



idéé

OFFRE PACKAGÉE VIP AUTOUR D'UN ÉVÉNEMENT

PROTOTYPE AVEC PLAN D'ACTION INTÉGRÉ

1. OBJET

Un coffret acheté sur internet et remis par les hébergeurs partenaires aux clients. Cette boîte contient divers bons d'échange permettant d'obtenir des avantages VIP comme par exemple de faire vivre aux clients des moments uniques qui ne sont pas accessibles autrement, pour profiter de l'événement d'une façon différente pas comme tout le monde.

Ce produit profite de la visibilité et de la communication spécifique à un événement pour capter de nouvelles cibles de clientèles exigeantes et peu présentes aujourd'hui sur la destination

3. FACTEURS DE RÉUSSITE

Les facteurs clés de succès:

- ▶ Le choix de l'événement est très important mais plus important encore sont les canaux de promotion qu'il sera nécessaire d'évaluer. IL s'agit de conquérir une nouvelle clientèle peu présente encore sur le territoire. Il s'agira de travailler en partenariat étroit avec les organisateurs d'événements culturels et d'oser de nouvelles actions de partenariat.
- ▶ Pour une offre VIP exclusive le prix sera forcément élevé (et c'est nécessaire car le prix envoie aussi un signal) mais il faut surtout s'assurer que les offres prévues soient vraiment exclusives et VIP, et mises en scène comme telles également, sur la forme et le fond (tant pour les activités que pour l'hébergement).

5. COMMUNICATION

L'attention du client pourra être captée par la notoriété et la diffusion ciblée apportée à l'événement. Il pourra découvrir l'existence de cette offre à travers :

- ▶ Les supports de communication de l'événementiel partenaire
- ▶ Les dispositifs web de l'hébergeur
- ▶ Les dispositifs web de Pas-de-Calais Tourisme
- ▶ Les partenaires inclus dans l'offre

projet soumis par :

PROFIT

plus d'informations :

WWW.PROFITTOURISM.EU

2. ACTIFS ET RENTABILITÉ

Du point de vue du client cette offre permet de :

- ▶ Bénéficier de prestations exclusives dont il ne pourrait pas bénéficier autrement
- ▶ Profiter de l'événement pour faire une escapade touristique et découvrir la région grâce aux suggestions
- ▶ Profiter de l'événement de façon plus confortable avec des avantages (parking, navettes, coupe-file...)
- ▶ Préparer très facilement son séjour avec une offre « prête à séjourner »

Plus-value pour les acteurs de la destination :

- ▶ Un travail en partenariat avec d'autres acteurs
- ▶ L'opportunité de conquérir une nouvelle clientèle

4. PARTENAIRES

Les partenaires du projet:

- ▶ Les organisateurs d'événements
- ▶ Hébergements et restaurants correspondant aux attentes de la cible et localisés de façon pratique par rapport aux événements
- ▶ Prestataires touristiques et lieux de visite correspondant aux attentes de la cible
- ▶ Les offices de tourisme.

idée

OFFRE PACKAGÉE VIP AUTOUR D'UN ÉVÉNEMENT

6. CIBLE

Ce produit est destiné à une clientèle qui vient un peu sur la destination mais que les prestataires souhaitent attirer davantage. Ce sont des couples matures (+ de 50 ans) qui ne connaissent pas encore ou peu la destination, qui habitent à plus de 2 heures, avec un niveau de vie confortable, habitués aux week-ends urbains (city break), culturel et aux loisirs pouvant être onéreux. Cette clientèle est à conquérir. En matière de comportement ils recherchent des hébergements et des services très professionnels, avec un certain standing/confort et apprécient de découvrir de nouvelles destinations.

8. CALENDRIER

- ▶ Cette idée peut être mise en place dans un délai raisonnable (1an) mais avec une méthode agile basée sur du test and learn.
- ▶ Il faudra d'abord trouver l'événement le plus porteur pour ce type d'offre, puis concevoir l'offre (contenu du coffret), recruter selon un cahier des charge prédéfini les hébergeurs partenaires de la box. Des questionnaires clients et prestataires permettront de réajuster les offres pour l'année 2.

9. DÉFIS

- ▶ Les challenges qui devront être relevés par les partenaires
- ▶ Bien identifier les événements porteurs pour ce type de clientèle
- ▶ Créer des offres différenciantes avec une véritable connotation vip/privilege
- ▶ Trouver les bons canaux de promotion et de distribution

11. SUIVI & ÉVALUATION

- ▶ Nombre et qualité des événements sélectionnés
- ▶ Nombre de coffrets vendus
- ▶ Evaluation des offres grâce aux questionnaires clients remis systématiquement pour chaque box réservée.
- ▶ Questionnaires de satisfaction aux partenaires de la box (hébergeurs, organisateurs d'événements...)

7. FONCTIONNEMENT

Le client achètera le coffret en ligne lors de la réservation de son hébergement. Cette « box » sera proposée en supplément des nuitées réservées.

Le coffret est remis par l'hébergeur au moment de l'arrivée. Il inclut :

- ▶ Au moins une nuitée
- ▶ Des produits gourmands en lien avec la thématique/ l'identité de l'évènement
- ▶ Des bons d'échange correspondant aux avantages VIP comme par exemple :
- ▶ Une liste de restaurants conseillés avec un code avantage à fournir pour bénéficier d'un apéro offert
- ▶ Un pass coupe file pour accéder à l'évènement à son rythme
- ▶ Une liste de suggestions de visites touristiques libres
- ▶ une vignette pour une place de parking réservée proche de l'évènement
- ▶ des vouchers pour une ou des prestations exclusives pré-réservées de type survol en hélicoptère, cours de cuisine avec un chef...

10. FINANCEMENT

Pour le client l'offre est payante. Cela se traduit par un coût supplémentaire intégré au tarif de l'offre classique de réservation de l'hébergement.

Pour la destination :

- ▶ Coût des outils de communication : kit de communication, publicité sur les lieux de vente, campagne marketing ciblée
- ▶ Ressources humaines : un chef de projet