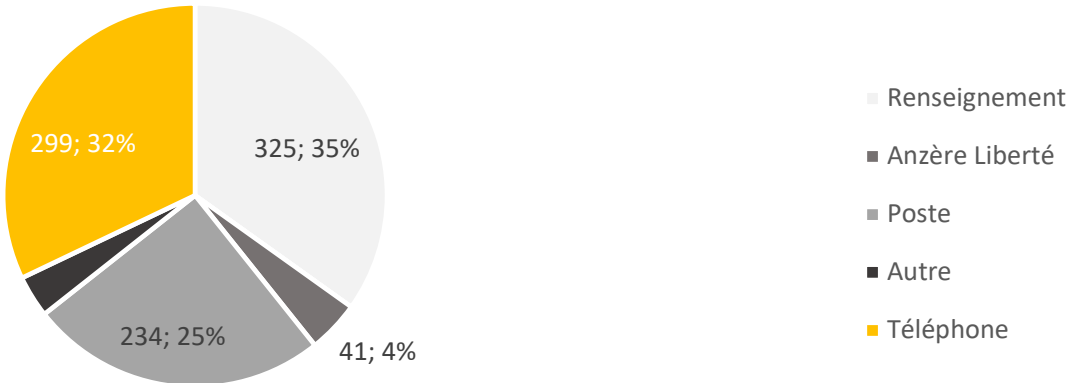


TABLEAU DE BORD OCTOBRE 2023

ANZÈRE TOURISME

Durant le mois d'octobre, l'office du tourisme a majoritairement prodigué des services postaux. La fréquentation générale de l'office du tourisme par les visiteurs est plus importante qu'en septembre. Cette situation est normale, car les deux semaines de vacances du mois ont une influence sur la fréquentation totale de la destination.

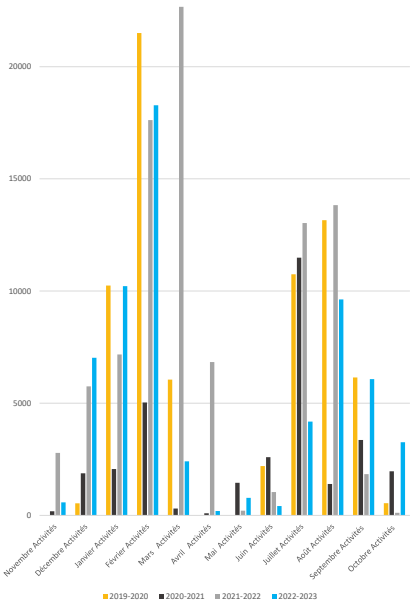
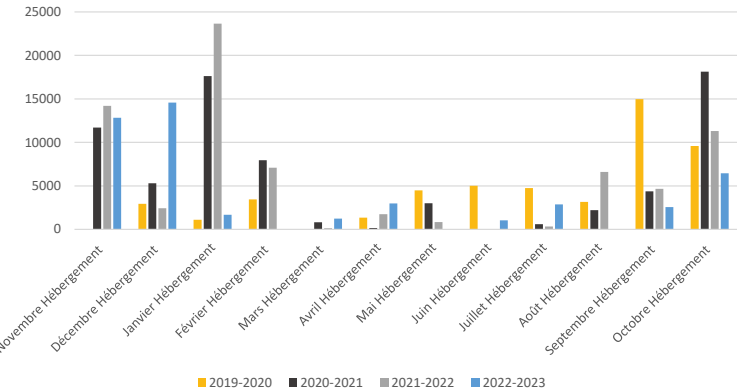
Fréquentation de l'office du tourisme



INGÉNIE

La centrale a enregistré quelques réservations d'hébergements durant le mois d'octobre. Ces réservations concernent la saison d'hiver. Au contraire, le chiffre d'affaire qui découle des activités est en baisse par rapport aux mois précédents, mais en augmentation par rapport à la saison dernière.

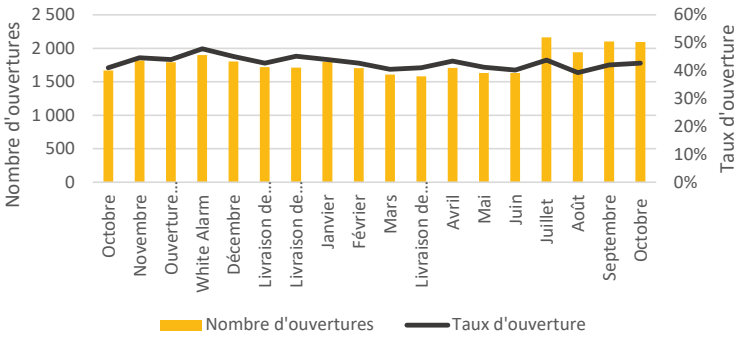
CA Ingénie - par année et par type de prestation



NEWSLETTER

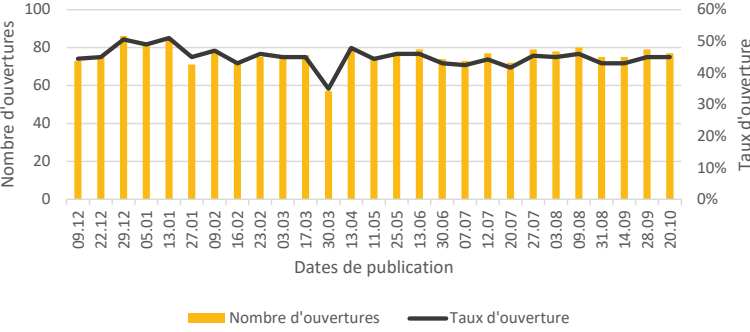
Grand public

En octobre, la Newsletter Grand Public a été distribuée à 4'908 personnes. Le taux d'ouverture était de 42.71%. Le taux d'ouverture est remonté par rapport aux mois précédents. La tonalité de cette communication a été adaptée.



Partner News

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

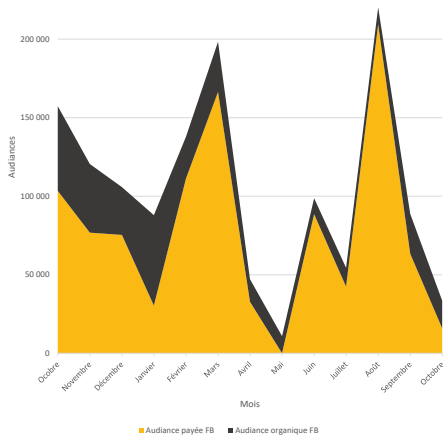


RESEAUX SOCIAUX

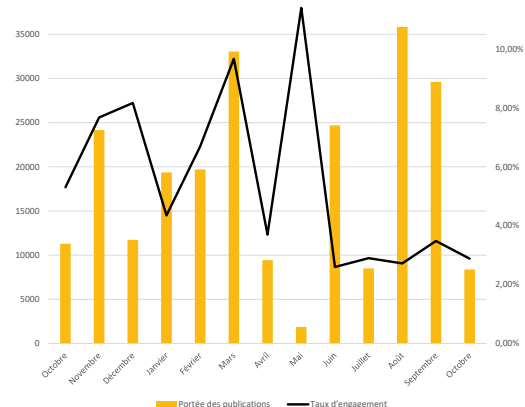
Octobre marque la fin de l'exercice comptable 2022-2023 pour Anzère Tourisme. Le bilan annuel sur les réseaux sociaux est plutôt bon. L'audience totale est en augmentation sur Facebook comme sur Instagram par rapport à l'année 2021-2022 et le nombre d'abonnés est en nette augmentation.

Lors du prochain tableau de bord, les statistiques Instagram du mois de juillet seront ajustées afin que la différence de méthode relative à la sponsoring ne soit plus visible sur le graphique « Evolution du taux d'engagement ». En effet, au mois de juillet, la sponsoring avait été faite directement sur une publication induisant ainsi le pic d'audience et la chute du taux d'engagement. Normalement les sponsorisations passent par le gestionnaire de publicité et apparaissent sur le graphique « Evolution des audiences FB ». Cette métrique sera donc réajustée.

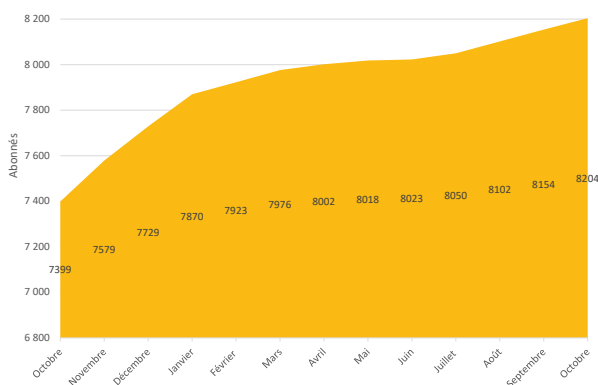
Evolution des audiences FB



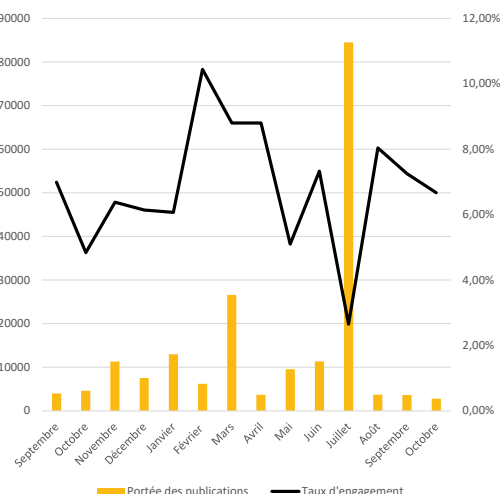
Evolution du taux d'engagement FB



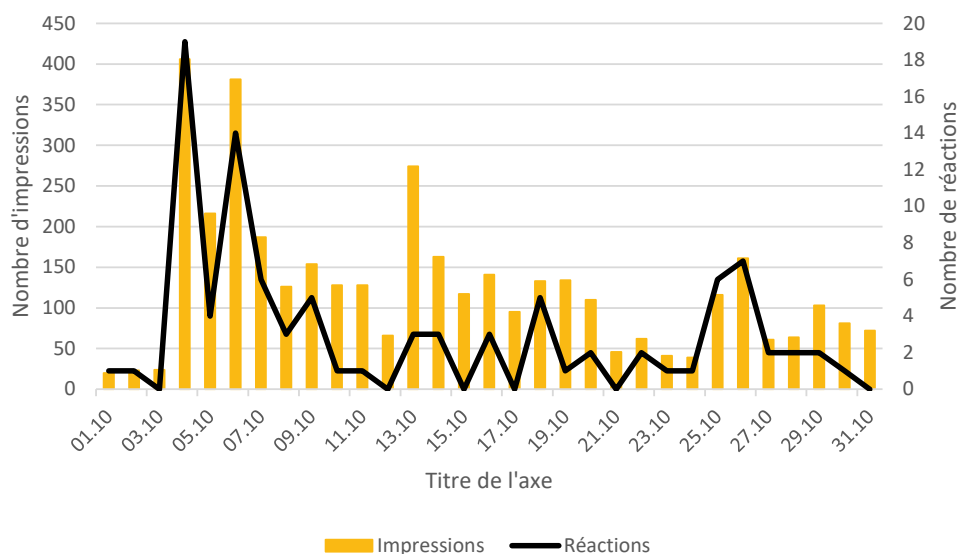
Nombre de personnes abonnées IG



Evolution du taux d'engagement IG



Impressions et réactions sur Linked In



Actuellement, nous avons 750 abonnés sur Linked In.

Au mois d'octobre, nous avons augmenté l'activité sur Linked In sans publier plus. Il s'agit d'une bonne pratique visant à augmenter les interactions avec notre page. Cela fonctionne.

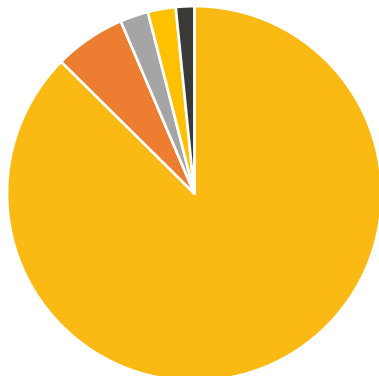
En effet, en publiant moins, nous avons augmenté le nombre total d'impressions et de réactions.

L'algorithme demande donc une forte activité pour être optimisé.

SITE INTERNET

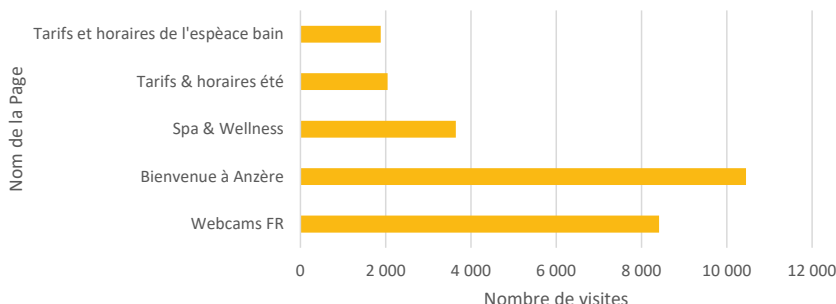
En 2023, les visiteurs de notre site internet font beaucoup moins de deuxième visites et le nombre de sessions avec engagement augmente légèrement (1.1 en 2022 contre 1.3 en 2023). Cela est très bon signe pour nous. En effet, nous en déduisons que nos visiteurs virtuels trouvent plus facilement ce qu'ils cherchent. Il se perdent moins sur le site et n'ont donc pas besoin d'une deuxième visite. Le nombre de sessions ouvertes depuis la France est en nette augmentation par rapport au mois précédent et ces sessions se concentrent sur la page Webcam. En effet, nous avons récemment changé notre caméra du Pas de Maimbré et l'entreprise qui nous a installé la Webcam est une entreprise française qui a publié des posts avec un lien direct sur notre site internet. La provenance des sessions française étant Linked In et Facebook, nous pouvons expliquer ainsi cette augmentation.

Sessions pour la dimension «PAYS»



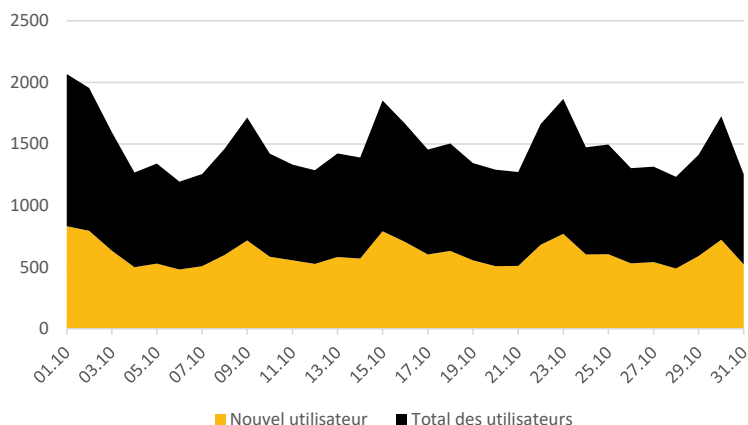
■ Suisse ■ France ■ Belgium ■ Germany ■ UK

Les pages les plus vues



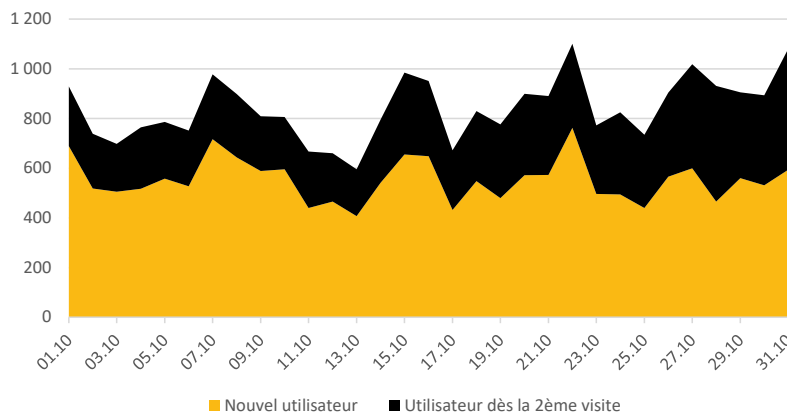
Nombre d'utilisateurs

2022



■ Nouvel utilisateur ■ Total des utilisateurs

2023



■ Nouvel utilisateur ■ Utilisateur dès la 2ème visite

ANZÈRE LIBERTÉ

En 2023, nous avons digitalisé le pass Anzère Liberté. Cela nous a permis de récolter un ensemble de données relatives à l'utilisation des pass. L'objectif ici n'est pas de vous détailler cette utilisation, mais de vous présenter les passages «Anzère Liberté» faits auprès de nos principaux partenaires.

Cette modification dans le processus d'émission nous a permis de libérer du temps au front office et de mettre un point d'honneur sur l'accueil de nos hôtes. Nous travaillons maintenant à simplifier le scann des pass afin que cette étape puisse être faite plus rapidement.

Passages Anzère Liberté chez nos principaux partenaires

	2022	2023
Télé Anzère	9'907 passages	8'767 passages
Anzère Spa & Wellness	47'374 (passages au portique) 23'687 entrées	20'587 entrées