



idée
**ORGANISATIONS TOURISTIQUES SUR LE THÈME
 DES PRODUITS LOCAUX** (EN INDIVIDUEL OU EN GROUPES)
 PROTOTYPE AVEC PLAN D'ACTION INTÉGRÉ

1. OBJET

Développer les liens avec l'ADN de la région. Les PME concentreront essentiellement leurs activités là où mettre en place une association entre terroir et produits locaux est fondamental.



projet soumis par :
 PROFIT

plus d'informations :
WWW.PROFITTOURISM.EU

2. ACTIFS ET RENTABILITE

La destination devient plus attractif. Différents PME gagnent du conscience sur la région et ce que la région a à offrir (ADN) et de ce qu'ils peuvent contribuer à la région.

Des situations gagnant-gagnant sont créées. Les partenariats locaux et régionaux se développent.

Des forfaits tout compris qui plonge les visiteurs pour une semaine, un week-end, une journée dans l'expérience locale.



3. FACTEURS DE REUSSITE

- ▶ Nombre de PME utilisant le service
- ▶ Statistiques sur le nombre de visiteurs des sites web
- ▶ Nombre d'activités sur la plate-forme
- ▶ Enquête de satisfaction des PME
- ▶ Nombre de nouvelles activités offertes/réalisées dans les PME
- ▶ Nombre de nouveaux clients attirés grâce à la nouvelle offre



4. PARTENAIRES

- ▶ PME
- Offre
 - ▶ Services touristiques
 - ▶ Organismes d'événements
 - ▶ Services municipaux
 - ▶ Fournisseurs locaux d'activités et fournisseurs
- ▶ Sociétés de location
- ▶ Artistes, commerces de proximité, artisans, ...
- ▶ Canaux de communication



5. COMMUNICATION

Communication

- ▶ Google
- ▶ Facebook
- ▶ Uit in Vlaanderen (magazine)
- ▶ Magazines/presse
- ▶ Agences de communication
- ▶ Services publics liés au tourisme

En externe

- ▶ Promo par les PME à travers les canaux numériques
- ▶ Communication par les blogueurs
- ▶ Communication par les partenaires locaux/ services touristiques
- ▶ Campagnes de communication à l'étranger
- ▶ Susciter des commentaires

Objectifs

- ▶ Offre dynamique
- ▶ Du prospect à l'ambassadeur
- ▶ Relation de confiance avec le client
- ▶ 'Surprise et plaisir'
- ▶ Offre dans différentes catégories budgétaires
- ▶ Commentaires stimulants
- ▶ Liens

9. DÉFIS

- ▶ Financement de l'ensemble du projet
- ▶ Être en mesure de placer des offres très variées (météo, budget, facilité pour les familles et les enfants, culture, intérêt culinaire, etc.)

10. FINANCEMENT

Les dépenses

- ▶ Coûts personnels (1FTE)
- ▶ Budget pour la promotion

Gains

- ▶ Commission sur les clients supplémentaires pour les «organiseurs / fournisseurs» des activités.

11. SUIVI & ÉVALUATION

- ▶ de PME l'utilisant
- ▶ Nombre de (nouveaux) clients utilisant les offres locales
- ▶ Enquête de satisfaction auprès des PME
- ▶ Nombre d'activités nouvellement offertes / développées parmi les entrepreneurs
- ▶ Nombre de nouveaux visiteurs grâce à la nouvelle offre

6. CIBLE

- ▶ Petits groupes d'amis (de tous âges)
- ▶ Groupes plus importants (associations ▶ sportives, écoles, etc.)
- ▶ Familles
- ▶ Célibataires

7. FONCTIONNEMENT

- ▶ Renforcer le lien avec l'ADN local. Les PME se concentreront principalement sur les produits axés sur la région et les produits locaux. Ils peuvent jouer ce rôle dans l'approche envers les clients et leur permettre de se profiler en termes de développement durable.

8. CALENDRIER

- ▶ Les collaborations avec les producteurs locaux, les attractions touristiques et les fournisseurs mènent à une offre véritablement locale. La promotion pour la région en général est combinée avec plus d'opportunités dans la région pour les clients.
- ▶ Offre avec attention à l'artisanat ancien, à l'écologie, aux produits oubliés, aux produits artisanaux, au patrimoine culturel, ...
- ▶ Implication des riverains
- ▶ Relever l'innovation régionale (VR en mer, ...)
 1. Développer une vision large
 2. Indicateurs des membres du personnel qui peuvent organiser les arrangements, partenaires de contact, ...
 3. Développer les critères des différents partenariats.
 4. La manière dont cette communication sera élaborée
 5. Approbation et démarrage