

3^{ÈME} ETATS GÉNÉRAUX DU MANAGEMENT DE CENTRE-VILLE ET DU COMMERCE

ALBI 7 ET 8 OCTOBRE

Clémence BRANDOLIN
-ROBERT

1^{ère} adjointe au Maire
Ville d'AGEN

Présidente de l'Agence du commerce d'Agen

Numéro Sophie Baz, Manager : 0685963431

ATTRACTIVITE DU CENTRE VILLE EXPERIENCE CLIENT

ACCOMPAGNER LA TRANSITION NUMÉRIQUE DES COMMERÇANTS

L'engagement n°103 « faire du cœur de Ville d'Agen le pôle commercial d'excellence du département » s'inscrit dans une démarche plus générale de redynamisation du centre-ville menée depuis plusieurs années dans le programme Agen Cœur Battant (2008-2014) puis Agen Cœur Battant 2 (2014-2020) et en continuité dans le projet de mandat 2020-2026,

Il prévoit de faire du cœur de ville d'Agen LE pôle commercial d'excellence du département en créant une marque #agencommerces :

- **Site vitrine assurant la promotion numérique de la destination #agencommerces**, de la boutique, de services et des commerçants,
- **Community Manager** en charge du développement numérique et de la stratégie social-media de la **marque #agencommerces** et des commerçants agenais.
- **Reportage photos des commerces** souhaitant se développer sur les réseaux sociaux (accompagnement d'environ 40 commerçants)

CRÉER LA MARQUE **"AGENCOMMERCE »**

#AGEN
COMMERCES



NOS COMMERCES

SERVICES

ACTUS

INFOS PRATIQUES

CONTACT

Rechercher



VOTRE SHOPPING EN CENTRE-VILLE

IL Y EN A POUR TOUS LES GOÛTS

+ d'infos >

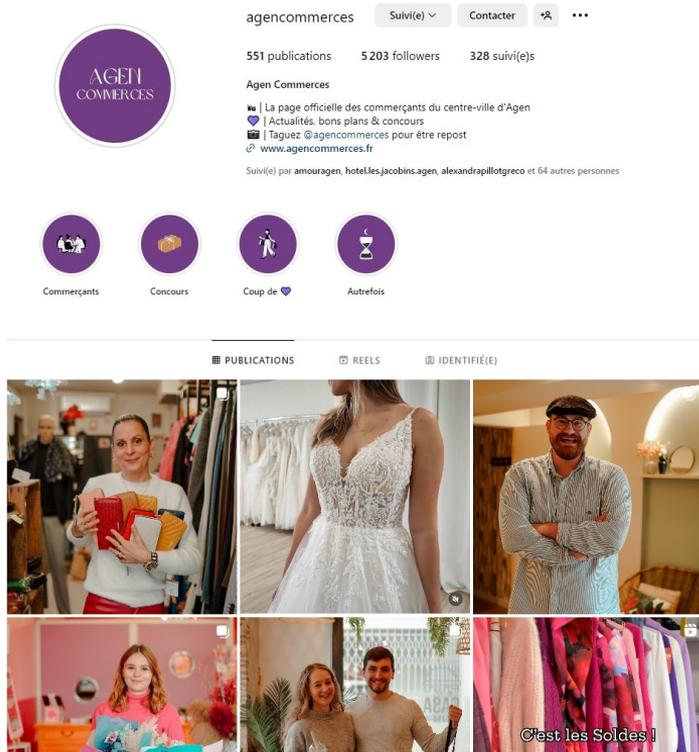
#AGEN
COMMERCES

#AGEN
COMMERCES

#AGEN
COMMERCES

VOS COMMERCES DU CENTRE-VILLE
D'AGEN

DIGITALISATION COLLECTIVE



INSTAGRAM

▣ Publications sur Instagram

▣ Quelques chiffres :

- ▶ Nombre d'abonnés : 6323 contre 2461 en 2022
- ▶ Nombre de post : 648 contre 126 en 2022
- ▶ Nombre de vidéos : 40 contre 2 en 2022
- ▶ Nombre de visite : 22 701 contre 7524 en 2022
- ▶ Nombre de likes sur 90 jours : 2498
- ▶ Couverture des posts : 18 600
- ▶ Couverture des stories sur une période de 90 jours : 3700
- ▶ Une communauté encore plus engageante en stories, qui prend part aux échanges, en envoyant leur propre contenu au compte @agencommerces.

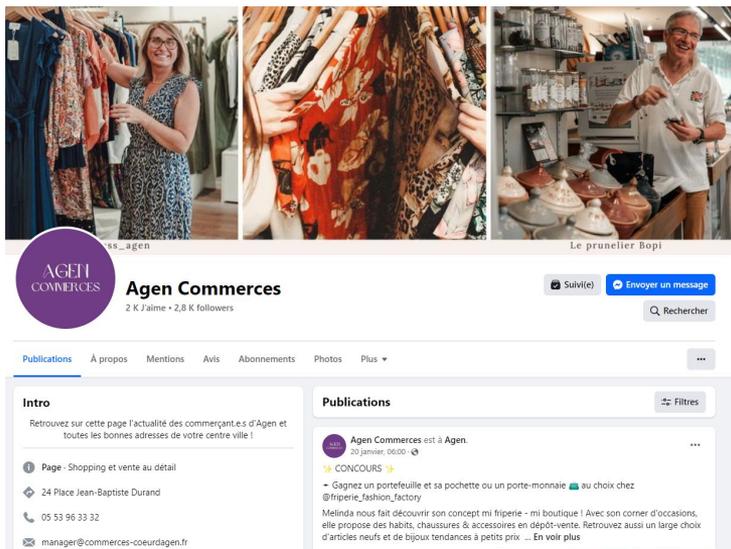
Les jeux concours proposés par les commerçants créés de l'engagement sur les pages Agén commerces, favorise la visibilité du commerce et augmente les followers des pages

DIGITALISATION COLLECTIVE

FACEBOOK

Quelques chiffres :

- Nombre d'abonnés : 2 900 contre 2 515 en 2022
- Nombre de post : 256 contre 126 en 2022
- Nombre de vidéos : 18 contre 2 en 2022
- Nombre de visite : 8 661 contre 2259 en 2022.



The screenshot shows the Facebook profile for 'Agen Commerces'. The profile picture is a purple circle with the text 'AGEN COMMERCES'. The cover photo is a collage of three images: a woman in a patterned dress, hands holding fabric, and a man in a white shirt. The page has 2.8K followers and a search bar. The 'Publications' section shows a post from January 20th about a contest.

AGEN COMMERCES
Agen Commerces
2 K J'aime • 2,8 K followers

Publications À propos Mentions Avis Abonnements Photos Plus

Intro
Retrouvez sur cette page l'actualité des commerçants.e.s d'Agen et toutes les bonnes adresses de votre centre ville !

Page - Shopping et vente au détail
24 Place Jean-Baptiste Durand
05 53 96 33 32
manager@commerces-coeurdagen.fr

Publications

Agen Commerces est à Agen.
20 janvier, 06:00

CONCOURS

Gagnez un portefeuille et sa pochette ou un porte-monnaie au choix chez @Inferie_fashion_factory

Melinda nous fait découvrir son concept mi friperie - mi boutique ! Avec son corner d'occasions, elle propose des habits, chaussures & accessoires en dépôt-vente. Retrouvez aussi un large choix d'articles neufs et de bijoux tendances à petits prix ... En voir plus

Principales villes





40 REELS SUR
LES 2
RESEAUX





Branding

@AGENCOMMERCES



NE
TO T
NE
LIFE
WH
WITH
OF

Rappel

DU CONTEXTE

L'Agence du Commerce souhaite développer, pour ses comptes Instagram et Facebook Agen Commerces, une communauté engagée auprès de laquelle elle va pouvoir partager la diversité et la richesse de l'offre de commerces agenais. Puis, elle invitera ses abonnés à (re)découvrir le centre ville, dans une version ensoleillée, pour faire naître le désir de venir "consommer plaisir" et de vivre une expérience sociale unique, humaine et authentique, made in Agen.



Enjeux

PRINCIPAUX

1 : **Créer une unité entre les commerçants.** Aucun effort individuel n'est demandé aux commerçants. Cependant, de manière subtile, vous instaurez l'harmonie, vous renforcez les liens, vous montrez la douceur du centre-ville et vous offrez une âme au commerce agenais.

2 : **Faire rayonner le commerce de centre-ville** auprès d'une audience plus large. Vous le rendez plus attractif et vous créez un attachement plus fort.

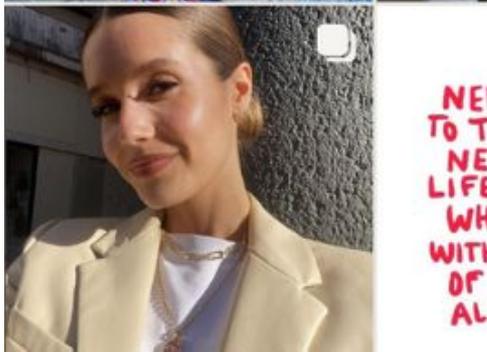
3 : **Être moteur de fierté collective.** Vous êtes un levier psychologique important pour les commerçants qui trouvent auprès de vous un espace pour s'exprimer et prendre leur place en tant qu'acteurs économiques.



Cible

IDÉALE ❤️

- Femmes, hommes, familles
- Entre 25 et 45 ans (tranche d'âge Instagram)
- Résidant à Agen ou à proximité, agenais ou néo agenais
- Qui adoptent tous les moyens de locomotion et principalement piétons ou à vélo et en trottinettes
- Centres d'intérêts : shopping, mode, sorties, boutiques indépendantes, petits créateurs, curiosité, aventures, expériences, découvertes, plaisir, détente, concours, jeux, dolce vita, vie sociale, partages, convivialité, gastronomie, nouveautés, tendances, marché couvert, etc.
- A l'esprit influenceurs, qui aiment partager leurs découvertes et contribuer à la vie sociale.



NEI
TO T
NE
LIFE
WH
WITH
OF
AL

Fil

CONDUCTEUR

Donner à rêver !

Fonctionnement émotionnel des réseaux sociaux -

D'abord on rêve avec les yeux,

Puis, on se projette avec le mental,

Ensuite on vit l'expérience réelle à travers le rêve.

Vous écrivez l'histoire !



Quelques

LEVIERS ÉMOTIONNELS

- Photos qui projettent un sentiment de dolce vita
- Utiliser subtilement des émojis, notamment 🍷 et 🌞
- Identifier avec les commerçants les pièces à shopper tendances, les nouveautés ou les produits d'appel
- Ritualiser un rdv "découvertes" mensuel et un happening saisonnier
- Commencer chaque publication avec le @ du commerce (sauf pour les publications collectives) ex. @turquoisebyrama Concours 🍷 ou @gueuleton.agen Nouveauté 📖
- Jouer sur les zooms, dé zooms pour donner plus de profondeur et d'âme
- Ajouter des photos dites "émotions"
- Être dans le jeu et inviter à l'action



Identité

VISUELLE

- Ensoleillée
- Lumineuse
- Chaleureuse
- Douce à l'esprit dolce vita
- Agréable à regarder, plaisante
- Vivante : beaucoup d'humains, de mouvement et d'émotions
- Diversifiée afin de capter la diversité de l'offre en un seul regard
- Colorée
- Simple (pas trop chargée) afin de diffuser l'idée que l'expérience est simple
- Tendance : mise en avant de figures agenaises
- Zoomée sur les produits et sur les clients plus que sur les commerçants
- Rassurante, les visuels doivent faire partie du quotidien



Posts

DÉCOUVERTES ET AVENTURES

- Concours 
- Caméra roll : carrousel de photos de plusieurs commerces
- Nouveauté : zoom sur la pièce à shopper ou la spécialité à déguster, etc.
- Sondage
- Découverte ou portrait
- Citations inspirantes empruntées aux commerçants
- Lifestyle
- Influenceurs agenais
- Happening  ex. concours photos avec vote puis apéro (roof top marché couvert) / exposition ou concours de design de produits (Lua bougie, Palomino, Valentina Lova, etc.)
- Réels Clémence
- Réels lifestyle axés sur l'expérience immersive (ton narratif voix off)