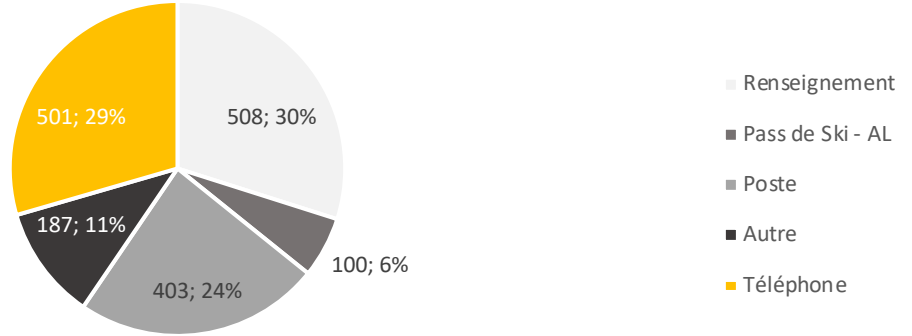


TABLEAU DE BORD JANVIER 2024

ANZÈRE TOURISME

Durant le mois de janvier, la fréquentation du bureau a été légèrement plus importante que durant le mois de décembre. Nous avons notamment eu plus de monde au bureau de poste ainsi que pour des renseignements.

Fréquentation de l'office du tourisme



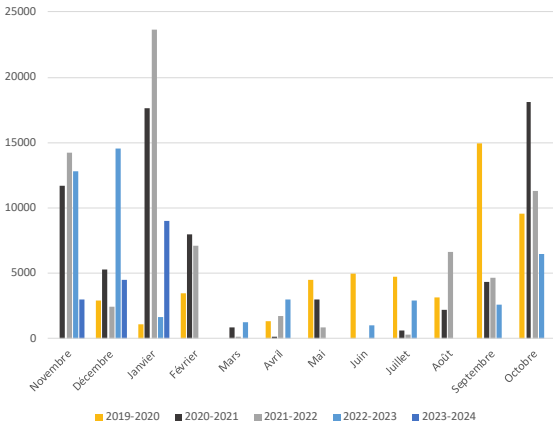
INGÉNIE

Le chiffre d'affaires enregistré sur la centrale de réservation durant le mois de décembre est en baisse par rapport au mois de novembre, mais il est plus important que l'an dernier à la même période. En station, nous avons beaucoup de monde durant les week-ends. Nous avons beaucoup de résidents secondaires, mais surtout beaucoup d'excursionnistes.

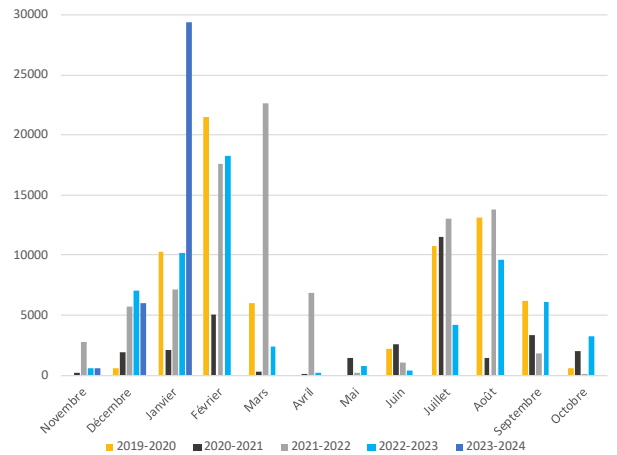
Le chiffre d'affaires des événements et animations est largement plus important que les autres années. Cela est bon signe, notre programme d'événements fonctionne très bien et l'ajout du Kairn a été une belle réussite. L'activité cascade de glace a également très bien fonctionné. De plus, nous avons eu des paiements liés à des réservations d'événements qui auront lieu les prochains mois.

CA Ingénie - par année et par type de prestation

Hébergement



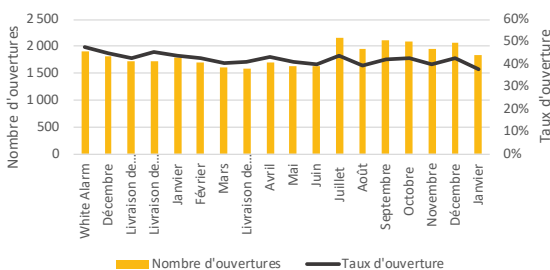
Animations et Temps Forts



NEWSLETTER

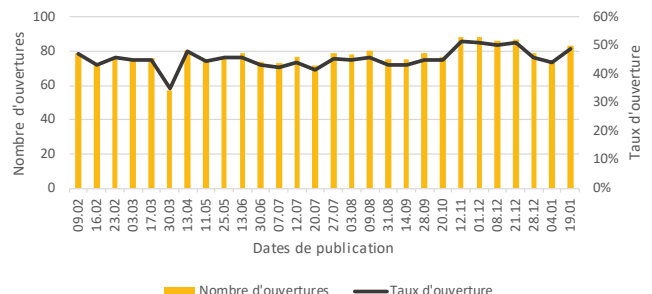
Grand public

Depuis le mois de juillet, nous pouvons observer que la Newsletter est légèrement plus distribuée. Avec un taux d'ouverture de 38% en janvier, c'est le taux le plus bas depuis septembre 2022. De manière générale, ce taux reste très bon. Le timing d'envoi de la Newsletter n'était pas idéal et nous sommes persuadés que celui-ci va remonter.



Partner News

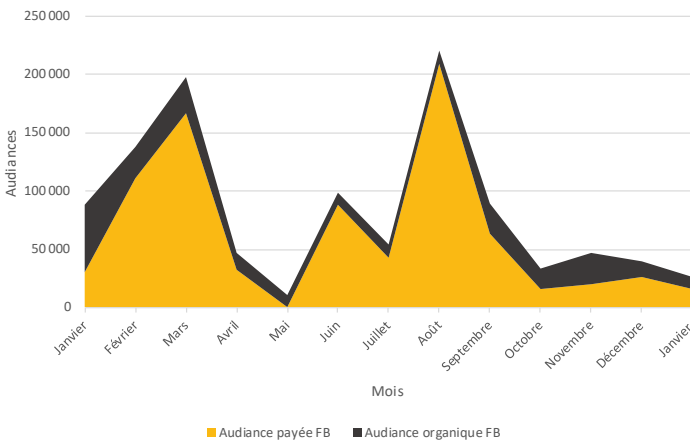
La Partner News est distribuée à 150 professionnels. De manière générale, les partenaires montrent un intérêt constant pour cette communication



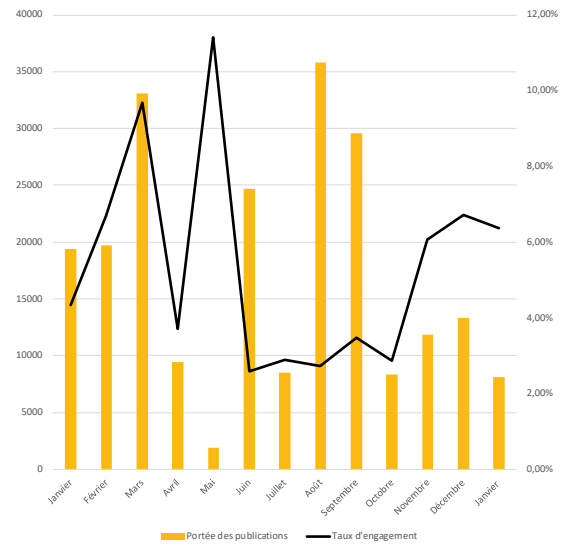
RESEAUX SOCIAUX

Les statistiques Facebook sont largement comparables à celle des cinq derniers mois. Cette stabilité va nous servir de période comparative. Nous allons maintenant pouvoir augmenter le montant des sponsorisations en continuant sur le même nombre de posts et la même fréquence de publication. Cette même stabilité peut s'observer sur Instagram depuis octobre. Toutefois, sur ce second réseau, nous remarquons des fluctuations du taux d'engagement qui sont plus importantes. En effet, les modes et le format de contenu ont de plus fortes conséquences sur cette métrique.

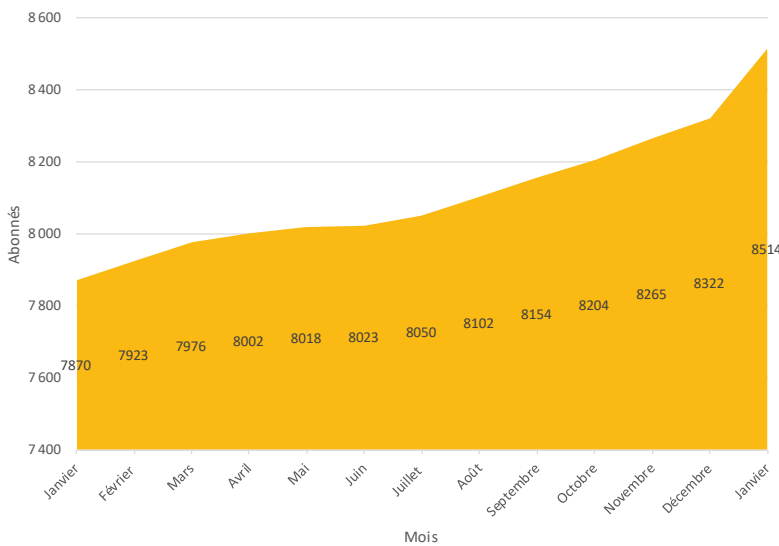
Evolution des audiences FB



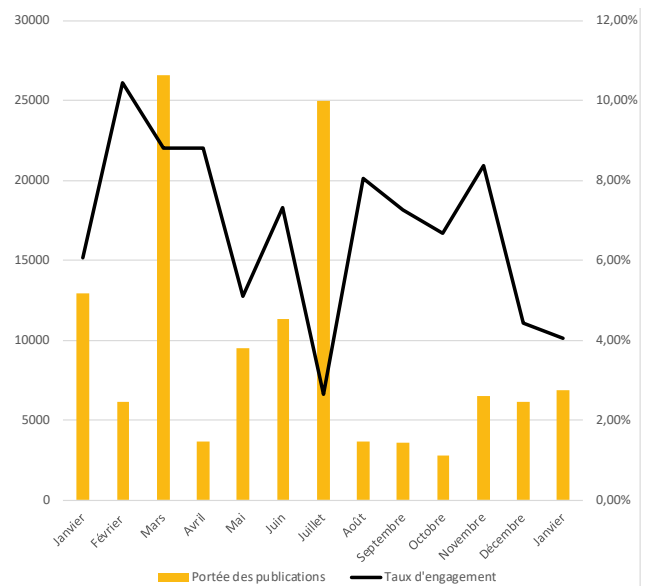
Evolution du taux d'engagement FB



Nombre de personnes abonnées IG



Evolution du taux d'engagement IG



Impressions et réactions sur Linked In

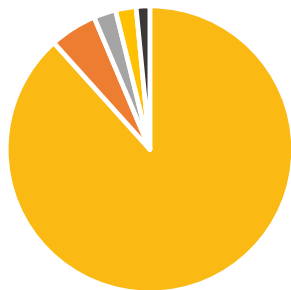


Durant le mois de janvier, nous avons augmenté notre nombre de publication et ainsi multiplié le nombre de visiteurs et d'interactions. En publiant plus régulièrement, nous augmentons le nombre total d'impressions, mais de manière plus lisse, pas uniquement lors des jours des posts. Nous pouvons donc en déduire que l'algorithme LinkedIn apprécie cette pratique.

SITE INTERNET

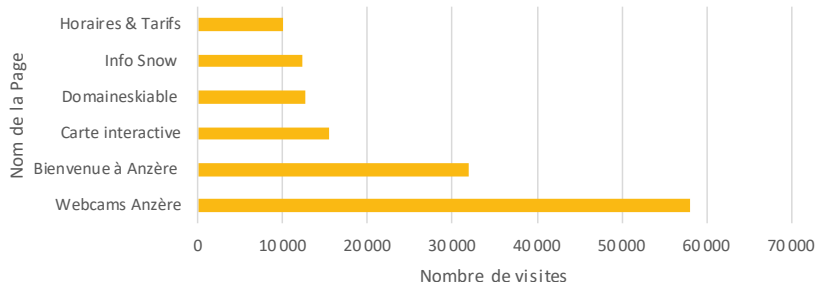
En proportions, la tendance générale reste la même quant à l'utilisation de notre site internet. Nous avons une écrasante majorité de suisses qui le consultent et la page Webcams ainsi que la page d'accueil sont les plus visitées. Nous observons tout de même l'impact de la saison sur le total des visites. La venue des week-ends continue de marquer les pics d'utilisation.

Sessions pour la dimension «PAYS»

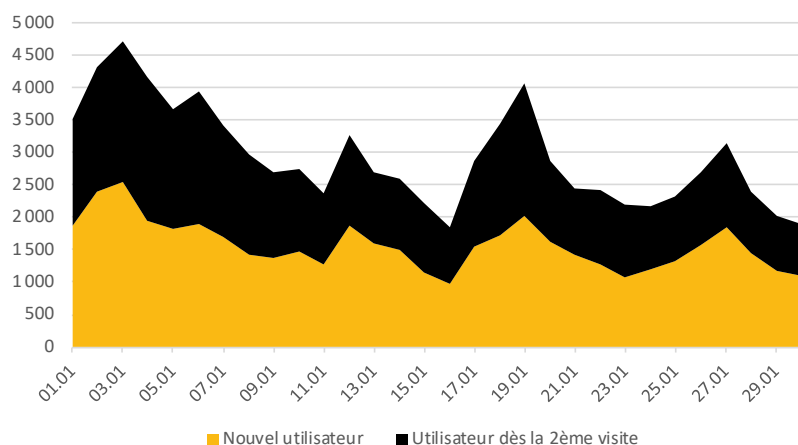


■ Suisse ■ Germany ■ France ■ Belgium ■ UK

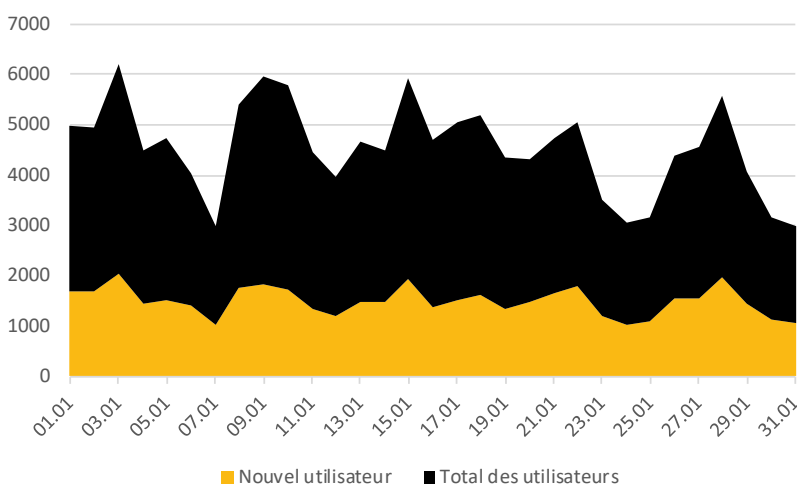
Les pages les plus vues



Nombre d'utilisateurs



2024



2023

Le mois de janvier marque un tournant dans l'observation statistique de notre site internet. En effet, il s'agit du premier mois où nous comparons les performances de notre nouveau site par rapport au même support un an plus tôt. Jusque-là, nous comparions toujours les performances du nouveau site par rapport aux performances de l'ancien site. Nous pouvons observer une forte diminution des utilisateurs dès la deuxième visite et une légère augmentation du nombre de nouveaux utilisateurs. Sur l'ensemble du mois, nous avons eu légèrement moins de visiteurs, mais ceux-ci sont restés plus longtemps (1 minute 56 en 2024 contre 1 minute 32 en 2023). Cette tendance est plutôt positive, elle marque une simplification de l'utilisation du site, peut-être due à l'habitude que les utilisateurs ont pris.