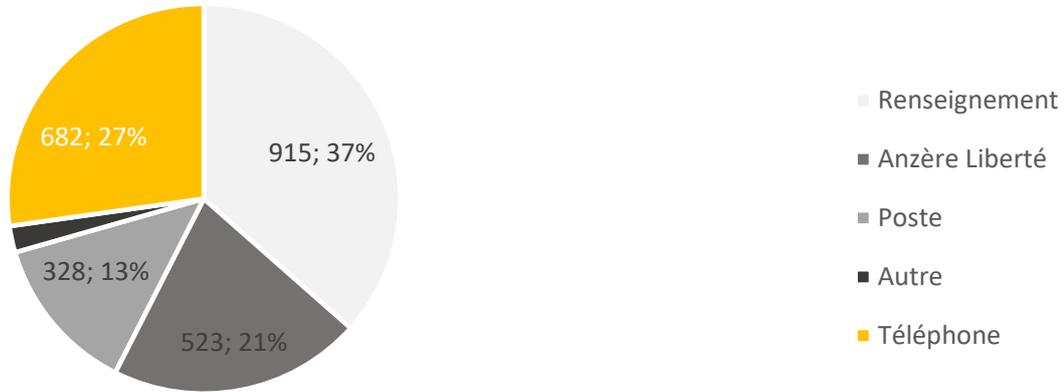


TABLEAU DE BORD JUILLET 2023

ANZÈRE TOURISME

Durant le mois de juillet, l'office du tourisme a majoritairement prodigué des renseignements. La fréquentation générale de l'office du tourisme par les visiteurs est en augmentation par rapport aux mois précédents. Cette situation est normale, car la saison estivale est là et un certain nombre de personnes se renseignent au sujet des baades, des événements et des activités à faire.

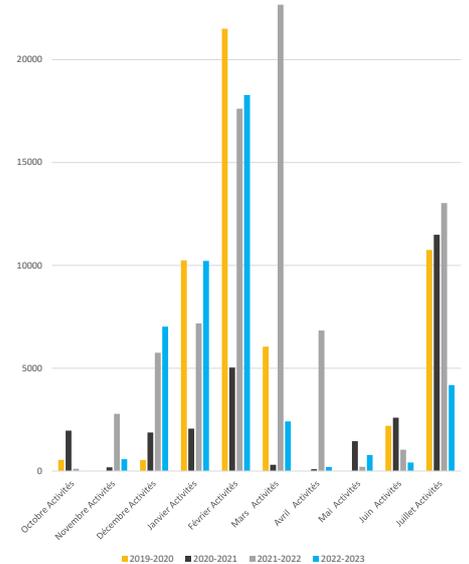
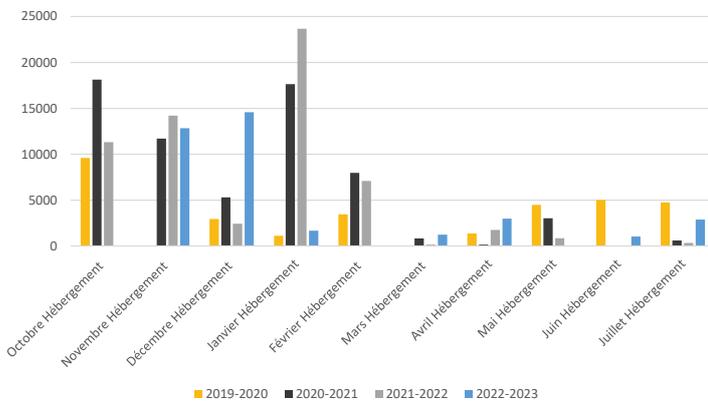
Fréquentation de l'office du tourisme



INGÉNIE

La centrale de réservation a mieux fonctionnée que durant les deux dernières années pour ce qui concerne l'hébergement. Toutefois, en ce qui concerne la réservation d'activité et d'événements, le chiffre d'affaire généré par la centrale a largement diminué. Cela s'explique par un programme d'activités hebdomadaires comprenant moins d'activités payantes.

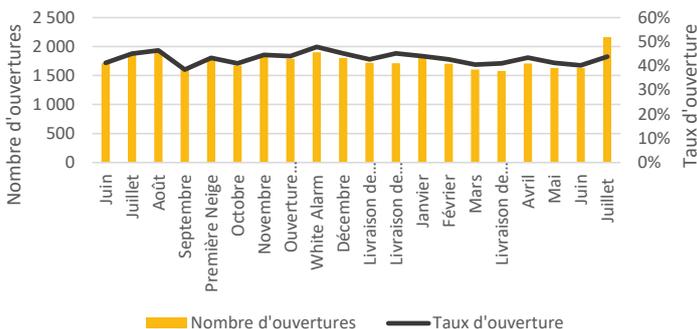
CA Ingénie - par année et par type de prestation



NEWSLETTER

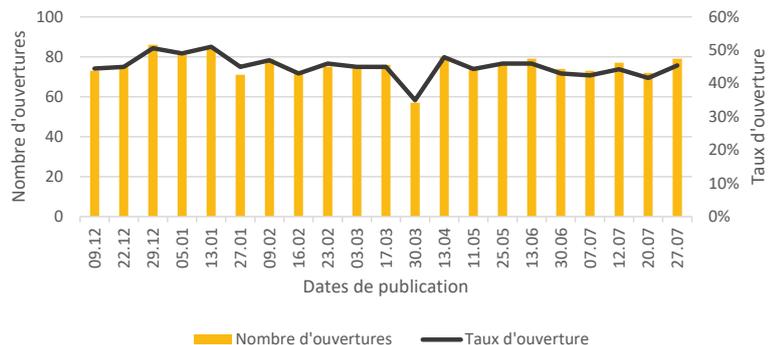
Grand public

En juillet, la Newsletter Grand Public a été distribuée à 4'938 personnes. Le taux d'ouverture était de 43.81%. Le taux d'ouverture a bien augmenté par rapport aux mois précédents. C'est même la Newsletter qui a été la plus ouverte depuis le mois de décembre.



Partner News

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

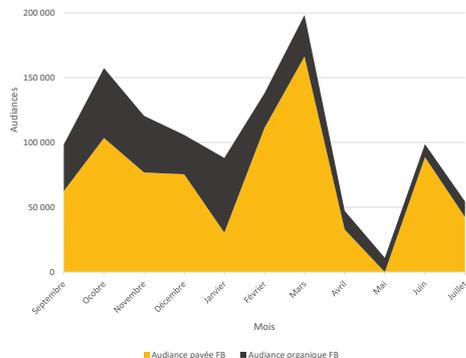


RESEAUX SOCIAUX

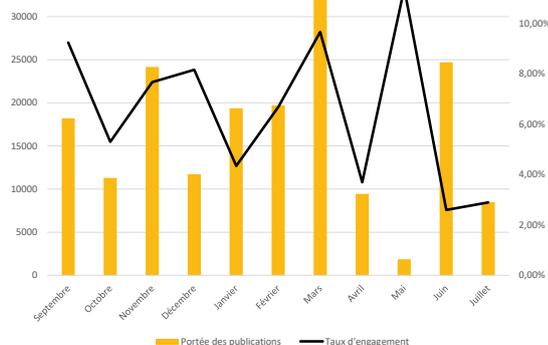
La performance d'Anzère Tourisme sur les réseaux sociaux dépend de deux facteurs très importants. Le premier est le nombre de publications mensuelles et le deuxième est le nombre de sponsorisations. Globalement, on observe que plus il y a de sponsorisation, moins le taux d'engagement est bon. Cela est normal, car nous allons chercher une audience qui n'est pas encore abonnée et attachée à Anzère. Le travail à mener à partir de la fin de l'été sera de stabiliser ces deux facteurs afin d'observer l'évolution de l'audience. La portée des publications sur Instagram a explosé à cause d'une sponsorisation plus importante que d'habitude sur ce réseau.

Pour la première fois dans ce rapport, nous avons intégré une métrique relative à Linked In. Notre objectif pour l'année prochaine est d'augmenter notre communauté sur ce réseau de manière totalement organique. Nous allons également mieux utiliser cet outil pour parler et faire parler de la destination.

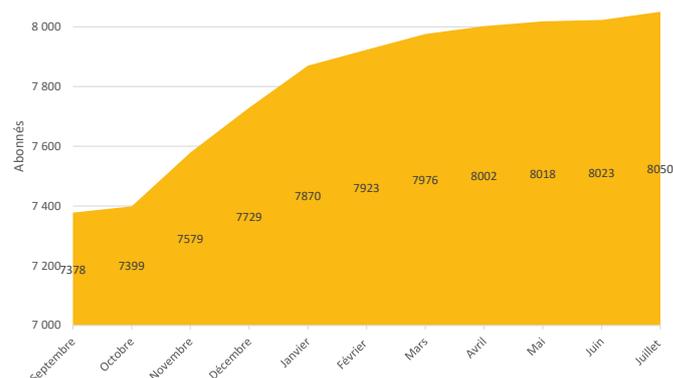
Evolution des audiences FB



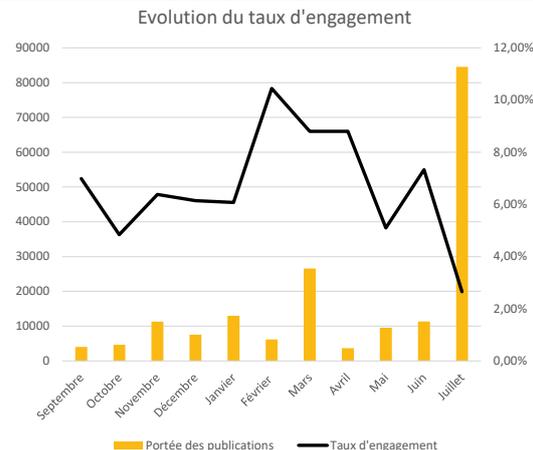
Evolution du taux d'engagement FB



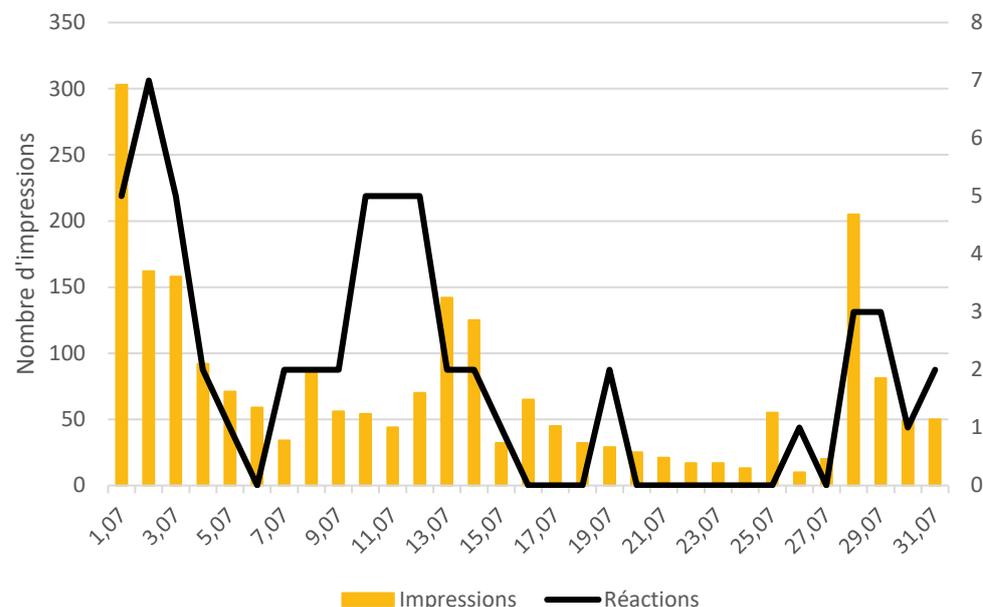
Nombre de personnes abonnée IG



Evolution du taux d'engagement IG



Impressions et réactions sur Linked In



Actuellement, nous avons 743 abonnés.

Nous pouvons observer que les interactions ne se font pas nécessairement lorsque les personnes se rendent sur notre page Linked In. En effet, une grande partie des interactions arrivent légèrement après. Cela est dû à la republication de nos postes par des tiers et aux interactions de leur communauté sur nos publications. C'est en cela que Linked In est un outil intéressant, car son mécanisme de partage ne fonctionne pas comme celui de Meta.

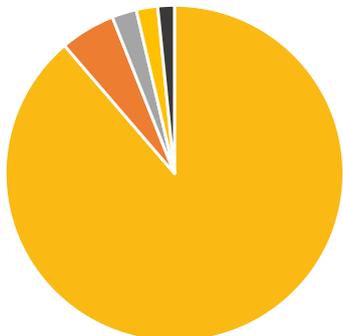
Certaines interactions, comme le fait de poster à une offre d'emploi, peut également se faire sans qu'il n'y ait de poste visionné. C'est pour cela que les réactions ne sont pas directement liées aux impressions de nos postes.

SITE INTERNET

En décembre dernier, nous lançons notre nouveau site internet. Nous n'avons pas encore le recul nécessaire pour analyser clairement les implications de ce changement, mais nous avons d'ores et déjà relevé certains points intéressants. Il est également important de noter que l'outil d'analyse web que nous utilisons (Google Analytics) a été revu. Cela implique certains petits changements qui influencent le calcul de quelques-unes des métriques que nous utilisons.

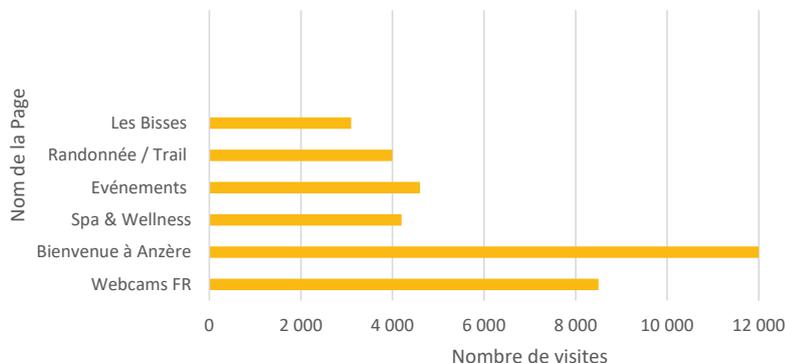
La Suisse reste de loin le pays le plus important pour notre audience internet. Viennent ensuite la France, l'Allemagne et la Belgique. Les pages les plus vues sont celles de nos Webcams ainsi que la Homepage. Sans surprise, la Homepage est la page sur laquelle il y a le plus d'interaction.

Nombre de personnes abonnées IG

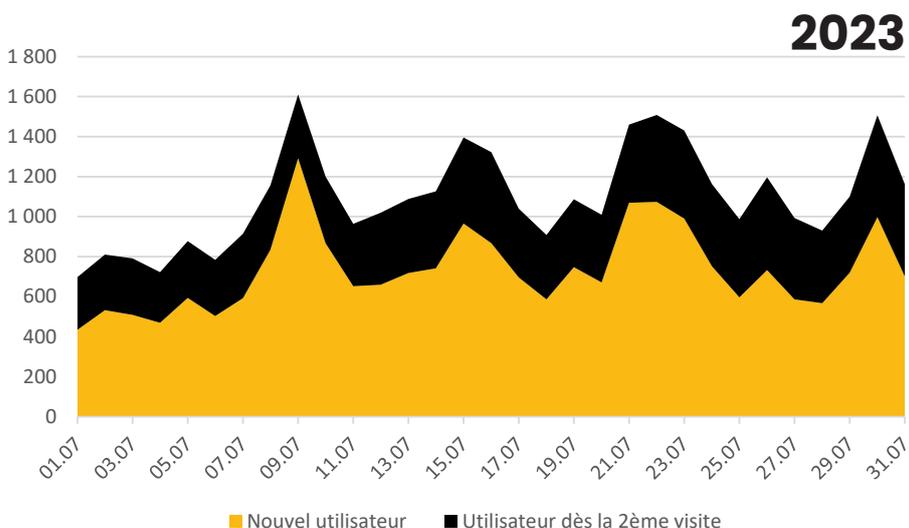
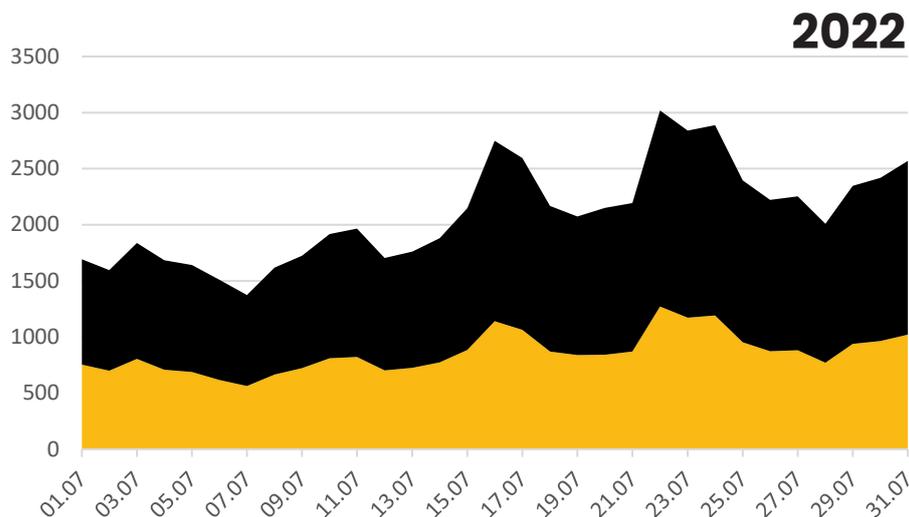


■ Suisse ■ France ■ Germany ■ Belgium ■ Netherlands

Les pages les plus vues



Nombre d'utilisateurs



COMPARATIF ANCIEN SITE ET NOUVEAU SITE

Cette année, comme l'an dernier, notre site a été beaucoup utilisé durant le mois de juillet.

Le nombre d'utilisateurs total a diminué entre 2022 et 2023. La proportion de nouveaux utilisateurs reste inchangée. La différence se joue donc sur les utilisateurs qui reviennent dès une deuxième visite sur le mois.

Nous avons également relevé deux métriques intéressantes. Premièrement, le nombre de session avec engagement était à 1.1 session par utilisateur en 2022 contre 1.3 pour 2023. Ensuite, la durée moyenne était de 1 minute 26 en 2022 contre 1 minute 50 en 2023.

L'ensemble de ses données nous laissent penser que globalement les utilisateurs passent plus de temps sur notre site, il cliquent plus sur notre site et trouve plus facilement réponse aux questions qu'ils cherchent. Le résultat : moins de seconde visite pour retrouver une information, plus de temps passé sur notre site et plus de clics.

Ces résultats sont donc très intéressants, même si fondamentalement, nous enregistrons moins de visites au total. Ces statistiques confirment les informations qui nous ont été remontées.