Escape Hunt

**FB: 449 avis**

**4,5 / 5 note moyenne client**

**---------**

**7K likes de page**

**7K suivent la page**

**LI : 81 abonnés**

1. Diversité des sujets : éviter la lassitude sur des sujets récurrents

**FB**

Bonne diversité des sujets :

Report des clients passés le week end

Annonces sur l’équipe en interne (ex: départ)

Enigmes – Jeux – anecdotes sur le domaine (en rapport avec une des aventures proposées)

Posts commerciaux informatifs sur un nouveau produit (ex:enigme à Lyon)

Conseils sur leurs produits-aventures

**LI**

Moins diversifié : orienté entreprise - pro

Sujet majeur : valorisation des équipes via l’escape-game (au travers de team-building d’entreprise)

1. Diversité des formats : photos, videos, ..

**FB**

Video promo

Photo en interne (témoignages)

Visuels construits (anecdotes, énigmes, jeux)

Albums photos des aventures-clients

Gif animés (le saviez vous)

**LI**

Liens externes

Articles

Video (très peu)

1. Régularité : des posts (et s’y tenir)

**FB**

1 par jour en moyenne (sur le mois dernier) y compris le week-end

**LI**

1 post par semaine (trou pendant la période des vacances scolaires)

1. Le timing : créneaux horaires en fonctions des réseaux

**FB**

Timing choisi idéal pour ce média: Début de soirée majoritairement (19h/20h)

Attente potentielle des clients venus le week end

Milieu de matinée => partage album photos du weekend le lundi matin

**LI**

Difficile de connaitre les dates et heures de publi sur ce réseau

1. Equilibre : optimiser la performance des contenus promotionnels (entre 20 - 25%)

**FB**

4/5 posts promotionnels sur 1 mois (ratio correct)

**LI**

Pas de post promotionnels les concernant

Mise en avant du domaine d’activité “escape-game” et de leur utilité en entreprise

1. Émotions : susciter l’émotions et l’engagement

**FB**

OUI : post sur le départ d’un membre d’une équipe (

Post “que d’émotions” : relates des anecdotes pendant des parties de jeux

Post de remerciement envers la communauté qui les suit

Publications des Albums Photos des Enigmes passées le week end (inclut les gens qui ont participé, se remémorer un bon moment passé ensemble)

Réactif sur des commentaires de leurs publications, congratulations ou remerciements !

**LI**

**Sur ce réseau, NON**

Raisons rationnelles de faire de l’escape-game : discours adapté au réseau car orienté PRO

1. Simplicité : se faire comprendre rapidement et seul (because l’algo !!)

**FB**

Une charte graphique appliquée et suivi : un style de visuel ou de post par message type

Inclusion des émojis suivant le discours

**LI**

OUI car publication claire : articles et accroches efficace, retro liens

Charte graphique utilisée pour un type de post (‘témoignages’)

1. Pertinence : utile et intéressant pour l’audience

**FB**

OUI si on prend en compte la diversité des types de contenus postés

Album photos pour les clients venu expérimenter leurs énigmes

Annonces commerciales : faire découvrir un nouveau concept

**LI**

OUI car la cible est le monde professionnel

1. Unicité : un objectif par publication (faire réagir, commenter, partager, informer, générer du traffic)

**FB**

OUI car un type de contenu distinct par type comme dit plus haut (annonces, albums, enigmes, jeux, question-ouverte...)

**LI**

Publication à titre informatif majoritairement (+ quelques likes et partages)