



idéé
**SPORTS'OPALE: SERVICE DE
 CONCIERGERIE SPORTIVE**

PROTOTYPE AVEC PLAN D'ACTION INTÉGRÉ

1. OBJET

Un service de conciergerie sportive à partir d'une communauté d'experts pratiquants - conseils en face à face, par téléphone, mails personnalisés. Ce service de conseils et de recommandations personnalisés n'existe pas actuellement sur la Côte d'Opale.

Ce produit doit développer l'image d'une destination sportive attractive pour les familles et permettre le travail en réseau entre les professionnels du tourisme et du sport. Il implique les habitants passionnés de sport dans le développement touristique de la destination. Il permettra de développer des partenariats avec des star'ups pour la création et la diffusion de cette nouvelle offre de services.

Ce service innovant facilitera l'organisation des activités sportives pour le visiteur et sa famille en l'accompagnant avant, pendant et après son séjour.

projet soumis par :
 PROFIT

plus d'informations :
WWW.PROFITTOURISM.EU

2. ACTIFS ET RENTABILITÉ

Promesse client:

- ▶ Etre informé avant, pendant et après le séjour sur les activités sportives, les conditions de leurs pratiques, la météo, les hébergements adaptés, les loueurs de matériels...
- ▶ Etre conseillé avant, pendant et après le séjour pour planifier au mieux son voyage et organiser le planning de toute la famille, avoir le cas échéant une prise en charge de tout le séjour avec l'intervention d'un sport planner pour les réservations.

Plus-value pour les acteurs de la destination :

- ▶ Un travail en partenariat avec d'autres acteurs
- ▶ Un service dédié pour la pratique sportive dans la destination
- ▶ Plus de visibilité des offres d'activités sportives
- ▶ Une offre de séjour complète alliant pratique sportive, hébergement, restauration, vente et location de matériels.

3. FACTEURS DE RÉUSSITE

Les facteurs clés de succès:

- ▶ Un portage fort du projet : un chef de projet désigné et une équipe projet affectée
- ▶ L'identification, la mobilisation et l'animation de la communauté d'experts pratiquants locaux
- ▶ Une adhésion des collectivités et du réseau des offices de tourisme au projet
- ▶ L'adéquation à la cible du projet : trouver des ressources sur la connaissance de ces clientèles
- ▶ La définition d'un planning de mise en œuvre du projet et de son suivi

4. PARTENAIRES

Les partenaires du projet:

- ▶ Les prestataires d'activités sportives et clubs
- ▶ Des start-ups
- ▶ Le service des sports des collectivités locales : Conseil départemental et EPCI.
- ▶ Les offices de tourisme



5. COMMUNICATION

- ▶ Un kit de communication : des textes, des visuels, logos pour diffuser auprès de tous les partenaires du projet afin d'avoir une communication homogène
- ▶ Une animation des réseaux sociaux à travers des jeux concours
- ▶ Une publicité sur Les lieux de Vente à mettre chez tous les partenaires impliqués
- ▶ Une communication en lien avec les événements sportifs
- ▶ Une communication dans les magazines spécialisés et sur les sites communautaires sportifs.

7. FONCTIONNEMENT

Ce produit aura les caractéristiques suivantes pour le client :

- ▶ Un site mobile comprenant les grandes fonctionnalités de type:
- ▶ Un module contact avec un expert (à terme un « sport planner »)
- ▶ Une communauté en ligne avec possibilité de rentrer en contact
- ▶ Un service conseil en ligne avant et pendant le séjour
- ▶ Un conseil en face à face pendant le séjour
- ▶ Une communauté d'experts pratiquants sportifs passionnés de sports et ambassadeurs de la destination

9. DÉFIS

Les défis qui devront être relevés par les acteurs:

- ▶ Bien identifier les attentes des clientèles sportives
- ▶ Mettre en réseau l'ensemble des acteurs concernés
- ▶ Proposer aux clients un service simple dans son utilisation
- ▶ Mobiliser de la ressource locale d'experts pratiquants sportifs pour répondre aux sollicitations des clients

11. SUIVI & ÉVALUATION

- ▶ Evaluation de l'intérêt de la clientèle cible grâce au questionnaire distribué par les opérateurs d'activités sportives
- ▶ Nombre d'experts pratiquants mobilisés
- ▶ Nombre de connexion au site mobile
- ▶ Sur le module commercialisation : chiffre d'affaire engendré par le site mobile

6. CIBLE

Ce produit est destiné aux familles sportives des marchés éloignés (à plus de 2 heures de route). Cette clientèle est à conquérir. Ils sont jeunes entre 30 et 50 ans avec enfants. Ils sont passionnés par une ou plusieurs activités sportives et souhaitent pratiquer leurs sports préférés pendant leur séjour de manière individuelle. Ils peuvent être intéressés par des activités sous la forme de stage pour leurs enfants. Ils souhaitent aussi pouvoir pratiquer certains sports en famille.

8. CALENDRIER

Le service demande du temps pour sa mise en œuvre et une méthode agile basée sur du test and learn :

- ▶ Une phase d'observation sur les comportements et attentes des clientèles sportives
- ▶ Développer un premier service pour le tester avec les clients
- ▶ Réajuster le cas échéant pour que l'offre soit la plus adaptée possible aux attentes clients
- ▶ Le site complet sera développé lorsque le besoin client sera pleinement identifié.

10. FINANCEMENT

Pour le client le service est gratuit pour toute la partie information et conseils. Il pourrait être payant pour la partie réservation en ligne ou organisation d'un séjour clé en main avec l'intervention d'un « sport planner » sous forme de pourcentage affecté au prix du séjour.

Pour la destination :

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