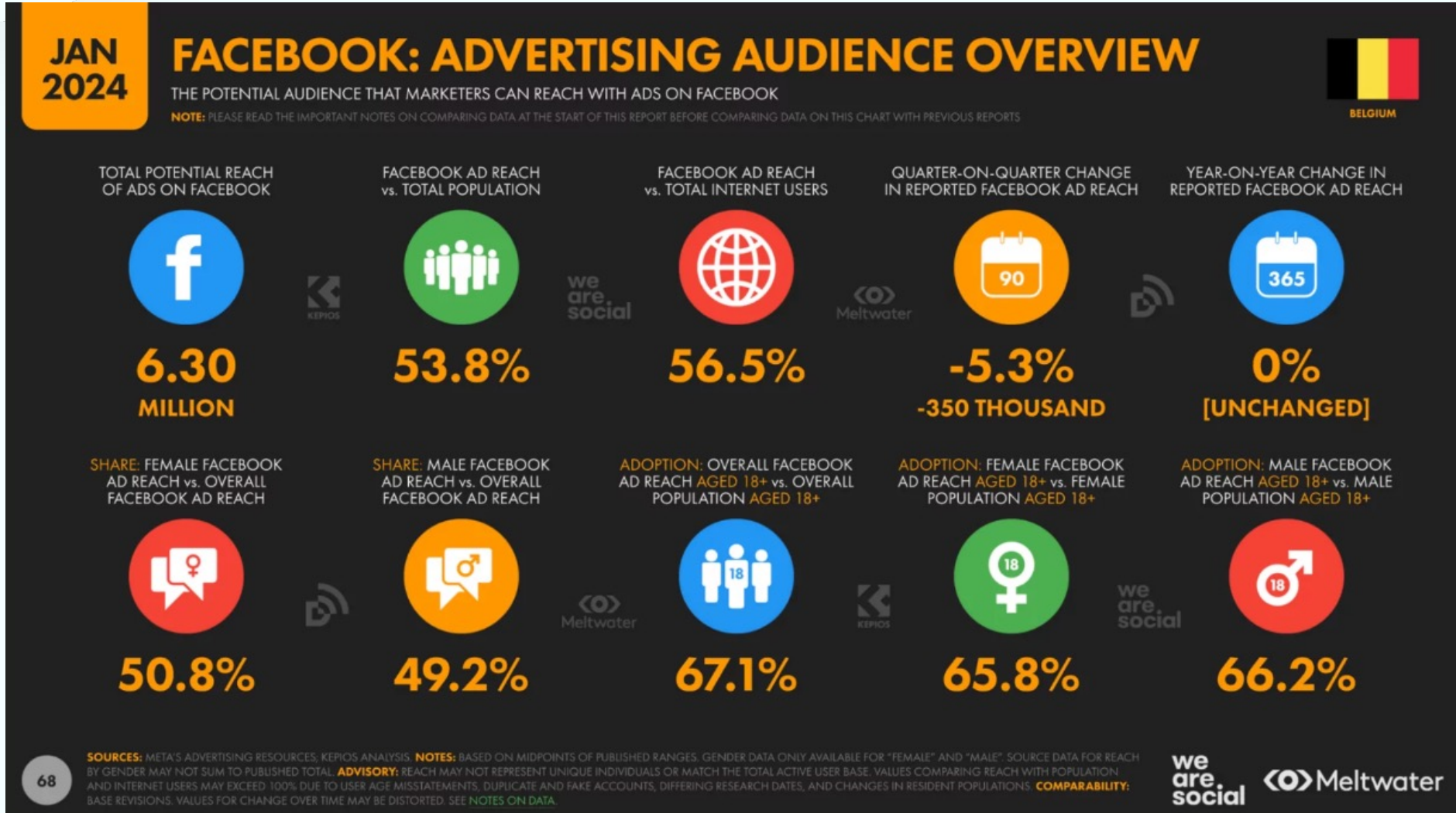
SOURCE: GWI (Q3 2023). SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). **NOTES:** DOES NOT INCLUDE DATA FOR USERS IN CHINA. FIGURES REPRESENT THE PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT THEY HAVE USED THE SOCIAL MEDIA PLATFORM DETAILED IN THE LEFTMOST COLUMN OF EACH ROW AT LEAST ONCE IN THE PAST MONTH, AND WHO ALSO SAY THAT THEY USE THAT PLATFORM FOR THE ACTIVITY DETAILED IN THE ROW AT THE TOP OF EACH COLUMN. TABLE VALUES IN **BOLD ORANGE TEXT** IDENTIFY THE TOP VALUE IN EACH ROW, AND DENOTE THE MOST POPULAR ACTIVITY AMONGST USERS OF EACH PLATFORM. **COMPARABILITY:** METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

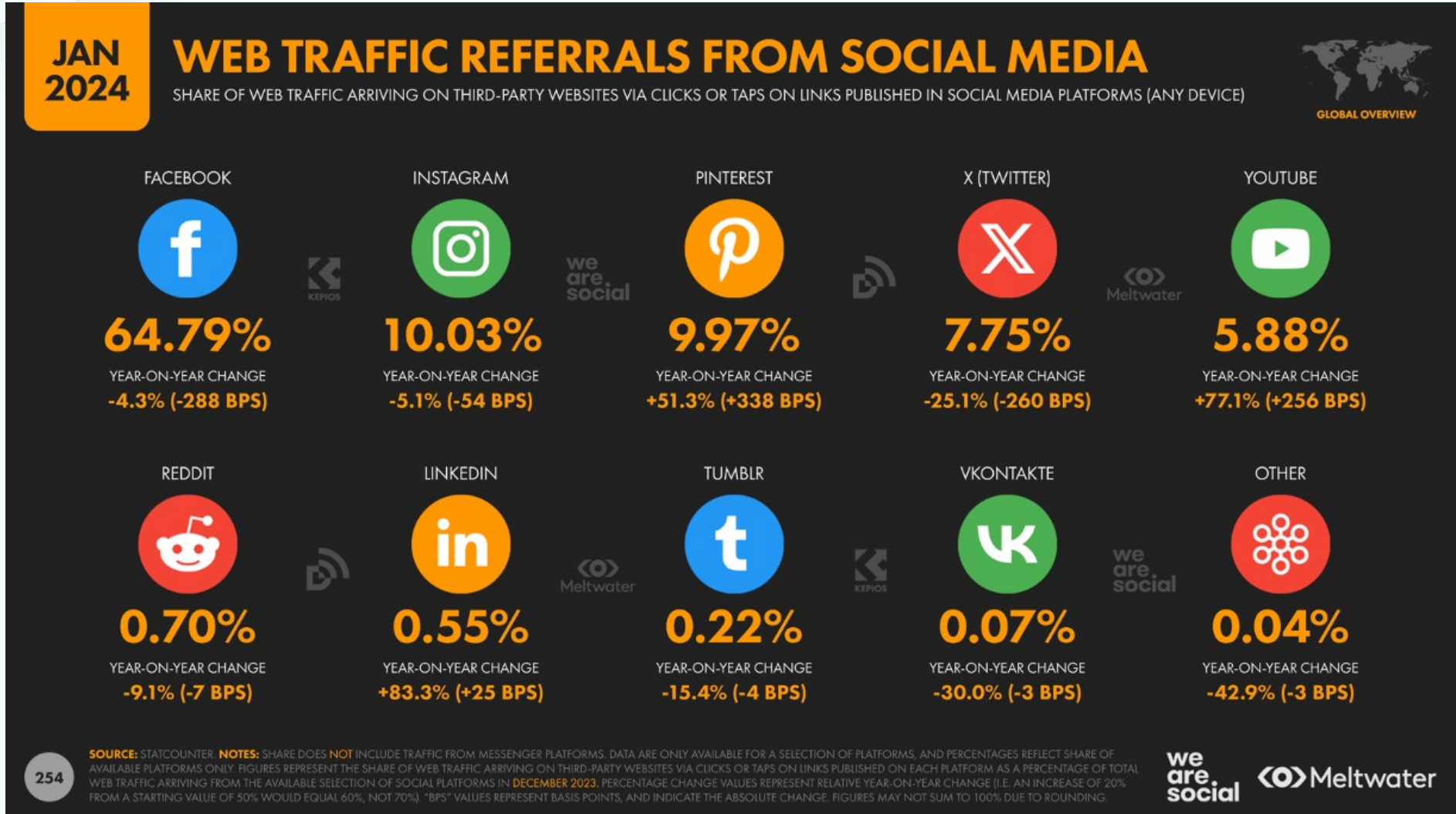
we
are
social

Meltwater

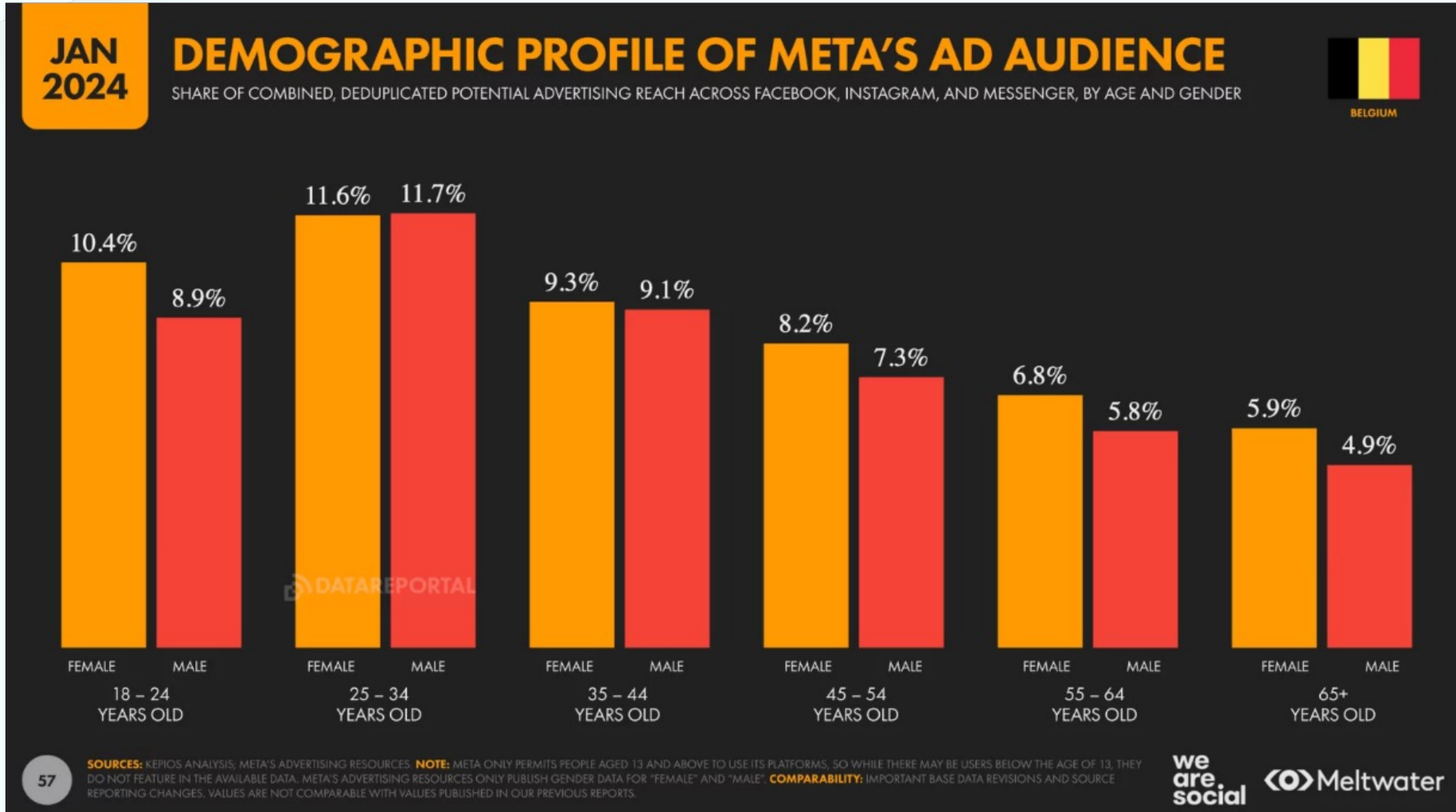
YOUTUBE – CHAMPION INCONTESTÉ



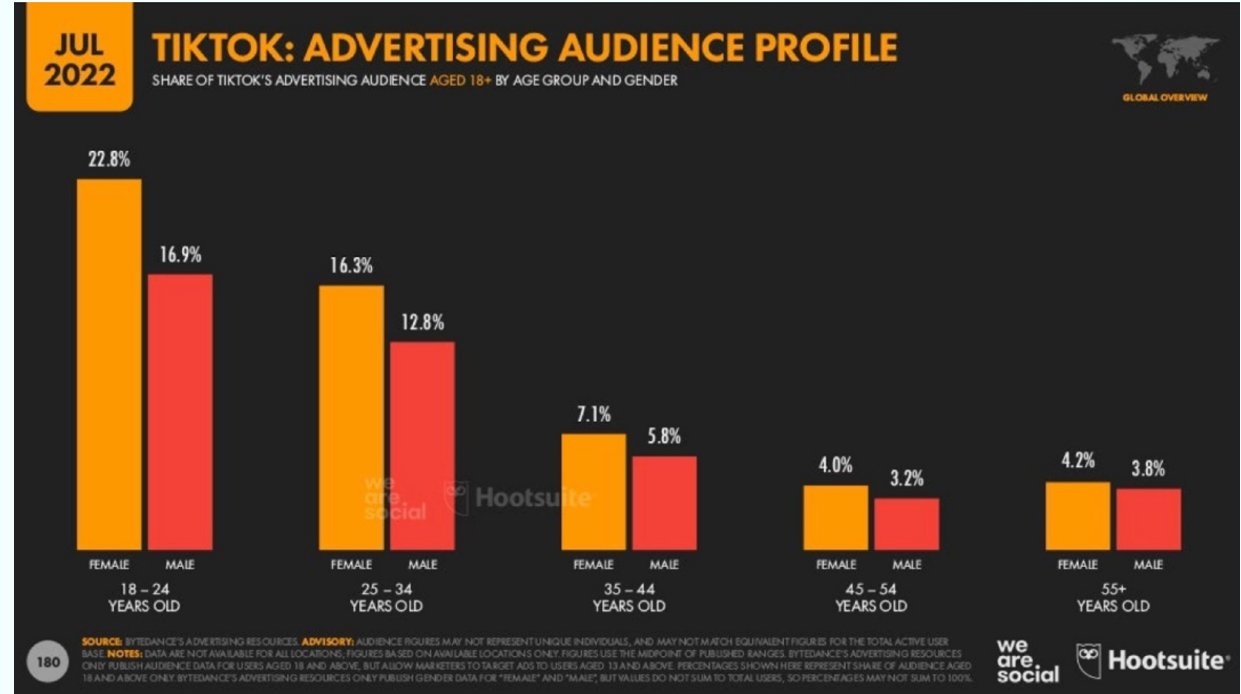
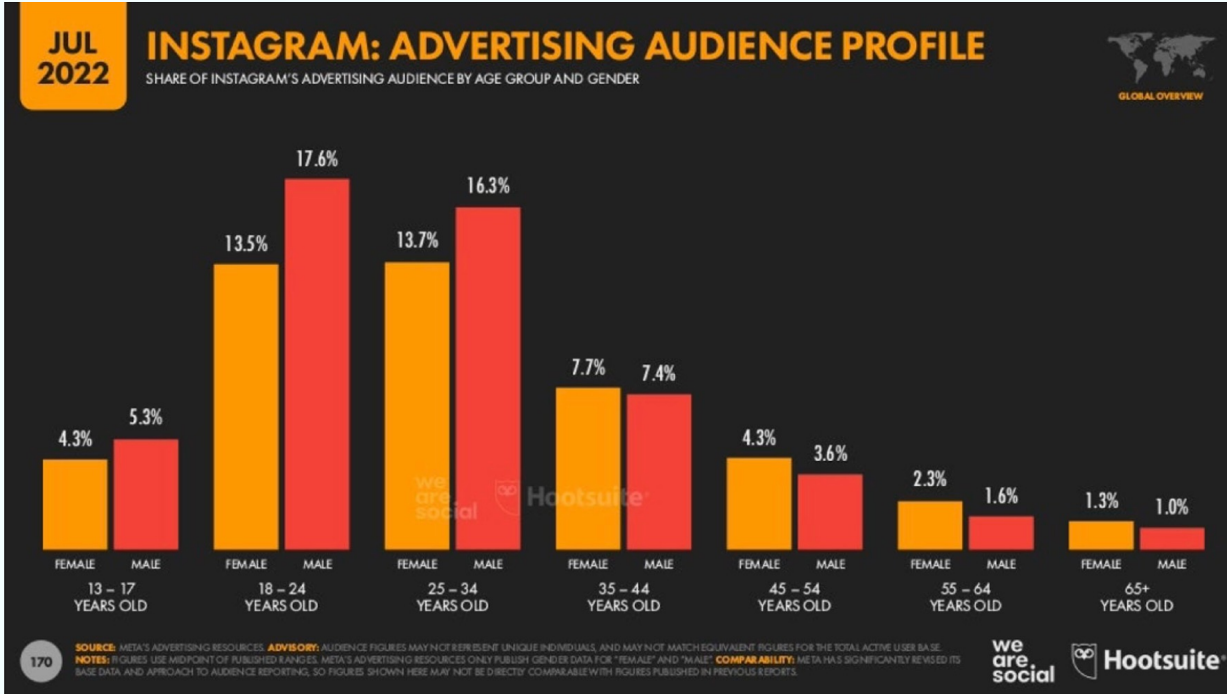


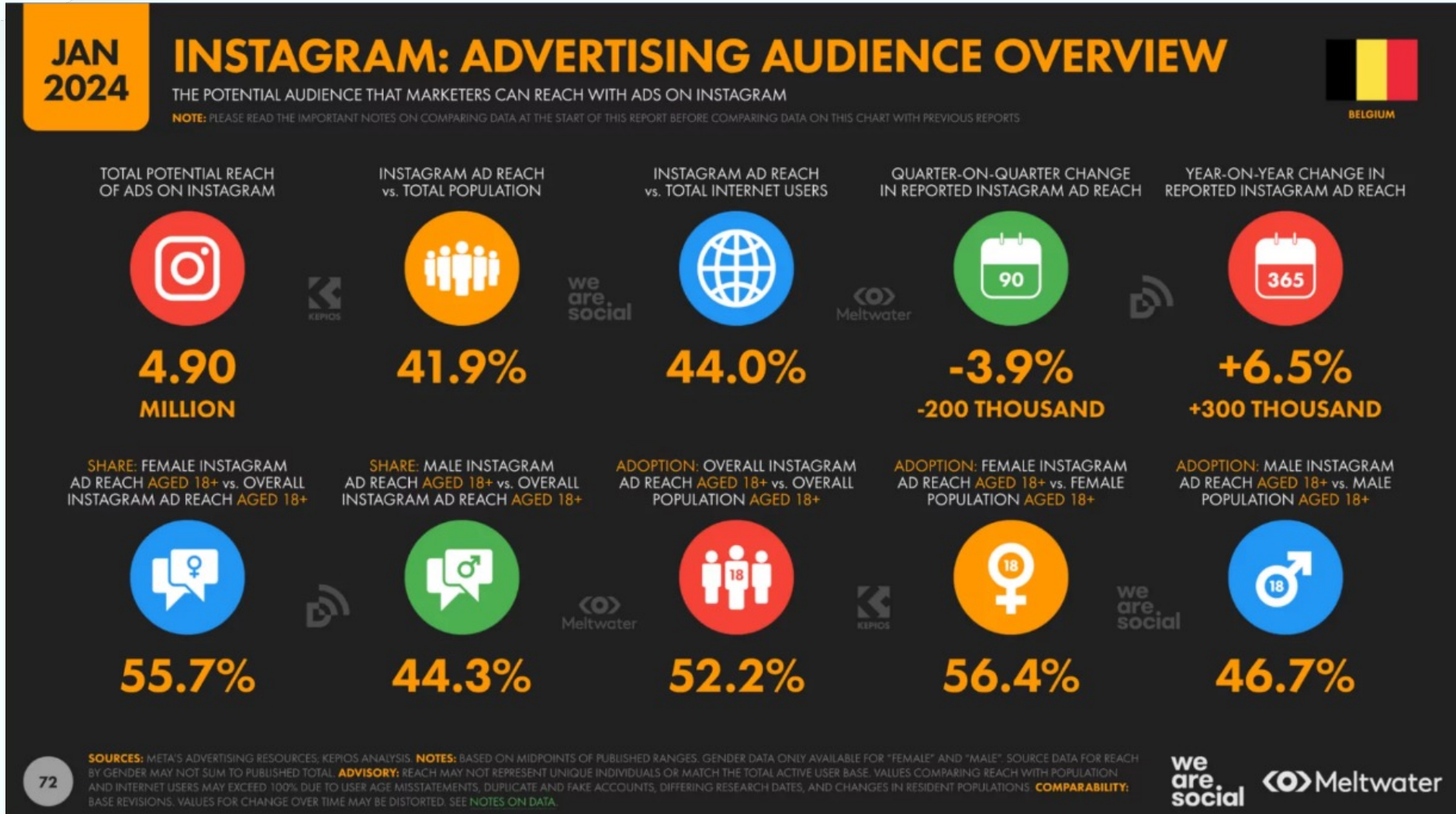


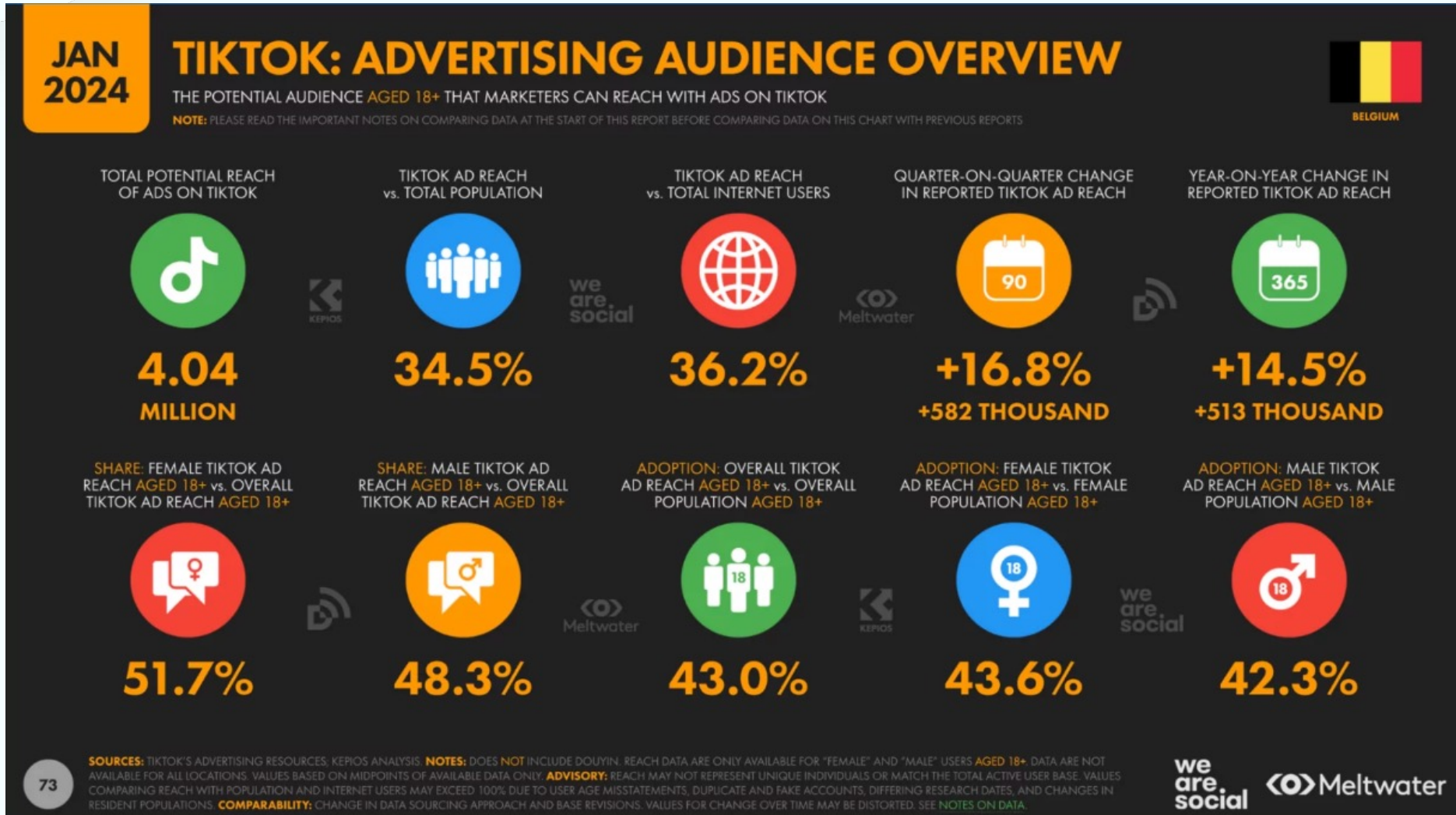
META – SPLIT DEMOGRAPHIQUE



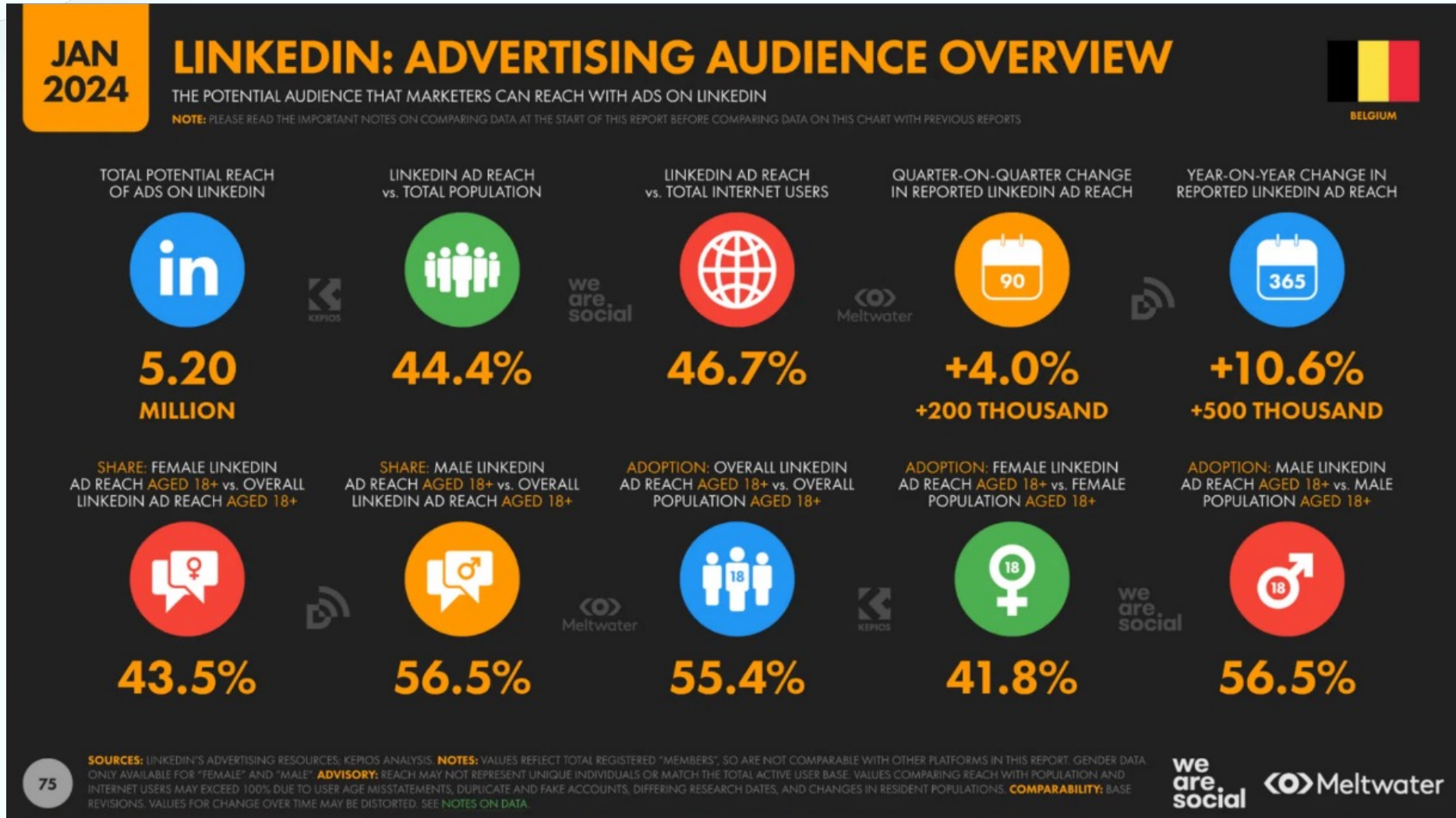
META – SPLIT DEMOGRAPHIQUE VS. TIKTOK







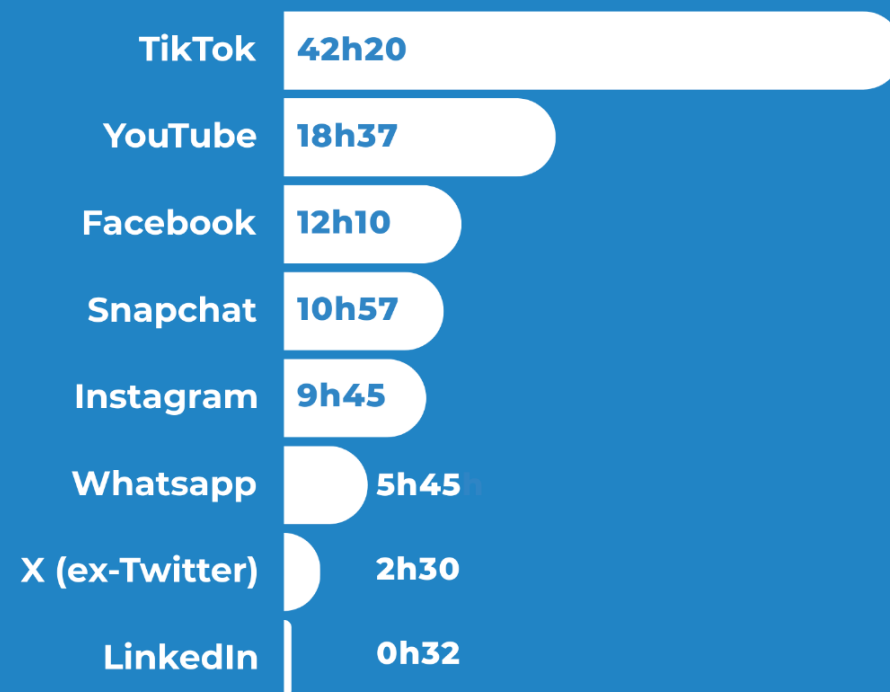
ATTENTION DE NE PAS OUBLIER LINKEDIN



TOUJOURS PAS CONVAINCUS ?

Réseaux sociaux en Belgique

Temps passé par utilisateur
Android et par mois sur...



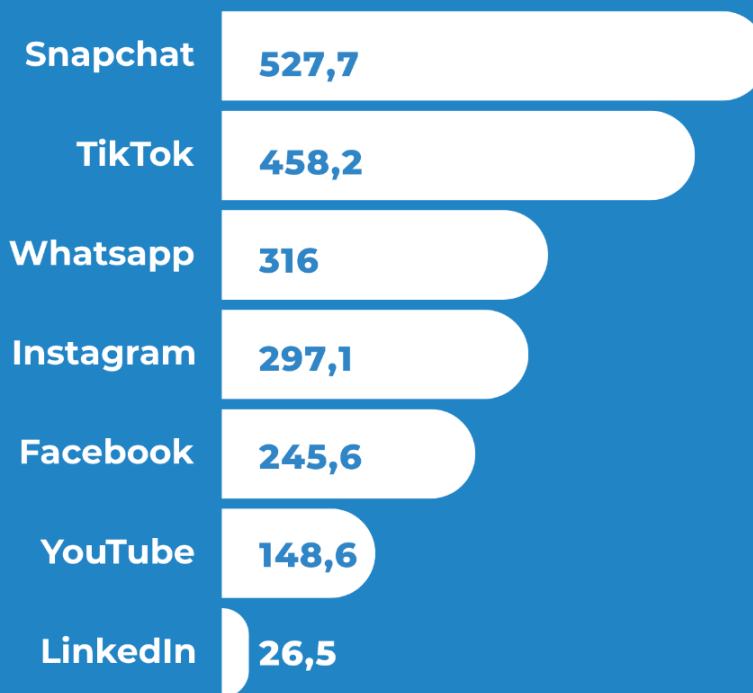
Source : Rapport We Are Social / Meltwater, Janvier 2024



xavierdegraux.be

Réseaux sociaux en Belgique

Nombre d'ouvertures de l'appli
Android chaque mois



Source : Rapport We Are Social / Meltwater, Janvier 2024





→ Construire un social-mix cohérent est essentiel si l'on souhaite toucher les bonnes personnes ! 🎯

→ Les comportements des utilisateurs et leurs attentes diffèrent d'une plateforme à l'autre. Il est donc nécessaire d'adapter sa stratégie de contenu en fonction sur chaque réseau social.

→ Mais où publier ? Quand publier ? Quel contenu ? À quelle fréquence ?



QUESTIONS PRÉLIMINAIRES



Comprendre votre entreprise

= Comprendre quelle histoire raconter

Identifier vos public-cibles

= À qui la raconter ?

Déterminer votre ADN

= Comment la raconter ?

COMPRENDRE VOTRE ENTREPRISE

**Vos segments de clientèle
& vos propositions de
valeur**

Votre marché

**Vos activités, vos produits,
vos services, etc.**

**Vos forces et vos
faiblesses**

Vos objectifs

Exercice #1

Elevator Pitch

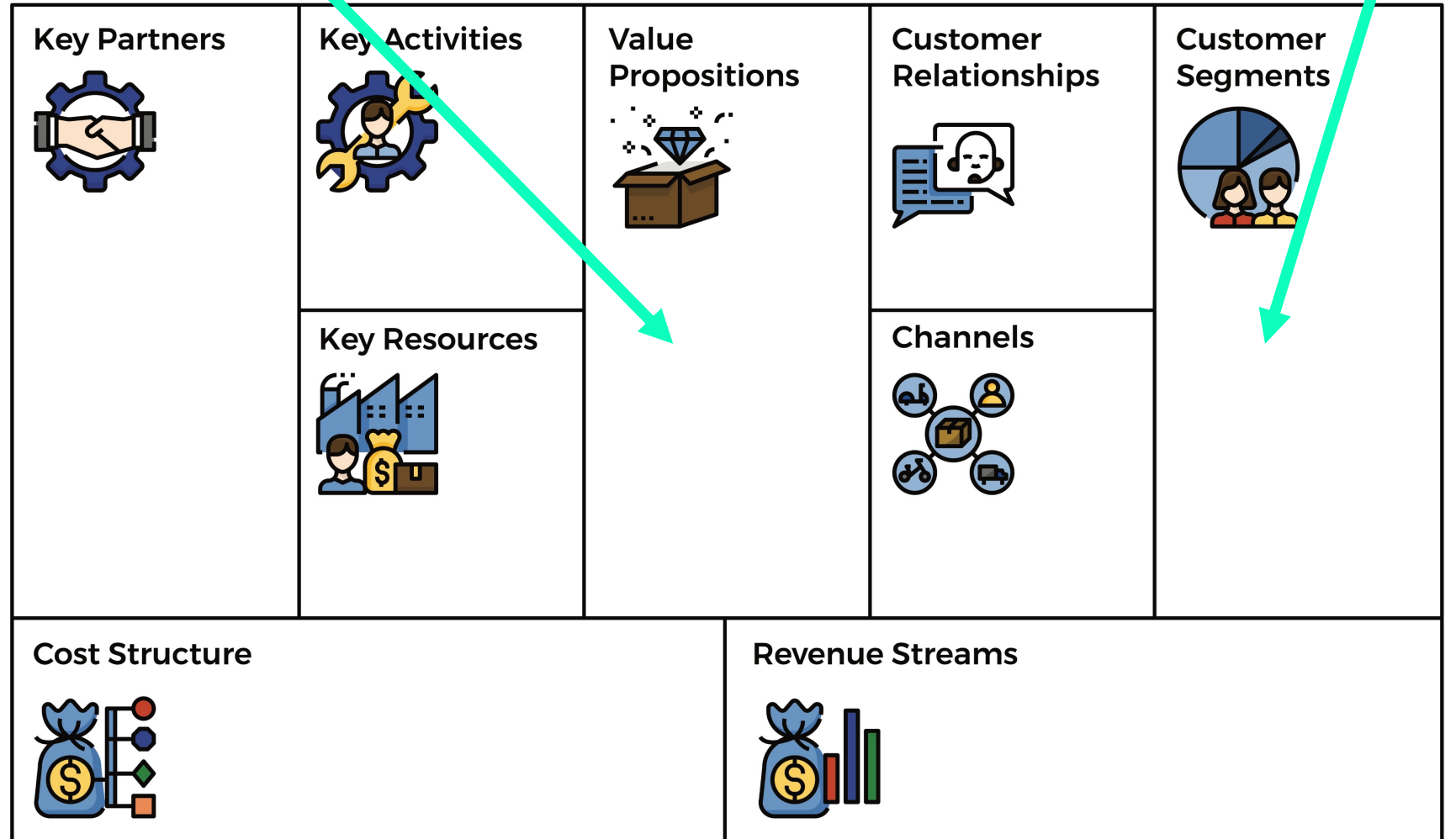


**→ *Mon entreprise, en 15 secondes,
c'est...***

Exercice #2

Business Model Canva

BUSINESS MODEL CANVAS



Exercice #3

SWOT MATRIX

- Forces
- Faiblesses
- Opportunités
- Menaces



IDENTIFIER VOS PUBLIC-CIBLES (BUYER PERSONA)

Quelles plateformes web fréquentent-ils ?

Quelles sont leurs attentes (business issues) et à quel type d'arguments seront-ils sensibles ?

Qui sont-ils : genre, âge, métier, situation familiale, etc ?

Quelles sont leurs attentes (business issues) ?

IDENTIFIER LES PUBLIC-CIBLES

Exercice #1

Persona Profile



Who is he ?

PERSONA PROFILE

How he finds us

Business Issue

What he wants to know

What he doesn't want

Why he buys from us ?



DETERMINER VOTRE ADN

Exercices pour vous y aider :

- Le Cercle d'or (Simon Sinek)
- Exercices de portraits chinois (si ma marque était...)
- Matrice d'adjectifs (nous sommes, nous aimerions-être, nous ne sommes pas)

Quelle image souhaitez-vous donner ?

Quelle est votre raison d'être (WHY) ?

Quelles sont vos valeurs ?

Exercice #1

Golden Circle

GOLDEN CIRCLE

WHY

Very few organizations know WHY they do what they do. WHY is not about making money. That's a result. It's a purpose, cause or belief. It's the very reason your organization exists.



HOW

Some organizations know HOW they do it. These are the things that make them special or set them apart from their competition.

WHAT

Every organization on the planet knows WHAT they do. These are products they sell or the services they offer.

Exercice #1

Golden Circle

THE GOLDEN CIRCLE

AND PRODUCT PYRAMID

WHAT

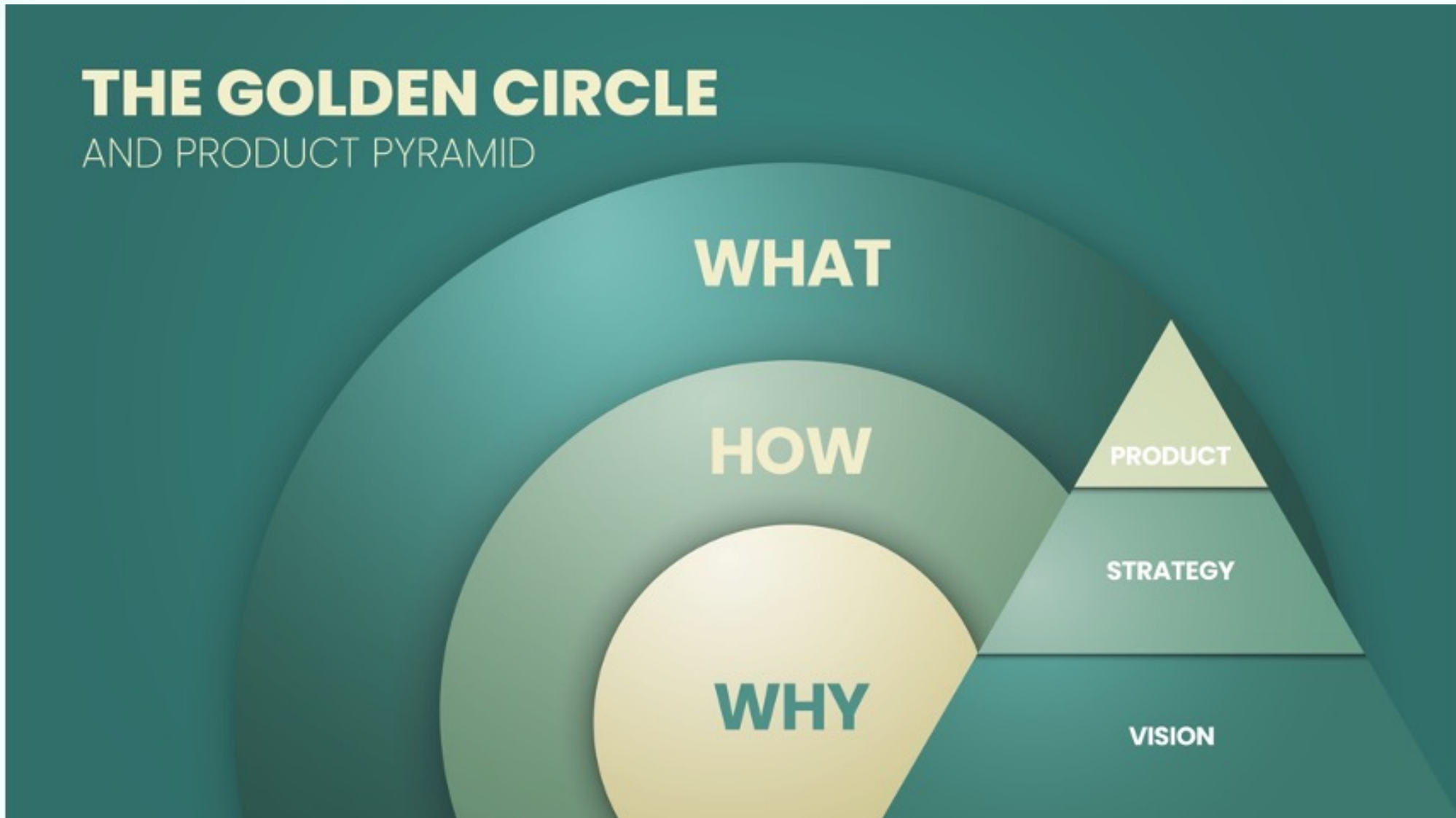
HOW

WHY

PRODUCT

STRATEGY

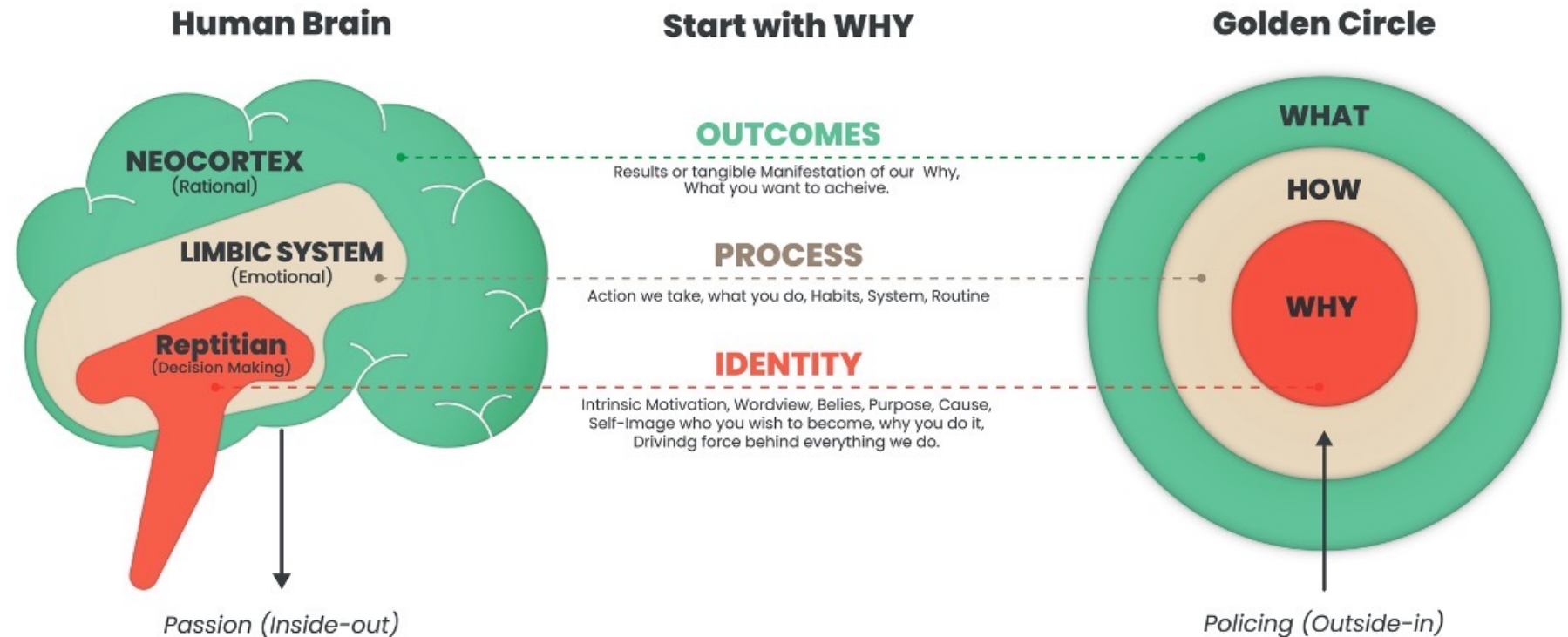
VISION



Exercice #1
Golden Circle

THE GOLDEN CIRCLE AND THE BRAIN

Simon Sinek



Exercice #1

Golden Circle



→ Dans mon entreprise, nous avons la conviction que / de...

DETERMINER L'ADN DE MARQUE

Exercice #1

Golden Circle

→ *en...*



Exercice #1

Golden Circle



→ *Et il se trouve qu'on propose les services suivants...*

Exercice #2

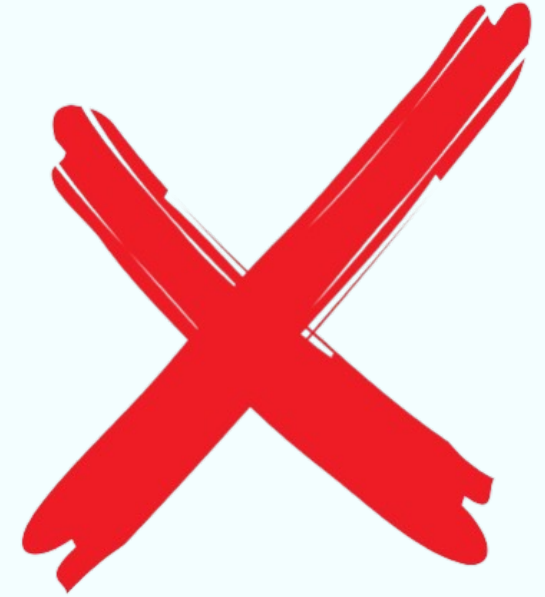
Portraits Chinois



→ *Si mon entreprise était... une personnalité... ou une autre marque !*

Exercice #2

Portraits Chinois



**→ À quelle personnalité / marque
mon entreprise ne ressemble pas ?**

DETERMINER L'ADN DE MARQUE

Exercice #3

**Matrice de
noms &
d'adjectifs**

Ce que nous sommes	Ce que nous ne sommes pas	Ce que nous aimerions devenir

VISIT
Wallonia
.be

Une courte pause ?



→ **Le digital, une évidence... Les réseaux sociaux aussi !**

→ **Se digitaliser = un passage obligé. Mais pas sans répondre à quelques questions préliminaires :**

- **Comprendre mon entreprise**
- **Identifier ses public-cibles**
- **Définir son ADN**

- *Quelle histoire raconter ?*
- *À qui la raconter ?*
- *Comment la raconter ?*

→ **Et ensuite ?**

- **Je valide mon social-mix** ✓
- **J'établis ma stratégie de contenu** ✓
- **Je planifie !** ✓



→ De quoi parler ?



- **Votre établissement**
- **Ce qu'il a à proposer**
- **Vos infrastructures**
- **Votre région**
- **Les activités à proximité**
- **L'humain derrière l'établissement**
- **Vos produits et services**
- **Les nouveautés**
- **Les actions spéciales et promotions**
- **Vos clients et leurs témoignages**
- **Les dates clés et top topical**
- **Offres d'emploi**
- **Etc.**





→ Quel type de contenu ?

- **Autocentré = Votre établissement et ce que vous proposez → 70% de votre contenu**
- **Décentré = Ce qui gravite autour et intéresse vos public-cibles → 30% de votre contenu**

→ À quelle fréquence ?

- **Minimum 2 publications / mois pour « exister »... Moins, c'est « survivre » !**
- **Scénario idéal : 2 publications / semaine**
- **⚠ MAIS... Toujours privilégier la qualité à la quantité ! ⚠**





→ Un « bon » contenu, c'est quoi ? 🙌

○ Un bon fond :

- ✓ Un contenu récurrent : min. 2 publications / mois pour exister !!
- ✓ Lié de près ou de loin à l'entreprise / l'institution : 70% contenu autocentré – 30% contenu décentré.
- ✓ À vouloir séduire tout le monde, on ne séduit personne ! → Mass Marketing vs. My Marketing → Segmenter la communication et les messages.
- ✓ Adapté à mon public-cible et à ses attentes .



→ Un « bon » contenu, c'est quoi ? 🙌



○ Une bonne forme :

✓ Le format dépend de votre objectif ! Que voulez-vous ? Générer de l'interaction ? Du trafic ? Etc.

✓ Le + important : le VISUEL !

➤ Utiliser des visuels de qualité : résolution, luminosité, cadrage, etc.

➤ Un visuel = 1 message / 1 idée

➤ Le contenu doit être reconnaissable → Intentions graphiques (Photoshop, Canva, etc).

➤ Quid Photos vs. Vidéos ?

✓ Le texte doit être impactant, court et aéré !

➤ Inversion du sens communicationnel : toujours commencer par le cœur du message, par le CTA.

➤ Utiliser des sauts de ligne, des émojis, des éléments de structure (bullet points), des typos, du gras, etc.

➤ Utilisation des liens !! Attention à Instagram !

➤ Autres éléments : localisation, humeur, hashtags, bouton CTA, etc. → !! Chaque plateforme a ses codes !



INSPIRATIONS

L'Écureuil – Les Terrasses de Malmedy


L'Écureuil - Terrasses de Malmedy
6 novembre 2023 · 🌐

Ben jij een rally fan en op zoek naar een accommodatie voor het weekend van de Spa Rally 24 november tot 26 november 2023?

Onze prachtige comfortabele vakantiewoning is nog beschikbaar voor het Rally-weekend in België!

Te boeken via <https://bit.ly/3q1alMP> of mail ons; lecureuilmalmedy@gmail.com om jouw vakantiewoning te boeken en jezelf een onvergetelijke ervaring tijdens het Rally- weekend in België te bezorgen!... **En voir plus**

Voir la traduction



Vakantiewoning
L'Écureuil -
Terrasses de Malmedy

J'aime Commenter Partager

L'Écureuil - Terrasses de Malmedy
23 novembre 2023 · 🌐

[#lecureuilterrassedemalmedy](#) [#quote](#) [#vakantiewoning](#) [#malmedy](#) [#ardennen](#)

"Malmedy, waar de cultuur van weleer en de rust van de natuur samenkomen voor een verkwikkend weekendje weg."

L'ÉCUREUIL
TERRASSES DE MALMEDY
@L'Écureuil - Terrasses de Malmedy

1 partage


J'aime Commenter Partager

L'Écureuil - Terrasses de Malmedy
26 juillet 2023 · 🌐

Malmedy! Naast de adembenemende wandelroutes in de Hoge Venen, biedt deze regio je tal van activiteiten zoals fietsen op de Ravel, kajak en zwemmen in het meer van Robertville. De heuvelachtige regio is eveneens de 'place to be' voor mountainbikers. Bovendien zijn er tal van andere mogelijkheden voor een daguitstap, zoals een historische speurtocht door Malmedy, een bezoek aan het Malmundarium, of een uitstapje naar kasteel Reinhardstein.

Wil je ook graag deze prachtige... **En voir plus**

Voir la traduction



**L'Écureuil -
Terrasses de
Malmedy**

L'ÉCUREUIL
TERRASSES DE MALMEDY
@L'Écureuil - Terrasses de Malmedy

L'Écureuil - Terrasses de Malmedy
Cottage

WhatsApp

1 partage 6 partages

J'aime Commenter Partager

Domaine Sur Les Sarts 1j · 🌐

BUSINESS & MEETINGS 🏢

Vous recherchez un lieu pour *renforcer la cohésion de votre équipe* ? Un espace où *l'évasion totale de la routine quotidienne* est primordiale ?

🌿 Notre domaine est **l'endroit idéal pour vos événements d'entreprise** :

- Cadre naturel enchanté au coeur de la nature
- Installations luxueuses et modernes
- Activités de team building passionnant... **En voir plus**

👍❤️ 9 2 partages

J'aime Commenter Partager

Domaine Sur Les Sarts 3 juin à 18:00 · 🌐

FETE DES PERES 🍷

Cette année, **surprenez et gâtez votre papa** avec notre package exclusif "**Gourmandise & Bien-être**" au **Domaine Sur Les Sarts**. Un moment unique et privilégié **pour se détendre et savourer des délices culinaires** !

🍽️ **MENU 3 SERVICES RESTAURANT** - Découvrez une cuisine raffinée et savoureuse spécialement conçue pour cette occasion.

🍷 **SELECTION DE VINS** - Accompagnez chaque plat avec des vins soigneusement choisis pour sublimer vos papilles.

👉 **LIBRE ACCE...** En voir plus

PACKAGE NON-RÉSIDENTS
EXPÉRIENCE "GOURMANDISE & BIEN-ÊTRE"

150 €
PAR PERSONNE

INCLUS DANS CE PACKAGE

MENU 3 SERVICES AU RESTAURANT
SÉLECTION DE VINS DURANT LE REPAS
LIBRE ACCÈS 3H AU SPA, À L'ESPACE ECO-LODGE & POOLHOUSE
ENSEMBLE DE LINGE DE BAIN COMPOSÉ D'UN PEIGNOIR & SERVIETTE

Valable uniquement lundi, jeudi & dimanche

👍❤️ 16 1 commentaire 7 partages

J'aime Commenter Partager

Domaine Sur Les Sarts 25 mai à 10:34 · 🌐

🌟 **PROMO MIDWEEK 20%** 🌟

🕒 Pour une durée limitée, profitez de nos suites **A PARTIR DE 151€ la nuit, petit-déjeuner inclus**. Oui, vous avez bien lu, c'est le moment parfait pour s'offrir **un peu de luxe à prix doux**, avec **-20% sur les nuitées DU DIMANCHE AU JEUDI** !

🌐 **Rendez-vous directement sur notre site** pour bénéficier de cette offre exclusive : <https://domainesurlessarts.com/.../hotel-suites-domaine...>

👍❤️ 14 9 partages

J'aime Commenter Partager

INSPIRATIONS

Domaine sur les Sarts

Domaine Sur Les Sarts
21 mai à 18:48 · 🌐



Menu Special

CHÈVRE FRAIS DE MÉAN, ASPERGES DU PAYS EN TROIS TEXTURES, CREVETTES GRISES ET TAGÈTES

CARRÉ DE VEAU EN BASSE TEMPÉRATURE ET GRILLÉ AU JOSPER, TARTELETTE PETITS POIS ET MORILLES, VIN JAUNE

DESSERT AUTOUR DE LA FRAISE DU PAYS

Formule à 80 €

Aperitif - mises en bouche - menu 3 services - sélection vins - eau/thé/café - mignardises

www.domainesurlessarts.com

LA P'TITE AUBERGE

La P'tite Auberge
« Un juste équilibre entre produits locaux, gourmandises & découvertes » **Appeler**

La P'tite Auberge
21 mai à 18:30 · 🌐

MENU SPECIAL 🍷

Joignez-vous à nous **CE JEUDI SOIR pour une expérience gastronomique exclusive.** Notre chef Jeremy Simon propose un menu spécial qui comprend... **En voir plus**

8 J'aime 1 commentaire

J'aime Commenter Partager

Domaine Sur Les Sarts
8 mai · 🌐

Pour les professionnels dans le monde du 🐾 : **à ne pas manquer !**



Où nous rejoindre pour cette soirée inoubliable ?

EQUUS COMMUNITY

DOMAINE SUR LES SARTS
Rue Sur les Sarts 79/A
5352 OHEY

Sophie Maka
8 mai · 🌐

👏👏👏 **YES!!! On la fait !**
Des heures de travail, de réflexions, de partage ! Des idées qui fusent de partout ! Nous y sommes ! On vous présente ce superbe projet de... **En voir plus**

1 J'aime

J'aime Commenter Partager

Domaine Sur Les Sarts
22 avril · 🌐

!! JOB ALERT !!

Nous sommes à la recherche d'une véritable *fée du logis* au **Domaine Sur Les Sarts** 🦄👉

Pour ce faire, nous sommes en recherche d'une personne :
📄 Disponible 12h à ... **En voir plus**



DOMAINE SUR LES SARTS

JOB ALERT

DOMAINE SUR LES SARTS

3 J'aime 57 partages

J'aime Commenter Partager

INSPIRATIONS

Musée du petit format d'Art Contemporain

Musée du Petit Format d'Art Contemporain
4 juin à 10:56 · 🌐

Le mercredi 12 juin, de 14 à 17h, le Musée du Petit Format d'Art Contemporain vous propose un atelier d'écriture animé par Béatrice Libert !
Plus d'infos sur l'événement sur Facebook 📌 <https://fb.me/e/1Wr03GCf4>
Et sur notre site 📌
h... En voir plus



8 likes · 1 partage

J'aime Commenter Partager

Musée du Petit Format d'Art Contemporain est à Musée du Petit Format d'Art Contemporain.
3 juin à 11:36 · Nîmes · 🌐

Retour en image sur le vernissage de l'exposition "Cécile Miguel, du côté de l'ombre méditante" au Musée du Petit Format d'Art Contemporain !
Exposition à découvrir jusqu'au 13 septembre 2024 😊
Merci à José Hubert, Yves Namur et Béatrice Libert pour leurs discours.... En voir plus



15 likes

J'aime Commenter Partager

Musée du Petit Format d'Art Contemporain
30 avril · 🌐

Newsletter du Musée du Petit Format d'Art Contemporain - <https://mailchi.mp/.../newsletter-musee-du-petit-format...>
Inscrivez-vous à notre Newsletter pour être au courant de toutes nos actus par e-mail.



4 likes · 1 partage

J'aime Commenter Partager

INSPIRATIONS

La Petite Histoire


La Petite Histoire se sent fier à Ath. 6 h · 🌐

🌱 Découvrez l'exposition "Art et Végétal" à La Petite Histoire à Ath ! 🌿

Cet été 🌞, plongez dans une symbiose artistique unique en résonance avec la Biennale athenoise "Art et végétal" 🌿 organisée par la [Maison Culturelle d'Ath](#).

La Petite Histoire 🏠 vous invite à explorer l'univers fascinant de trois artistes : Valérie Alter, Yvan Bataille 🎨 et Marie-Esther Verheyen.

Leur... [En voir plus](#)



👍❤️ 17

20 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

La Petite Histoire 🤗 se sent reconnaissant à Ath. 2 juin à 21:53 · 🌐

Comme Carole, combinez votre séjour 🏠 à [La Petite Histoire](#) avec un spectacle au [Palace](#).

Le programme de la saison culturelle 🗨️ 2024-2025 sera dévoilé le jeudi 13 juin par la [Maison Culturelle d'Ath](#) 🎉!

[#ATH](#) [#culturewapi](#) [#culture](#) [#spectacle](#) [#Mcath](#) [#gitedecharme](#) [#séjournfamille](#) [#tourismebelgique](#) [#visitwallonia](#)



👍❤️ 8


👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

La Petite Histoire est à Ath. 22 mai à 17:02 · 🌐

Ce jeudi 23 mai de 15h à 18h, l'espace galerie 🖼️ de la Petite Histoire vous ouvre ses portes pour l'Exposition "Echos de couleurs : voyage vibrant à travers l'art de Mohamed Triki".

Dépaysement assuré 😊!

[#artbelge](#) [#HainautCulture](#) [#expos](#) [#exposition](#) [#artistepeintre](#) [#artmoderne](#) [#ath](#) [#art](#) [#CreateursBelges](#) [#ArtEtCulture](#) [#ArtBelgium](#) [#artabstrait](#) [#artfiguratif](#)




👍❤️ 14

5 commentaires 8 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Le Musée de la Ville d'eaux
30 mai à 12:54 · 🌐

Cherche guides 🔍



- Tu aimes animer des groupes d'enfants ? _____
- Tu parles le néerlandais ? _____
- Tu es disponible en semaine ? _____

Rejoins notre équipe!

Envoie ton CV ;
info@spavillaroyale.be

Prestations défrayées sous le régime du volontariat

3 J'aime 21 partages

Commenter Partager

Le Musée de la Ville d'eaux
14 mai à 14:09 · 🌐

Nous sommes déjà à la mi-mai !!
Enseignants de Spa et d'ailleurs, connaissez-vous nos animations scolaires ? Diverses animations et possibilités s'offrent à vous 😊
N'hésitez pas à prendre contact : info@spavillaroyale.be
www.spavillaroyale.be - 087 77 44 86
Je le répète, LES ENFANTS ADORENT 😊



5 J'aime 10 partages

Commenter Partager

Le Musée de la Ville d'eaux
2 mai · 🌐

Hello, c'est ce dimanche 5 mai, de 13h à 17h, que vous êtes les bienvenus pour un Atelier créatif !
Gratuit et sans réservation 😊
On vous attend !

spa! museum
Musée de la Ville d'eaux



ATELIER CRÉATIF
AUTOUR DE L'EXPOSITION "BOÎTES ET COFFRETS"
Gratuit
Dimanche 5 mai 2024 de 13h à 17h

Musée de la Ville d'eaux
Avenue Reine Astrid, 77b 4900 Spa
Contact : 087/7744 86
info@spavillaroyale.be
www.spavillaroyale.be



5 J'aime 6 partages

Commenter Partager

INSPIRATIONS

Chocolaterie Les Gayettes

Gayettes du Pays Noir
6 j · 🌐

On n'oublie pas nos papas 🥰
Des magnifiques chaussures de foot avec des petits ballons fourrés à la Gayettes.
Édition limitée. 17€
Contactez nous en mp



👍❤️ 24 2 commentaires 7 partages

J'aime Commenter Partager

Gayettes du Pays Noir
31 mai à 08:13 · 🌐

Venez nous retrouver ce dimanche à Braine le Comte pour le marché des bouquinistes 🤗



Marché des Bouquinistes
BRAINE-LE-COMTE

02 Juin 2024
de 9h à 18h

Salle de la Tourette
Rue des Viviers
7090 B-L-C

NOSTALGIE

DIM, 2 JUIN
Le Marché des Bouquinistes de Braine-le-comte
Salle de la tourette, rue des viviers 7090 Braine-le-comte
717 personnes intéressées

☆ Ça m'intéresse

👍 8 3 commentaires

J'aime Commenter Partager

Gayettes du Pays Noir
17 avril · 🌐

Jeu concours !!!!
On change un peu les règles...
Aujourd'hui il faut deviner le poids total du bac à Gayettes + le kilo qui vous sera offert + le poids de la chocolatière (moi) Attention ne me vexée pas en mettant des poids lourds 🤪
Donc c'est le poids total de moi et du bac que je porte.
Le gagnant recevra 1kg de mixte Gayettes, cookies et nos pralines crème de Gayettes.
Indiquez le poids et taguez des amis pour gagner!!!!
Le concours se termine le samedi 27/4
Attention au piratage récurrent lors des concours. Si vous recevez un message qui vous dit que vous avez gagné avant le 27/4 et qui vous demande 1€ et le nr de votre carte visa : c'est pas nous alors surtout pas accepter. Le concours est gratuit et le gagnant sera annoncé sur la page des Gayettes. 🤪
Bonne chance à tous 🙌🙌🙌



La gayette est un terme wallon qui désignait un petit morceau de charbon
De gayette is een Waalse term die verwijst naar een klein stukje steenkool

- Speculoos
- Praliné - Noisettes
- Croustiboise
- Bergamote
- Orangettes
- Caraque Violette

067 79 13 08 - 0476 732 532
info@gayettes.be - www.gayettes.be

👍❤️ 155 253 commentaires 57 partages

J'aime Commenter Partager

INSPIRATIONS

AGORA Tournai

The Lodge by Wings
16 mai à 14:28 · 🌐

A seulement 5km de chez nous, c'est un endroit incontournable pour des départs de belles balades dans le massif de la Croix-Scaille 🌲🌲🌲 en terminant par une magnifique vue sur tout le domaine forestier 🍁



MESSANGER

📧 Envoyer un message

Hello Ardenne 😊 se sent relax à **Tour du Millénaire**.

16 mai à 13:34 · Gedinne · 🌐

♻️ A DÉCOUVRIR | La « tour du millénaire » à Gedinne
En forme de sablier ⌚, à 45 m de haut, cet ouvrage unique vous offre un panorama exceptionnel à 360 degrés... **En voir plus**

👍 5

1 partage

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

The Lodge by Wings
5 mai · 🌐

Même si il fait gris, ici, la vie vous sourit 😊



👍❤️ 11

17 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

The Lodge by Wings
22 février · 🌐

Venez vous détendre dans un endroit paisible, où vous pourrez partager de bons moments en famille ou entre amis, et ce, malgré ce temps maussade. C'est avec plaisir que nous vous accueillerons pendant les congés de détente (carnaval) pour vous offrir une expérience chaleureuse et relaxante.

www.thelodge.be



👍❤️ 23

1 commentaire 84 partages

👍 J'aime

💬 Commenter






➦ Partager

ÉTABLIR SA STRATÉGIE DE CONTENU → PILIERS DE CONTENU



Brand Equity	Education	Products & Recipes	Panzani & You	Activation
<ul style="list-style-type: none"> • Vision : La vie est une fête qui commence autour de la table. Nous pensons que le repas peut se vivre plus fort avec un plat accessible, facile à cuisiner, toujours délicieux, qui fait voyager et se partage. • Mission : Faire de chaque repas une célébration et initier à chacun l'envie de vivre sa vie intensément ! ...et sans se prendre au sérieux ! • Engagements : blé français, filière durable, du champ à l'assiette, ingrédients naturels, 0 résidu de pesticides, tomates fraîches de saison, nutriscore, etc. • Emotional benefits : Des repas festifs qui rassemblent et incitent à vivre chaque jour sa vie plus intensément, sans se prendre au sérieux. • Etc. <p style="text-align: center;">1 x / mois</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le saviez-vous ? Tips / infos sympas concernant la marque, ses produits, leur composition, les ingrédients, leur provenance, approvisionnement, traçabilité, etc. • Trucs et Actues : <ul style="list-style-type: none"> ○ Comment faire une sauce pesto maison ? ○ La bonne quantité d'eau ○ Pâtes longues, pâtes courtes : comment les servir ? ○ Etc. • FAQ, Vrai / Faux et idées reçues <ul style="list-style-type: none"> ○ Les pâtes font-elle grossir ? ○ Pâtes vs. Bien manger ○ Etc. <p style="text-align: center;">1 x / mois</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Produits : Pâtes courtes / longues, sauces légumes / viande / champignons / pesto / blanche, etc. • Recettes en fonction... <ul style="list-style-type: none"> ○ Du moment (entre copains, pour les enfants, de saison, etc) ○ Du timing (3 – 15 – 30 min ou +) ○ De la difficulté... • Les incontournables, les improbables, les nouvelles recettes, etc. • → Shooting TT/Reel d'une recette / mois. <p style="text-align: center;">2 x / mois</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sondages et prises d'avis : <ul style="list-style-type: none"> ○ Vous êtes plutôt... Team Bolo / Team Carbo ? ○ Votre recette préférée... ○ Votre petit secret... ○ Etc. • Challenges et jeux concours • Co-création et User Generated Content - UGC : collaborations influence marketing, etc. • Top Topical / dates clé : fête nationale, fête des mères/pères, Carnaval, Fêtes de fin d'année, saisons, journées mondiales de... <p style="text-align: center;">1 x / mois</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les réductions du moment : Des bonnes pâtes et des bons plans ! • Réseau de distribution et actions spécifiques (discounts, coupons croisés, PLV, etc). • Lancements nouveaux produits ? <p style="text-align: center;">1 x / mois</p>

DES PILIERS DE CONTENU AU PLANNING EDITORIAL MENSUEL

							
Week	Post 1	Post 2	Post 1	Story	Post 1	Post 1	Post 1
W 1							
€							
W 2							
€							
W 3							
€							
W 4							
€							

UNE FOIS LE CONTENU CRÉÉ... RESTE À PLANIFIER

The image shows a Facebook profile for 'Synapse Agency'. The cover photo features a woman and a man working on laptops with the text 'digital creatives data heroes'. Below the cover photo is the profile picture, name 'Synapse Agency', and follower count '3,5 K J'aime · 3,6 K followers'. Navigation tabs include 'Publications', 'À propos', 'Mentions', 'Avis', 'Reels', 'Photos', and 'Plus'. A red arrow points to the 'Que voulez-vous dire ?' input field in the post creation area. Below this are options for 'Photo / vidéo', 'Reel', and 'Vidéo en direct'. Further down are sections for 'À la une', 'Publications' (with 'Filtres' and 'Gérer les publications' buttons), and 'Intro' (with an 'Ajouter une bio' button). A video player at the bottom shows a Reel from Synapse Agency dated 29 avr.

UNE FOIS LE CONTENU CRÉÉ... RESTE À PLANIFIER

The image shows a Facebook post creation interface. A modal window titled "Créer une publication" is open, showing the following options:

- Synapse Agency** (Public)
- Text input: "Que voulez-vous dire ?"
- Buttons: "Ajouter à votre publication" (with icons for photos, videos, location, emojis, GIFs, and more)
- Booster la publication** (toggle switch)
- Programmez votre publication dans Meta Business Suite.** (highlighted by a red arrow)
- Bottom button: "Publier"

The background shows a Facebook profile page for "Synapse Agency" with a cover photo of two people and the text "digital creatives". The page includes sections for "Publications", "À la une", and "Publications".

UNE FOIS LE CONTENU CRÉÉ... RESTE À PLANIFIER

The image shows the Facebook 'Créer publication' (Create Post) interface. On the left, a vertical sidebar contains navigation icons. The main content area is divided into several sections:

- Publier dans:** A dropdown menu showing 'Synapse Agency et synapseagency'. A red arrow points to this dropdown.
- Contenu multimédia:** A section for adding photos or videos. It shows a placeholder for a 1440 x 1794 image and an 'Ajouter une photo' button.
- Détails de la publication:** A section with a radio button for 'Personnaliser la publication pour Facebook et Instagram' (selected) and a text area containing 'Publication test'. Below the text area are icons for emojis, location, tags, and links.
- Options de programmation:** A section with a toggle switch labeled 'Définir la date et l'heure'. A red arrow points to this toggle.
- Paramètres de confidentialité:** A section with two radio buttons: 'Public' (selected) and 'Limité'.
- Booster:** A section with a toggle switch and buttons for 'Annuler', 'Terminer plus tard', and 'Publier'.

On the right, a preview of the post is shown. It features the profile picture of 'Synapse Agency', the text 'À l'instant · 🌐', and 'Publication test'. Below the text is a large image of a rustic bedroom interior with a thatched roof and a bed. At the bottom of the preview are the interaction buttons: 'J'aime', 'Commenter', and 'Partager'.

UNE FOIS LE CONTENU CRÉÉ... RESTE À PLANIFIER

The image shows the Facebook 'Créer publication' (Create Post) interface. On the left, a sidebar contains navigation icons. The main area is divided into several sections:

- Publier dans:** A dropdown menu showing 'Synapse Agency et synapseagency'. A green arrow points to this dropdown.
- Contenu multimédia:** A section for adding photos or videos. It shows a 1440 x 1794 image and an 'Ajouter une photo' button.
- Détails de la publication:** A section for customizing the post for Facebook and Instagram. It includes a text area with 'Publication test' and various sharing options.
- Options de programmation:** A section for scheduling the post. A green arrow points to the 'Définir la date et l'heure' toggle switch, which is currently turned off.
- Paramètres de confidentialité:** A section for setting the privacy of the post, with 'Public' selected.
- Booster:** A toggle switch at the bottom left.

On the right, a preview of the post is shown, featuring a photo of a rustic interior. Below the preview, a zoomed-in view of the 'Options de programmation' section is displayed, showing the following details:

- Options de programmation:** Définir la date et l'heure
- Programmez votre publication au moment où votre audience est la plus active, ou sélectionnez manuellement une date et une heure.**
- Facebook:** 11 juin 2024, 23:56
- Instagram:** 11 juin 2024, 23:56
- Moments où votre audience est la plus active**

UNE FOIS LE CONTENU CRÉÉ... RESTE À PLANIFIER



Meta Business Suite

calendrier marketing en créant, programmant et gérant votre contenu.

Synapse Agency

- Accueil
- Notifications
- Messagerie
- Centre de prospects
- Contenu
- Agenda**
- Publicités
- Statistiques
- Tous les outils

Modifier

Rechercher

Paramètres

Aide

Aujourd'hui

juin 2024

9 Lun 10 Mar 11 Mer 12 Jeu 13 Ven 14

15:58 Archivé

15:58 Archivé

15:59 Archivé

10:30

19:00

Cette semaine, vos followers Instagram sont les plus actifs à cette période.

Programmer

18 personnes ont réagi à vos publications

Invitez les personnes qui ont réagi à vos publications la semaine dernière à suivre votre Page.

Envoyer des invitations

... ET À ANALYSER LES RÉSULTATS

Contenu
Programmez, publiez et gérez vos publications et vos stories et plus encore.

Contenu

- Publications et reels
- Stories
- Tests A/B
- Fil et grille
- Mentions et tags
- Clips
- Collections
- Photos Facebook
- Playlists
- Séries
- Éléments créatifs
- Vidéos que vous pouvez cross...

Exporter les données | Créer un reel | Créer une publication

Les lectures de reels incluent désormais les relectures
Le nombre de lectures pour les reels Facebook et Instagram créés après le 21 septembre 2023 incluent désormais les relectures.

Publié | Programmé | Brouillons | Arrive à expiration | Expiré

Type de publication | Filtrer | Effacer | Rechercher par ID ou légende | Global : 31 mar 2019 - 10 jun 2024 | Colonnes

	Titre	Date de publication	Couverture	Mentions J'aime et...	Commentaires	Partages	Impressions publicitaires	CPM publicitaire	Statut
<input type="checkbox"/>	Retour en images sur notre #teambuilding 20... Synapse Agency	Booster	Lundi 29 avril 18:09	169 Couverture	--	--	--	--	
<input type="checkbox"/>	Retour en images sur notre #teambuilding 20... synapseagency	Booster	Lundi 29 avril 13:57	823 Couverture	32 Mentions J'aime	0 Commentaires	4 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Synapse Agency - Digitalize 2024 Synapse Agency	Booster	Jeudi 7 mars 10:00	186 Couverture	19 Réactions	3 Commentaires	0 Partages	0 Impressions publicitaires	\$0,00 CPM publicitaire
<input type="checkbox"/>	Il y a quelques semaines, Synapse... synapseagency	Boost indisponible	Mercredi 6 mars 22:...	283 Couverture	25 Mentions J'aime	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Vous voulez parler #digitalisation, #leadgene... synapseagency	Booster	Jeudi 1 février 12:14	162 Couverture	8 Mentions J'aime	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Vous voulez parler digitalisation, lead genera... Synapse Agency	Booster	Mercredi 31 janvier ...	305 Couverture	5 Réactions	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	On s'y retrouve ? C'est au stand 1336 que ça... synapseagency	Booster	Mardi 9 janvier 16:16	181 Couverture	4 Mentions J'aime	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	On s'y retrouve ? C'est au stand 1336 que ça... Synapse Agency	Booster	Mardi 9 janvier 16:16	118 Couverture	0 Réactions	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Toute l'équipe vous souhaite une merveilleus... synapseagency	Booster	Mercredi 3 janvier 0...	206 Couverture	9 Mentions J'aime	0 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Toute l'équipe vous souhaite une merveilleus... Synapse Agency	Booster	Mercredi 3 janvier 0...	257 Couverture	10 Réactions	1 Commentaires	0 Partages	--	
<input type="checkbox"/>	Cette semaine, c'était au tour d'Anne-Laure, ... synapseagency	Booster	10 nov 2023	341 Couverture	19 Mentions J'aime	0 Commentaires	0 Partages	--	



→ **Peut-on publier les mêmes contenus sur chaque plateforme ?**

- Oui... et non !
- Entre FB et Instagram : oui ✓
- Entre Meta et LinkedIn : Pas toujours. Ssi le contenu est plus corporate / lié au B2B ✓✗
- Entre Meta et TikTok : généralement pas ✗





→ A chaque plateforme ses bonnes pratiques...



- Diversité de messages quasi illimitée
- Format privilégié : carré idéalement
- Image seule, album ou vidéos (ou formats interactifs comme les sondages)
- Ou format « click-to-website » en copiant-collant un lien
- Partages de publications d'autres pages encouragés



- Messages plutôt liés à l'établissement lui-même (ou à la région)
- Instagram = LE réseau de l'image → Tolérance moindre pour les visuels de moins bonne qualité !
- Attention : sur Instagram, on consomme le contenu en « feed » (= vitrine) ! Pas post par post !
- Il y a le feed principal, mais il y a aussi les stories et les reels !! Quand et pourquoi les utiliser ?
- + Archivage de stories à la une
- Pas de liens... → Liens dans la bio (multiliens ou Linktree)
- Utilisation de # vivement recommandée





→ A chaque plateforme ses bonnes pratiques...



- Messages à destination plus « corporate » / « B2B »
- Utilisation de liens sortants très encouragée
- Quelques # peuvent également être utilisés pour gagner en visibilité ou mettre un mot en exergue
- Sur LK, il y a la page entreprise, et il y a le profil privé !! → Personal branding



- TT → Formats vidéo iniquement
- Sur TT, pas de « grandes productions » → Authenticité et imperfection du contenu !
- Réseau social encore très viral...






→ Intégrez vos newsletters à votre plan de contenu

- Excellente idée ! → Cross-canal
- Attention : la newsletter sera surtout dédiée à vos clients / membres → « Fidélisation et réachat » plutôt que « découverte » !
- Récurrence nettement plus faible : max. 1 newsletter / mois
- Bonne pratique : encourager vos lecteurs à vous suivre sur les réseaux sociaux (et leur montrer vos derniers contenus publiés) ⚠



COMMENT INCORPORER SES NEWSLETTERS DANS SA PLANIFICATION ?

<  Continuez sur votre lancée ! Brouillon Terminer plus tard Envoyer


Email test


[Modifier le nom](#)

<input checked="" type="checkbox"/> À À qui envoyez-vous cet e-mail ?	Ajouter des destinataires
<input checked="" type="checkbox"/> De Synapse Agency SRL • nicolas@synapse-agency.be	Modifier l'expéditeur
<input checked="" type="checkbox"/> Objet Email test	Modifier l'objet
<input checked="" type="checkbox"/> Heure d'envoi Envoyer maintenant	Modifier l'heure d'envoi
<input checked="" type="checkbox"/> Contenu Concevez le contenu de votre e-mail.	Concevoir un e-mail

Partagez votre e-mail

Lien de l'e-mail
[https://mailchi.mp/\[xxxxxx\]/email-test](https://mailchi.mp/[xxxxxx]/email-test) [Modifier](#)





COMMENT INCORPORER SES NEWSLETTERS DANS SA PLANIFICATION ?



Heure d'envoi

Quand devons-nous envoyer cet e-mail ?



Programmer l'envoi

Optimisez votre timing.



Envoyer maintenant

Faites parvenir votre e-mail maintenant.

Touchez votre audience au bon moment [Passer à un plan supérieur](#)

Améliorez votre marketing en programmant vos e-mails : avec la prise en compte du fuseau horaire, l'envoi par lot et l'optimisation de l'heure d'envoi, aucun détail ne sera laissé au hasard.

[Commencez votre essai gratuit](#)

Date d'envoi

2024-06-11



Heure d'envoi



Optimisation de l'heure d'envoi (Disponible dans le plan Standard)

La meilleure heure d'envoi pour un engagement optimal en cas de programmation au moins 48 heures à l'avance.



Envoyer à une heure précise (Disponible dans le plan Essentiels)

Envoyez vos e-mails en fonction du fuseau horaire défini dans les paramètres de votre compte.

Enregistrer

Annuler



→ Vous voulez professionnaliser vos démarches sur les réseaux sociaux ? Alors, vous devrez réfléchir à la planification de vos contenus !

→ Faut-il encore avoir déterminé votre contenu ! 🍷

1. Posez-vous les bonnes questions : quelle histoire raconter ? À qui ? Comment ?
2. Etablissez vos piliers de contenu (= macro-planification)
3. Construisez vos plannings éditoriaux mensuels (= micro-planification)

→ Passez à la production de contenu

→ Utilisez les outils de planification

→ Respectez quelques bonnes pratiques...

→ Le tour est joué ! 👍





À vous de jouer !



VISIT
Wallonia
.be

Merci ! Des question ?

