

## Quelques définitions

### → **Le score WLT.**

*Sur la base de 3 réseaux sociaux, 15 indicateurs de performance et 30 paliers de notation, le Score We Like Travel mesure la performance social media globale des destinations. Il permet de valoriser chaque mois celles qui ont eu la stratégie la plus efficace sur les réseaux sociaux, sur des critères quantitatifs et qualitatifs. Cet algorithme est calculé automatiquement, et ses critères sont mis à jour chaque année.*

### → **Le taux d'engagement**

*L'analyse de la performance ne se limite pas au nombre de fans ou d'abonnés. Moins l'animation d'une page est bonne, plus l'algorithme du réseau social limite sa visibilité. En schématisant, il est tout à fait possible d'avoir 10 000 fans mais de n'être vu par personne. Le taux d'engagement (plus exactement le taux d'interaction) est donc un critère essentiel de l'analyse de la performance, de la capacité à séduire, mobiliser et faire réagir sa communauté à chaque publication.*

### → **Un bon taux d'engagement**

*Sur la base des performances analysées sur des centaines de pages Facebook, grille d'évaluation du taux d'engagement d'une destination touristique :*

- - Plus de 3,5% : excellent
- - Entre 2,5 et 3,5% : très bon
- - Entre 1,5 et 2,5% : bon
- - Entre 1 et 1,5% : moyen
- - Entre 0,5 et 1% : faible
- - Moins de 0,5% : très faible