



idée  
**LA CARTE "KEY TO KENT"**  
 PROTOTYPE AVEC PLAN D'ACTION INTÉGRÉ

**projet soumis par :**  
 PROFIT

**plus d'informations :**  
[WWW.PROFITTOURISM.EU](http://WWW.PROFITTOURISM.EU)

**1. OBJET**



- ▶ Une carte destinée aux visiteurs, créée sur mesure par les propriétaires de la région. La carte propose aux visiteurs et clients des offres spéciales dans certains restaurants, bars et magasins et pour certaines activités, leur permettant de partir en quête du Kent.
- ▶ Allonge la durée des séjours, améliore la perception des destinations, augmente l'attractivité de l'hébergement, stimule les dépenses dans la région et offre au visiteur une meilleure expérience.

**2. ACTIFS ET RENTABILITÉ**



Clients :

- ▶ introduction sur mesure et très localisée des destinations
- ▶ source d'inspiration sur la variété des activités de la région
- ▶ facilite la planification et réduit le temps nécessaire à rechercher différentes activités pendant un séjour
- ▶ offres spéciales uniquement pour les détenteurs de la carte, ce qui représente un atout supplémentaire

PME :

- ▶ accroît la satisfaction client
- ▶ développe la fidélité et les possibilités de garder un client d'une année sur l'autre
- ▶ partenariats entre sociétés, mettant en exergue la collaboration plutôt que la concurrence
- ▶ donne aux visiteurs une raison de considérer la basse saison comme une période tout aussi bonne pour faire du tourisme

**3. FACTEURS DE RÉUSSITE**



- ▶ Contact fréquent pour garantir que la carte Key to Kent continue d'être attractive pour les visiteurs, évaluant ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, en vue d'opérer des améliorations
- ▶ Les propriétaires de logement devront être encouragés à recommander en toute sincérité des restaurants ou expériences uniques
- ▶ Les lieux et/ou expériences sélectionnés doivent avoir une valeur ajoutée et soutenir des entreprises locales (et des habitants de la région)

**4. PARTENAIRES**



Avec qui travailler en partenariat

- ▶ Des PME du secteur du tourisme : d'autres PME semblables, des restaurants, des hôtels, des chambres d'hôtes, des cafés, des boutiques et des attractions, ainsi que d'autres acteurs clés de l'économie touristique, comme des organismes culturels et, en bout de ligne, des fournisseurs de transport



# idée LA CARTE "KEY TO KENT"

## 5. COMMUNICATION

Cibler les communications en utilisant les canaux et partenariats adaptés au secteur du voyage et de l'hébergement et à la destination :

- ▶ Livres et canaux numériques
- ▶ Bulletins d'informations et sites web sur la destination
- ▶ Southeastern
- ▶ Trivago, Tripadvisor, etc.
- ▶ KM Media Group
- ▶ Promotions chez des groupes franchisés en dehors de la région (par exemple, Café Nero, Airbnb, etc.)

## 7. FONCTIONNEMENT

Dès que le concept de la carte Key to Kent aura été élaboré et présenté, la carte sera distribuée chez les propriétaires d'hébergement et logeurs de la région. Les propriétaires pourront donner la carte à leurs clients, leur offrant un accès spécial à des offres promotionnelles auprès de certaines PME : sites, bars, restaurants, attractions, expériences et commerces. Ces lieux auront été choisis par les propriétaires pour leur qualité et leur authenticité. Pour participer, les PME et les propriétaires d'hébergement n'auront qu'à s'inscrire sur le site de Key to Kent, décrivant ce qu'ils ont à offrir, pour quel public ils sont adaptés et indiquant les coordonnées de la personne responsable de la relation propriétaire-PME.

## 9. DÉFIS

À quelles difficultés les PME peuvent-elles se confronter ?

- ▶ Propriétaires/PME : Compréhension et adoption du programme
- ▶ Propriétaires : Coopération des PME
- ▶ PME : Offre d'expérience à valeur ajoutée
- ▶ Tous : Engagement
- ▶ À plus grande échelle : Développement et maintenance d'une plateforme en ligne

## 11. SUIVI & ÉVALUATION

- ▶ Nombre de propriétaires/fournisseurs d'hébergement
- ▶ Nombre de PME
- ▶ Qualité du partenariat/valeur ajoutée
- ▶ Retour sur investissement pour le marketing
- ▶ Nombre de cartes créées

## 6. CIBLE

- ▶ PME : petits hôteliers, propriétaires de gîtes, propriétaires d'hébergement, restaurateurs, créateurs d'expérience (visites guidées à pied ou en vélo par exemple).
- ▶ Visiteurs: visiteurs jeunes et âgés, avec ou sans famille, à la recherche d'une expérience authentique décrivant ce que le Kent a de meilleur à offrir, qui n'ont pas le temps de faire des recherches et préfèrent obtenir des informations sur leur destination depuis un seul endroit.

## 8. CALENDRIER

- ▶ Cette idée concerne un projet à long terme. Même s'il peut être lancé rapidement, une grande part de la planification du projet doit être axée sur l'élaboration du meilleur type de plateforme en ligne, ainsi que sur sa portée, afin de toucher un ensemble suffisamment important de PME et de fournisseurs d'hébergement participants.
- ▶ Par ailleurs, assurer une promotion et une visibilité suffisantes prend du temps et on accorde souvent l'attention nécessaire à ce type de projet dès lors qu'un essai a été mené et qu'une étude de cas peut être appliquée.

## 10. FINANCEMENT

- ▶ Coûts de développement
- ▶ Supports marketing
- ▶ Maintenance
- ▶ Personnel pour coordonner et gérer le projet