



Ensemble pour le tourisme durable

PROMOTION DE TON ORGANISATION TOURISTIQUE

La promotion est une composante clé du marketing pour positionner ta destination au niveau local, national et international. Elle permet de faire connaître aux visiteurs potentiels les attractions disponibles et les activités qui peuvent être réalisées. Le but est de générer des revenus pour ton organisation et la communauté. Le tourisme est un secteur économique qui bénéficie particulièrement de l'utilisation d'outils digitaux pour faire sa promotion puisque la majorité de sa clientèle se trouve à distance.

BONNES PRATIQUES EN LIGNE POUR PROMOUVOIR UNE ENTREPRISE TOURISTIQUE

- 🏠 Connaître et utiliser les outils digitaux.
- 🏠 Offrir un service flexible et savoir s'adapter.
- 🏠 Dédier du temps à l'usage des réseaux sociaux.
- 🏠 Être créatif dans la présentation du produit touristique.
- 🏠 Partager tes actions responsables pour sensibiliser le public.
- 🏠 Écouter activement les besoins du client et lire les commentaires.
- 🏠 Traduire les publications dans les langues de tes clients potentiels et actuels.
- 🏠 Utiliser des stratégies de marketing basées sur les échanges avec les consommateurs.

CONNAÎTRE TON ENTREPRISE ET LE MARCHÉ

MISSION ET VISION

Que veux-tu réaliser et pourquoi? Identifie tes objectifs pour orienter tes messages promotionnels.

MARCHÉ CIBLE

Qui veux-tu atteindre avec tes activités de marketing? Apprends à connaître ta clientèle pour faciliter la communication et créer une relation de confiance.

1. Qui est ton public cible?
2. Où se trouvent les personnes qui forment ton public cible?
3. Quelles valeurs sont importantes pour elles?
4. Quelles sont leurs préoccupations?
5. Quels sont leurs besoins actuels?



ANALYSE DE LA COMPÉTITION

Contre qui compétitionnes-tu et comment te positionnes-tu? Prends connaissance des destinations et des entreprises qui offrent des services similaires aux tiens pour savoir comment te positionner dans le marché.

1. Évaluer les forces et faiblesses de la compétition.
2. Connaître ses facteurs de succès.
3. Identifier tes avantages compétitifs.

PROPOSITION DE VALEUR

Qu'est-ce qui fait que ton organisation est unique? Identifie ce qui la différencie de la compétition et qui est une valeur ajoutée pour tes clients.

ÉTABLIR TA STRATÉGIE DE PROMOTION

PLATEFORMES DE COMMUNICATION

Choisis la ou les plateformes qui te permettront de rejoindre ta clientèle. Nous te recommandons de n'en sélectionner que quelques-unes, mais de manière efficace, afin d'investir moins de temps et d'argent tout en optimisant les résultats. Chaque plateforme a des objectifs et particularités distinctes pour t'aider à promouvoir la destination et ton entreprise.

PLATEFORMES DIRECTES

- 🏠 **Site web** : Présenter la destination et les services disponibles.
- 🏠 **Blog d'entreprise** : Faire connaître le travail réalisé et ses bénéfices.
- 🏠 **Publicité payée (imprimée et digitale)** : Attirer de nouveaux clients à la destination.
- 🏠 **Moteurs de recherche (SEO et campagnes AdWords)** : Attirer de nouveaux clients sur ton site web.
- 🏠 **Courriers électroniques (infolettre)** : Envoyer de l'information et des promotions à un public segmenté.
- 🏠 **Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, ...)** : Créer et maintenir une relation avec la clientèle.

PLATEFORMES INDIRECTES

- 🏠 **Médias traditionnels (radio, TV, presse)** : Attirer de nouveaux clients à la destination.
- 🏠 **Blogueurs** : Permettre aux clients qui ont expérimenté le service de partager leur expérience.
- 🏠 **Plateformes de réservation en ligne** : Attirer de nouveaux clients (*exemple* : www.vaolo.com).
- 🏠 **Certifications et prix** : Se relationner avec les partenaires qui travaillent dans des secteurs similaires.
- 🏠 **Réseaux d'affaires** : Se relationner avec des partenaires appuyant le développement de ton entreprise.
- 🏠 **Références y rétroactions en ligne** : Permettre aux clients qui ont visité la destination et expérimenté tes services de partager leur expérience.



TYPES DE CONTENU QUI PEUT ÊTRE DIFFUSÉ

- 🏠 **Promotion** : Vendre la destination, ses attractions et ses activités.
- 🏠 **Storytelling** : Partager les histoires de clients qui ont expérimenté les services.
- 🏠 **Sensibilisation** : Faire connaître la destination par le biais d'une cause ou d'un organisme.
- 🏠 **Inspiration** : Leur donner envie de connaître la destination au travers d'expériences disponibles.
- 🏠 **Information** : Aider au client à préparer son voyage avec des renseignements sur la destination.

RESSOURCES INTERNES

Ressources humaines :

- 🏠 Combien de langues maîtrise ton équipe?
- 🏠 Qui administre les réservations et la promotion?
- 🏠 Combien de temps ton équipe peut-elle consacrer à la création de contenu?
- 🏠 Quelles sont les aptitudes de ton équipe à administrer les plateformes digitales?

Ressources financières :

- 🏠 Quel est ton budget mensuel pour la promotion?
- 🏠 Quelles plateformes génèrent plus de ventes pour ton entreprise?

Tu veux plus d'idées pour des activités touristiques responsables et durables? Visite le www.villagemonde.com/amiwasi et tu y trouveras des vidéos et documents de formation pour améliorer tes pratiques.

COMMENCE DÈS AUJOURD'HUI À CHANGER LE MONDE, UNE ÉTAPE À LA FOIS!



Le programme Uniterra bénéficie de l'appui financier du gouvernement du Canada, par l'entremise d'Affaires mondiales Canada.



Global Affairs
Canada

Affaires mondiales
Canada

