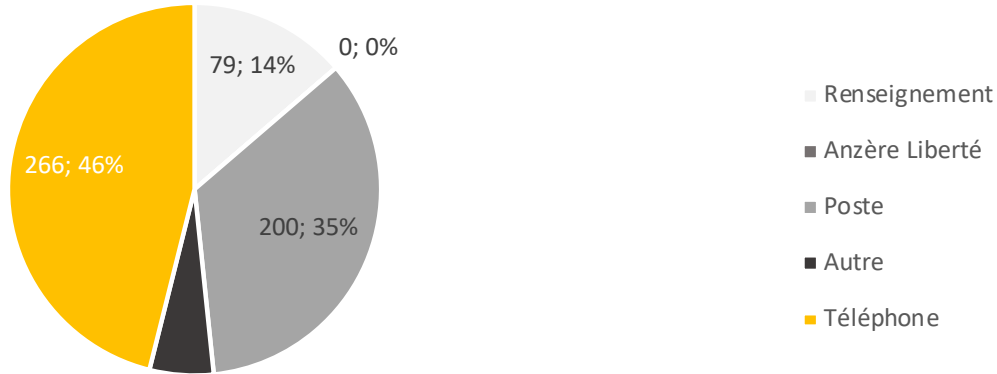


# TABLEAU DE BORD NOVEMBRE 2023

## ANZÈRE TOURISME

Durant le mois de novembre, l'office du tourisme a majoritairement prodigué des renseignements par téléphone. En effet, la destination était peu fréquentée et un nombre important de personnes souhaitaient se renseigner sur l'hiver et notamment sur les préouvertures des remontées mécaniques.

### Fréquentation de l'office du tourisme



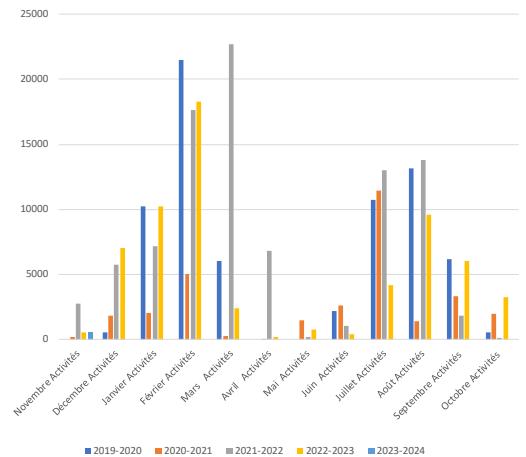
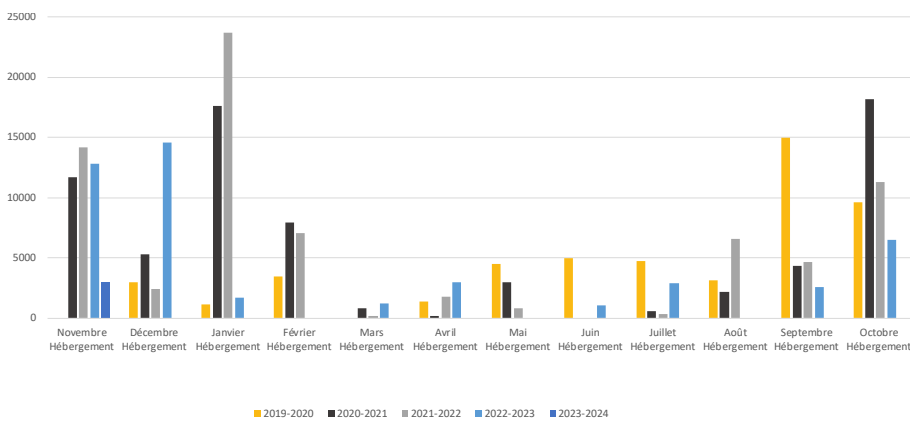
## INGÉNIE

Durant le mois de novembre, le chiffre d'affaires lié aux hébergements de la centrale de réservation a atteint le montant de CHF 2'975.-.

Par rapport aux dernières années, nous observons une nette baisse. Toutefois, celle-ci est sans conséquence pour la destination, car le taux de remplissage des lits commerciaux est excellent pour l'hiver à venir. Nous pouvons donc en conclure que les visiteurs préfèrent réserver par d'autres canaux.

Durant le mois de novembre, le chiffre d'affaires lié aux activités de la centrale de réservation a atteint le montant de CHF 595.-. Par rapport aux dernières années, nous observons une baisse qui n'est pas significative. En effet, que peu d'activités sont proposées durant le mois de novembre et une poignée sont déjà ouvertes pour le mois de décembre.

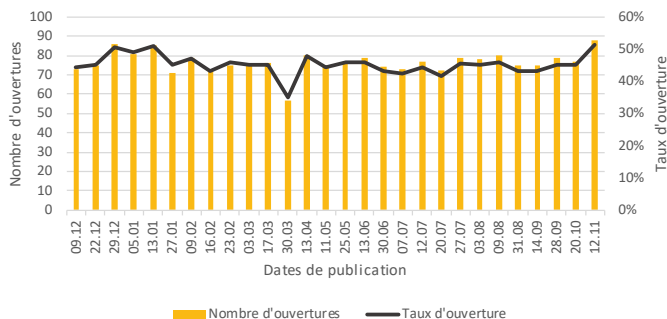
### CA Ingénie - par année et par type de prestation



## NEWSLETTER

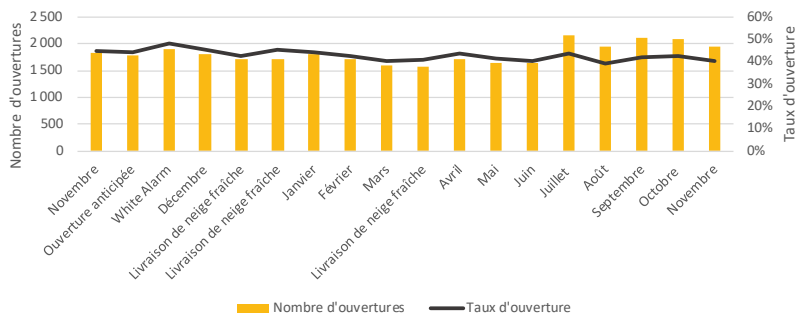
### Grand public

La Newsletter Grand Public a été distribuée à 4858 personnes au mois de novembre 2023. Le taux d'ouverture était de 40.1%. Sur l'ensemble de l'année, le taux d'ouverture est stable.



### Partner News

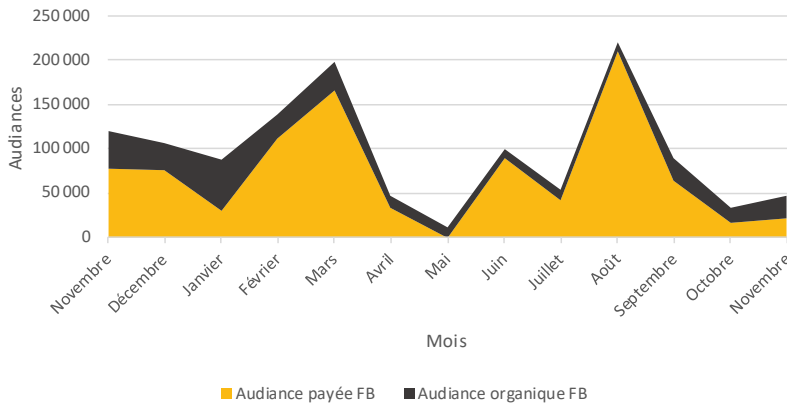
La Partner News est distribuée à 150 professionnels. De manière générale, les partenaires montrent un intérêt constant pour cette communication.



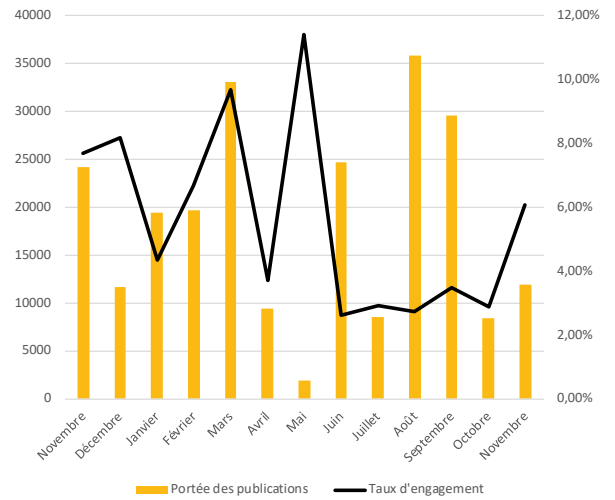
# RESEAUX SOCIAUX

En novembre, l'audience organique Facebook a bien augmenté, avec l'intérêt croissant pour la saison hivernale. Le taux d'engagement était bon sur ce mois-ci.

## Evolution des audiences FB

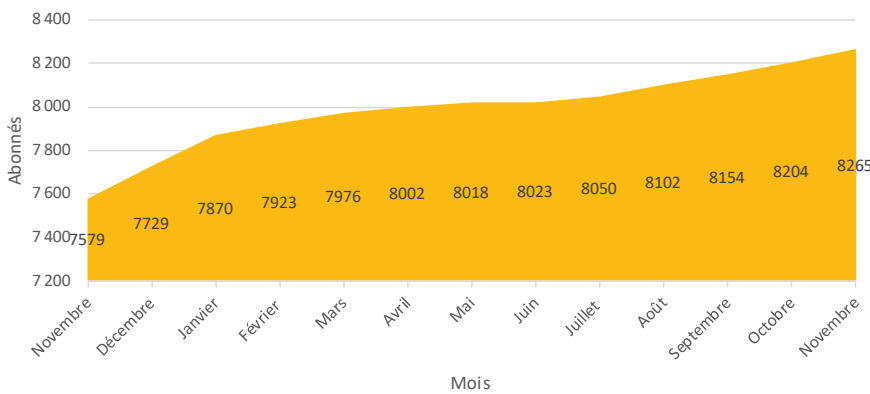


## Evolution du taux d'engagement FB

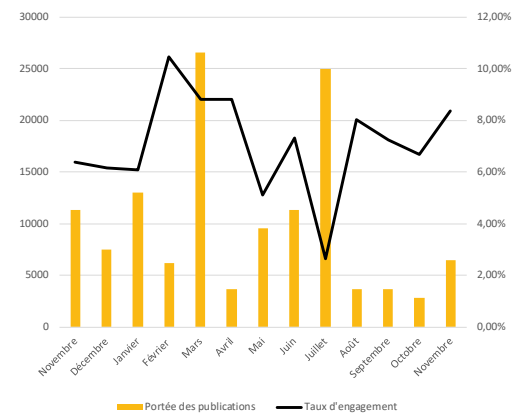


## Nombre de personnes abonnée IG

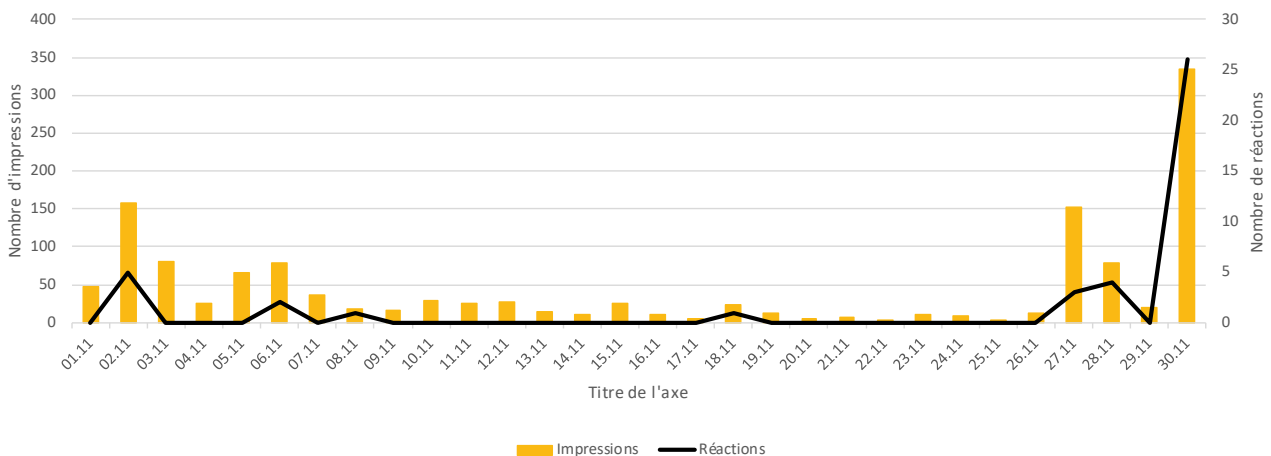
En novembre, l'audience organique et le taux d'engagement sur Instagram étaient bons. Le nombre d'abonnés sur Instagram continue de croître de manière linéaire.



## Evolution du taux d'engagement IG



## Impressions et réactions sur Linked In



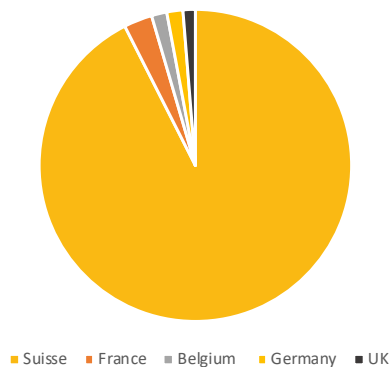
LinkedIn est un réseau que nous cherchons à développer. L'un des objectifs est de créer plus d'interactions avec nos postes de manière entièrement organique. Nous observons que le nombre d'impression est proportionnel au nombre de réaction. L'un des défis va être de créer plus d'impressions en étant plus actifs sur ce réseau.

# SITE INTERNET

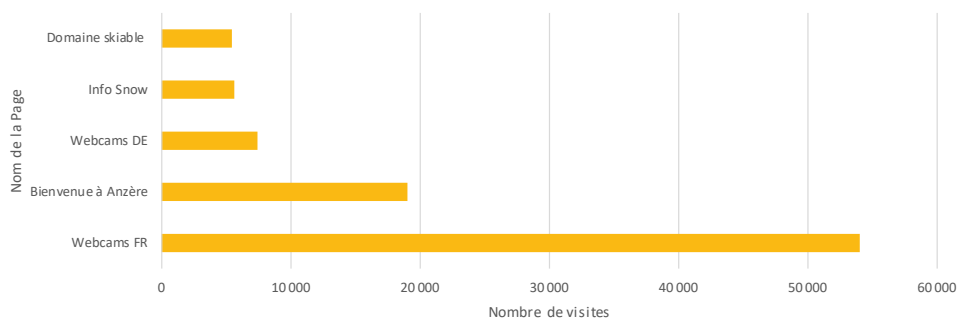
92% des utilisateurs de notre site internet proviennent de Suisse. Cela correspond à peu de chose prêt à notre clientèle globale (tous types de lits confondus).

Les pages les plus regardées sont : la page webcam, la homepage et les informations relatives à l'ouvertures des pistes de ski. Compte tenu de la saison et des préouvertures des remontées mécaniques, ce comportement est logique.

## Sessions pour la dimension «PAYS»



## Les pages les plus vues



## Nombre d'utilisateurs

La moitié des visites sur notre site internet sont faites par des personnes ayant déjà visionné au moins une page sur notre site internet. Nous pouvons observer plusieurs pics sur les week-ends ainsi que suite aux importantes chutes de neige.

La météo est donc un facteur important influençant le trafic sur notre site et particulièrement lors du début de la saison de ski.

