

PARCS NATURELS RÉGIONAUX
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Les pauses dèj' des Parcs



PARLONS COM'

LES BONS OUTILS POUR COMMUNIQUER DURABLE ET EFFICACE

Le p'tit guide des bonnes pratiques

*Facebook & Instagram :
comment publier, quand et pour qui ?*





Imaginé et proposé par le **Réseau des Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur** entre février et mars 2026, **"Parlons Com"** est un cycle de webinaires dédié à la communication digitale responsable.

Financés par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur ces webinaires sont pensés comme des rendez-vous concrets à destination des professionnels du tourisme et accessibles sur le temps du déjeuner.

Animés par Juliette Bourquin-Tomasetti, experte au sein de l'agence We used to be friends, ils proposent aux participants de découvrir ou d'approfondir les outils essentiels pour structurer, améliorer et professionnaliser leur communication, quels que soient leur niveau de départ et leurs enjeux.

Quatre thématiques sont abordées :

- Facebook & Instagram : comment publier, quand et pour qui ?
- Flyers, affiches, supports : les règles d'une mise en page efficace
- Montage vidéo : valoriser son activité en toute simplicité
- Newsletter : fidéliser sa clientèle

Les replays de ces sessions sont disponibles ci :

<https://www.monreseau-pro-pnrsud.fr/evenements-formations/le-replay-des-formations/>

À l'issue de chaque session, un **livret synthétique** a été conçu comme un outil pratique afin d'ancrer les apprentissages dans la durée. Il rassemble les bonnes pratiques, conseils méthodologiques et repères essentiels partagés lors des webinaires.

Bonne lecture !



Intro

Communiquer aujourd'hui : un outil, pas un métier

Communiquer sur son activité est devenu presque incontournable. Que l'on soit restaurateur, hébergeur, producteur ou artisan, il ne s'agit plus seulement d'exister sur un territoire, mais aussi d'être visible auprès de ses publics.

Bonne nouvelle : il n'est pas nécessaire d'être un professionnel de la communication pour bien communiquer.

Avec quelques outils simples et de bons réflexes, chacun peut valoriser son activité de manière efficace, authentique et adaptée à son quotidien.

Ce livret a été conçu comme un guide pratique, pour prolonger les webinaires et vous accompagner pas à pas, sans pression ni jargon.



La fiche Google

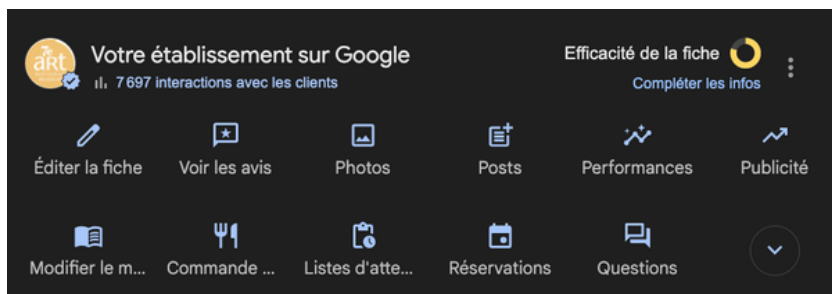
* *Google Business Profile*



Pourquoi c'est indispensable ?

Quand un client tape "activité Verdon", Google affiche en priorité les commerces qui possèdent une fiche d'établissement. C'est cette fiche qui apparaît à droite dans les résultats ou directement sur Google Maps. Elle donne envie (ou non) de pousser la porte de votre commerce !

* 1. Créer sa fiche Google pas à pas

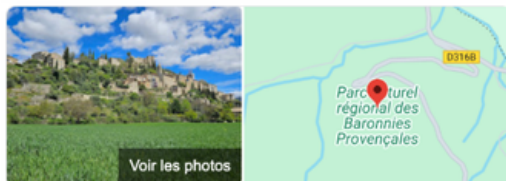


- Rendez-vous sur : google.com/business
- Cliquez sur “Gérer mon profil” et connectez-vous avec votre compte Google (Gmail)
- Indiquez le nom de votre commerce puis sa catégorie principale (ex. : boulangerie, salon de coiffure, restaurant).
- Ajoutez l'adresse complète et précisez si vous recevez les clients sur place, en livraison, ou les deux.
- Renseignez vos coordonnées : numéro de téléphone, site internet si vous en avez un.
- Google vous demandera ensuite de valider votre établissement (par courrier postal, appel ou email). Cette étape confirme que vous êtes bien le propriétaire.

👉 En moins de 15 minutes, votre fiche est créée. La validation prend parfois quelques jours.

2. *Bien alimenter sa fiche*

- Créer sa fiche est une première étape, mais c'est surtout son contenu qui attire les clients.
 - Horaires : tenez-les toujours à jour, surtout lors des vacances ou jours fériés.
 - Photos : ajoutez des visuels de qualité (extérieur, intérieur, produits, équipe). Les fiches avec photos reçoivent beaucoup plus de clics.
 - Description : rédigez un petit texte clair et accueillant (300–500 caractères) qui met en avant vos spécificités.
 - Produits/Services : utilisez l'onglet prévu pour présenter vos produits phares (ex. : “Menu du jour”, “Coupe brushing”, “Formule déjeuner”).
 - Posts : comme sur Facebook, vous pouvez publier des actualités, promos, événements. Ces posts restent visibles 7 jours (sauf événements datés).
- Avis clients** : encouragez vos clients satisfaits à laisser un avis. Plus vous avez d'avis, plus vous gagnez en visibilité et en crédibilité.



Voir les photos

Parc naturel régional des Baronnies Provençales

4,8 ★★★★★ 63 avis ⓘ

Réserve naturelle en France

[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Avis](#) [Enregistrer](#)

[Partager](#) [Appeler](#)

Le parc naturel régional des Baronnies provençales s'étend massif alpin entre les départements de la Drôme et des Hautes Alpes dans le sud-est de la France. Ce parc naturel régional a été créé le 26 janvier 2015. Il couvre 104 communes totalement ou partiellement. [Wikipédia](#)

Services disponibles : Convient aux pique-niques

Adresse : 575 Rte de Nyons, 26510 Sahune

Téléphone : 04 75 26 79 05

Horaires : [Ouvert actuellement](#) · [Ajouter les horaires compl](#)

Départements : [Drôme et Hautes-Alpes](#)

Auberge de Sainte-Croix

4.0 ★ (2 k) ⓘ



[Avis](#) [Dates](#) [Personnes](#) [À propos](#)

[Réserver une table](#) [Site Web](#) [Itinéraire](#)
[Enregistrer](#) [Partager](#) [Appeler](#)

Prix

mar. 27/01 - mer. 28/01 - 0 personne

Toutes les options

Booking.com	116 € >
Non remboursable	
Tripadvisor.fr	126 € >

* Ce prix a été personnalisé par le partenaire de réservation. [En savoir plus](#)

[Afficher 3 autres prix](#)

Avis

Les avis ne sont pas vérifiés ⓘ

Google	Tripadvisor
4,0/5	3,3/5
2 k avis	45 avis

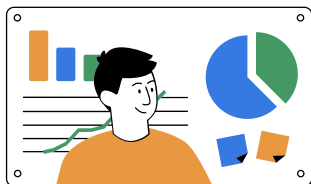
[+ Ajouter un avis](#)

Elisabeth Vesin
Avis de Google

5/5 - il y a 5 mois

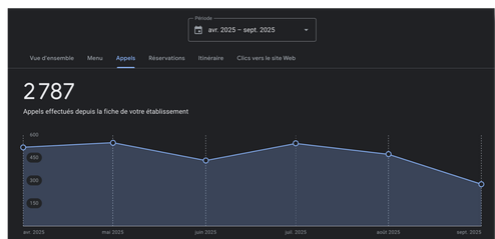
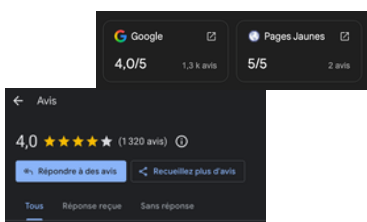
Un séjour absolument parfait ! Dès notre arrivée, nous avons eu la belle surprise d'être surclassés : une chambre qui ressemblait plutôt à un petit studio, avec... [Plus](#)

Visé en août 2025



* 3. *Trucs & astuces pour se démarquer*

- Encouragez les avis : placez un petit QR code en caisse ou sur votre vitrine pour que les clients puissent facilement vous laisser un avis Google.
- Répondez toujours aux avis : même un simple “merci beaucoup” montre que vous êtes à l’écoute. Et si un avis est négatif, une réponse polie et constructive peut transformer la situation.
- Mettez vos photos à jour régulièrement : un commerce qui change sa vitrine mais laisse d’anciennes photos en ligne risque de décevoir.
- Exploitez la messagerie : activez la fonction “messages” pour que vos clients puissent vous écrire directement depuis votre fiche.
- Utilisez les statistiques : dans votre interface Google, vous verrez combien de personnes vous ont appelé, demandé l’itinéraire ou visité votre site depuis votre fiche. Ces données sont précieuses pour mesurer l’impact de votre présence en ligne.





Créer et valider sa fiche
Ajouter 5 à 10 photos de qualité
Répondre aux avis
Vérifier régulièrement ses horaires



Laisser des horaires faux → déçoit les clients
Ne jamais répondre aux avis
Photos floues ou obsolètes
Ne pas mettre à jour ses infos de contact

Une fiche Google, c'est gratuit, rapide et puissant.
En moins de 15 minutes, vous pouvez déjà être visible
et inspirer confiance à de nouveaux clients.



Facebook et Instagram

Facebook & Instagram

Deux réseaux complémentaires pour toucher vos clients

Facebook reste le réseau le plus utilisé en France (surtout par les 30–60 ans), tandis qu'Instagram est incontournable pour un public plus jeune et visuel. Ensemble, ils permettent de toucher une large clientèle locale.

Mettre en place sa page / son compte pro

Étapes clés :

- Facebook : créez une page professionnelle (et non un profil perso).
- Instagram : passez en compte professionnel (réglages > compte > passer en pro).
- Complétez vos informations : nom, adresse, téléphone, site web.
- Ajoutez une photo de profil claire (logo ou vitrine) et une photo de couverture attrayante (ex. : votre boutique, vos produits).
- Soignez votre bio (présentation courte et efficace).

 **Astuce :** gardez une cohérence entre vos réseaux (mêmes coordonnées, même logo).

* *Créer du contenu attractif*

Idées simples à publier :

Vos produits phares en photo ou en vidéo

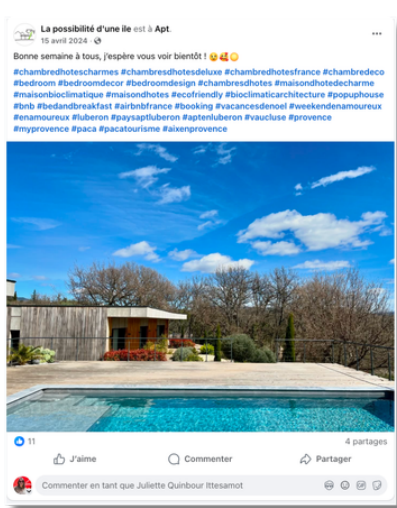
Les coulisses : préparation, équipe, nouveautés

Vos promotions et événements

Les témoignages clients

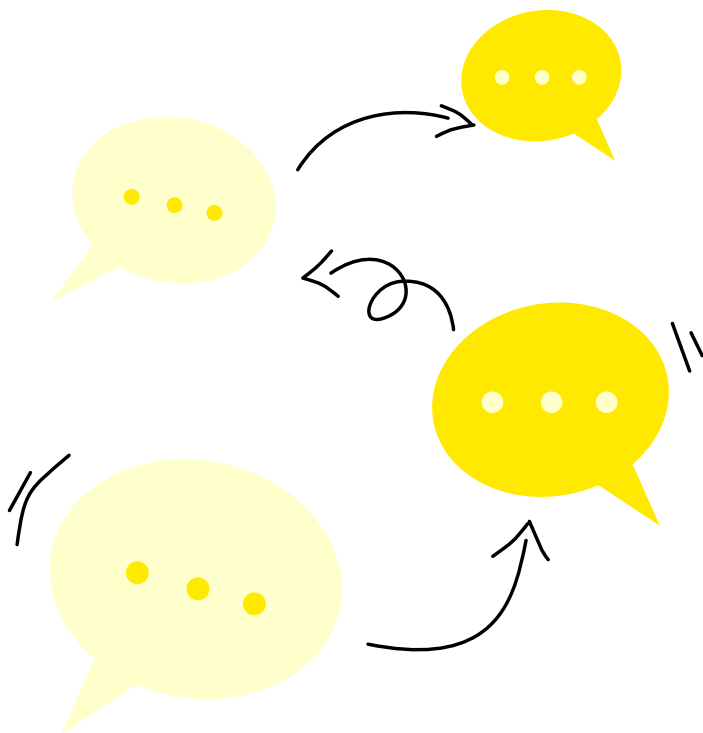
Des “moments de vie” qui reflètent l’ambiance de votre commerce

👉 Astuce : utilisez les Stories et les Reels sur Instagram : ils sont mis en avant par l’algorithme et boostent la visibilité.



* *Interagir avec vos clients*

- ↗ Répondez aux commentaires et messages privés (même un simple “merci” compte).
- ↗ Invitez vos clients à interagir : poser une question, lancer un petit sondage en story.
- ↗ Créez des rendez-vous réguliers : “Le produit du vendredi”, “L’astuce du mois”.
- ↗ Reliez vos réseaux entre eux : vos posts Instagram peuvent être partagés directement sur Facebook pour gagner du temps.





Passer en compte/page pro
Publier régulièrement (1 à 2 fois/semaine suffit)
Ajouter des photos et vidéos de qualité
Répondre aux messages et commentaires
Mettre vos coordonnées à jour



Utiliser un profil personnel à la place
d'une page Facebook
Publier uniquement des promos →
fatigue les abonnés
Ignorer les messages ou les avis
Publier une fois puis abandonner →
donne une mauvaise image
Copier-coller exactement les mêmes
contenus sans les adapter un
minimum

Facebook et Instagram sont vos vitrines vivantes.
Avec un peu de régularité et des publications
authentiques, vous pouvez fidéliser vos clients et en
attirer de nouveaux.

* *La publicité sur Facebook & Instagram*

Un petit budget pour une grande visibilité locale



Pourquoi faire de la publicité sur les réseaux sociaux ?

Message clé : les publications classiques ne touchent qu'une petite partie de vos abonnés. La publicité permet de cibler précisément les personnes que vous voulez atteindre (habitants, âges, centres d'intérêt) avec un budget très raisonnable.

* *Comment ça marche ?*

Les publicités se créent depuis Meta Business Suite (ou directement depuis un post avec “Booster la publication”).

Vous choisissez :

- ↗ Votre objectif (ex. : amener des clients dans votre magasin, promouvoir un événement, augmenter vos appels).
- ↗ Votre audience (âge, ville, centres d'intérêt).
- ↗ Votre budget et la durée (par ex. 30 € sur 10 jours = 3 €/jour).
- ↗ Votre visuel et votre texte (photo ou vidéo + un message clair).

En quelques minutes, vous pouvez lancer une campagne ciblée.



* *Trucs & astuces pour réussir sa publicité*

- Utilisez toujours une photo ou vidéo de qualité (vos plats, votre vitrine, vos produits).
- Mettez un appel à l'action clair ("Réservez", "Venez découvrir", "Profitez cette semaine").
- Testez des petits budgets : mieux vaut 20 € bien ciblés que 100 € mal dépensés.
- Surveillez vos résultats dans Business Suite : vous verrez combien de personnes ont cliqué ou vu votre annonce.



Définir un objectif simple (réserver, venir en boutique, appeler).
Cibler localement (ville + 10/15 km max).
Prévoir un budget adapté (3 à 10 €/jour suffisent).
Choisir un visuel qui donne envie.



Cibler trop large (ex. : toute la France).
Utiliser des photos floues ou génériques (banques d'images).
Ne pas mettre d'appel à l'action clair.
Dépenser beaucoup sans suivre les résultats.

Avec un petit budget et une bonne cible, la publicité Facebook & Instagram peut attirer rapidement de nouveaux clients. L'important n'est pas de dépenser beaucoup, mais de dépenser malin.

Check-list express ; ma présence en ligne en 10 minutes par jour

Plateforme	A mettre en place (une fois pour toutes)	A faire régulièrement	Astuces / Points clés
Google Business Profile	• Créer et valider sa fiche sur google.com/business • Ajouter adresse, horaires, coordonnées • Mettre 5-10 photos de qualité	• Vérifier les horaires (surtout vacances / jours fériés) • Répondre aux avis • Publier un post si actu/rpomo	• Inciter les clients à laisser un avis (QR Code, lien) • Toujours répondre aux avis, même négatifs
Facebook	• Créer une page professionnelle • Ajouter logo, photo de couverture, bio, coordonnées • Inviter les premiers abonnés	• Publier 1 à 2 fois par semaine (photo, actu, promo, coulisses) • Répondre aux messages et commentaires	• Publier varié, pas uniquement des promos • Utiliser les événements pour les animations
Instagram	• Passer en compte professionnel • Ajouter photo de profil, bio, coordonnées • Relier à Facebook pour gagner du temps	• Poster photos et vidéos de vos produits et coulisses • Utiliser stories/Reels pour la visibilité • Répondre aux messages	• Utiliser hashtags + géolocalisation • Privilégier la qualité des visuels plutôt que la quantité



Routine conseillée :

5 min → vérifier vos messages et avis

5 min → publier ou programmer un contenu

Résultat : une présence en ligne claire, vivante et rassurante pour vos clients.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Contacts

Gwénaëlle TRAUB

Chargée de mission Tourisme Durable
gwenaelle.traub@pnrsud.fr - 06 33 51 64 90

Laure Reynaud

Coordinatrice Tourisme Durable
laure.reynaud@pnrsud.fr - 06 24 77 45 64

Action financée par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

**REGION
SUD**
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR

