



Livradois- Forez

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE



PÔLE MARKETING PROPOSITION D' ACTIONS 2021

**Commission marketing#5 du 14 décembre
2020**

Ordre du jour :

Préambule : Action de soutien aux restaurateurs

1. Le nouveau plan marketing 2022/2024
2. La stratégie de communication digitale
3. Le déploiement du code de marque
4. Le magazine vacances et loisirs Livradois-Forez#3
et la nouvelle carte tourisme & patrimoine
5. Le site internet
6. Les relations-presse
7. Les autres opérations de promotion ciblées
8. Développement de la marque « Livradois-Forez » par le syndicat mixte
du Parc

Questions diverses



Action de soutien aux restaurateurs

Campagne Facebook de médiatisation

Dispositif mis en place

Récapitulatif du dispositif :

- Collecte des initiatives à partir d'un formulaire (descriptifs/photos/etc.)
- Campagne « réseaux sociaux » jusqu'à la fin de l'année, sur la page Facebook "informations locales" de la Maison du tourisme (et relai des informations sur le groupe FB pro)

Proposition de médiation de la campagne :

- Un Post/jour et par restaurant participant au dispositif (Post non sponsorisé)
- Une campagne publicitaire hebdomadaire thématique sponsorisée (automatisée du dimanche au jeudi)
- Une campagne « week-end » sponsorisée (automatisée du jeudi au samedi)

Portée de l'audience sponsorisée : 750 000 personnes

Dispositif mis en place

L'activation et calendrier de mise en place :

- Un thème « semaine »
- Un thème « week-end »

Avec lien de renvoi sur la page de présentation des 33 restaurants "partenaires" qui proposent des plats à emporter :

<https://www.vacances-livradois-forez.com/sejourner/se-restaurer/restauration-plats-a-emporter/>

Démarrage : semaine 49 pour les « Posts individuels », et dès réception et transmission des formulaires.

Poursuite du dispositif jusqu'aux 31/12/2020 ("réveillons de Fête" à emporter)

> Un référencement SEO (optimisé pour les moteurs de recherche) qui arrive en 1ère place sur la requête "#platà emporterLivradois-Forez"

>17 restaurants qui nous ont relayé leurs initiatives

— **Le nouveau plan
marketing**

2022-2024



SYNTHESE DE LA STRATEGIE MARKETING 2018-2020

Développer collectivement la visibilité générale de la destination

- Parler d'une nouvelle façon de la destination et s'approprier collectivement ses « codes » de marque
- Développer le partenariat entre les acteurs locaux et la Maison du tourisme
- Créer de nouveaux supports de documentation touristique attractifs

Organiser la destination autour de nouvelles expériences

- Organiser l'offre touristique autour de « nouvelles expériences »
- Développer le site internet et créer un blog valorisant davantage les « expériences »
- Mettre en place des opérations de promotion originales et pertinentes

Développer des contacts qualifiés et personnaliser la « relation-client » avant, pendant et après le séjour

- Observer et mieux connaître les clientèles
- Récolter, centraliser, qualifier les données-clients (outil de « Gestion Relation Clients » pour gestion des contacts)
- « Pousser » les offres du Livradois-Forez, adaptées au client, voire personnalisées (actualité, saison, tendance de consommation, etc.)

Transformer ensemble les prospects en clients

- Développer la vente en ligne
- Développer un outil de fidélisation des clients pour les rendre « ambassadeurs » de la destination
- Commercialiser des offres pour les « groupes »

SYNTHESE DE LA STRATEGIE MARKETING 2018-2020



Développer collectivement la visibilité générale de la destination

- Parler d'une nouvelle façon de la destination et s'approprier collectivement ses « codes » de marque
- Développer le partenariat entre les acteurs locaux et la Maison du tourisme
- Créer de nouveaux supports de documentation touristique attractifs



> Code de marque : boîte à outils "graphique"
(Stickers, icotype, covers Facebook ...)



SYNTHESE DE LA STRATEGIE MARKETING 2018-2020



S'immerger dans l'univers de la coutellerie thiernoise



Tentez de nouvelles expériences à sensation !

Organiser la destination autour de nouvelles expériences

- Organiser l'offre touristique autour de « nouvelles expériences »
- Développer le site internet et créer un blog valorisant davantage les « expériences »
- Mettre en place des opérations de promotion originales et pertinentes



> Evolution vers la rubrique actuelle "les incontournables" (31 expériences)

SYNTHESE DE LA STRATEGIE MARKETING 2018-2020



Développer des contacts qualifiés et personnaliser la « relation-client » avant, pendant et après le séjour

- Observer et mieux connaître les clientèles
- Récolter, centraliser, qualifier les données-clients (outil de « Gestion Relation Clients » pour gestion des contacts)
- « Pousser » les offres du Livradois-Forez, adaptées au client, voire personnalisées (actualité, saison, tendance de consommation, etc.)



SYNTHESE DE LA STRATEGIE MARKETING 2018-2020

Transformer ensemble les prospects en clients



- Développer la vente en ligne
- Développer un outil de fidélisation des clients pour les rendre « ambassadeurs » de la destination
- Commercialiser des offres pour les «groupes »



- > Développement de la réservation "en ligne" (OpenSystem, passerelles avec autres solutions,etc.)
- > Mise en place du tunnel d'achat avec veille de la consommation (date séjour, panier moyen, etc.)

Elaboration d'un nouveau plan marketing 2022-2024

- Cahier des charges pour consultation (février)
- Rendu phase 1 : audit du plan marketing 2018-2020 (fin juin)
- Rendu phase 2 : enquête de clientèles/prospects
- Rendu phase 3 : plan marketing 2022/2024 (octobre)

- > **observation des évolutions techniques et sociétales**
- > **intégration des évolutions des "métiers" touristiques**
- > **préconisations de développement**

La stratégie de communication digitale



Les réseaux sociaux 2018-2020

Objectifs :

- développer le trafic du site internet via les réseaux sociaux (passer de 2000 à 6000 connexions)
- augmenter la visibilité des pages et articles des différents médias sociaux



Facebook

- création d'une page unique Facebook pour les vacanciers (regroupement des 2 pages actuelles pour en faire la page de « destination »)
- développement de publication valorisant : les expériences, les séjours forfaitisés par les acteurs touristiques, les actions menées pour chacune des filières
- création d'un page Facebook ouverte pour les habitants valorisant les animations locales

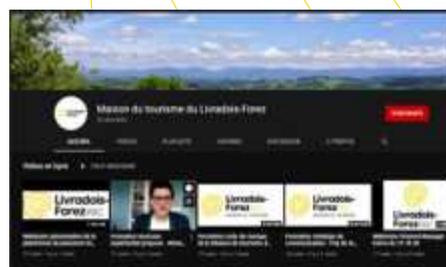
Instagram

- valorisation des photographies

- > **Création de deux pages Facebook distinctes : "Destination" et "Informations locales"**
- > **Mise en place d'un groupe Facebook pro**
- > **Mise en place du compte Instagram**

Les réseaux sociaux 2018-2020

RÉSEAUX SOCIAUX	INDICATEURS	2020	2019	2018	ÉVOLUTION
Facebook Page destination	Abonnés	2 460	1 695	1 416	+ 45 %
	Likes	2 029	1 629	-	+ 25 %
Facebook Page animations	Abonnés	1 723	1 063	961	+ 62 %
	Likes	1 668	1 052	-	+ 58 %
Youtube	Vidéos vues	7 614	4 768	3 627	+ 59 %
Instagram	Abonnés	491	238	-	+ 106 %



— Mise en place d'une stratégie de communication digitale

- Appel d'offre en cours pour formation
- Formation (décembre 2020 à février 2021) avec accompagnement ("points d'étape" deux fois par an)
- Elaboration d'une stratégie rédactionnelle et promotionnelle sur 3 ans sur les réseaux sociaux (Facebook/Instagram)
- Conseil sur le programme éditorial des contenus (newsletters)
- Veille des opportunités de renvois sur le site internet (achats, médiatisation sur sites annexes, partage de contenus, etc.)

- > **internalisation des compétences**
- > **affinage des messages (clients, période ...)**
- > **stratégie financière**

Le déploiement du code de marque



— Définir et animer la stratégie d'image de marque du Livradois-Forez

- Poursuivre le déploiement de la marque "Livradois-Forez" auprès des 30 partenaires "prioritaires" du Livradois-Forez (kit utilisateur, tutoriel "vidéo" de présentation)
- Créer de nouveaux outils de valorisation de la marque Livradois-Forez (ex : mur d'images "photo call") et évolution de la "boîte à outils" (photos saisonnières, vidéos ...)
- Aider les partenaires à gagner en performance de communication par le biais de "formations-conseil" (4 sessions : stratégie sur Facebook, éditeur graphique Canva, savoir se référencer avec Google My Business, mieux utiliser son fichier-clients, éditeurs de sites internet)

- > **mettre à disposition des ressources iconographiques**
- > **aider les partenaires à savoir mieux se promouvoir**

Le magazine
vacances et loisirs
Livradois-Forez#3

La nouvelle carte
tourisme & patrimoine



Le magazine#3 Vacances et loisirs en Livradois-Forez

- Réalisation du magazine de destination#3 en cours : sortie prévue en mars 2021
Thème du grand reportage : le patrimoine architectural
Tirage : 40 000 exemplaires
- Partenariat de diffusion (Mag 2 Lyon et Tout Clermont)
- Diffusion d'une affiche d'annonce de sortie du magazine
- Création de présentoirs "mag" à diffuser chez les partenaires

> préparatifs pour le mag#4 dès l'été 2021

— La nouvelle carte tourisme & patrimoine

- Un nouveau concept graphique pour la carte tourisme & patrimoine

Des plans de ville (Ambert, Thiers, Billom, Lezoux, Courpière, La Chaise-Dieu), des images connectées (médiathèque d'offres et de services : réserver en ligne un billet de spectacle, regarder une vidéo, etc.)

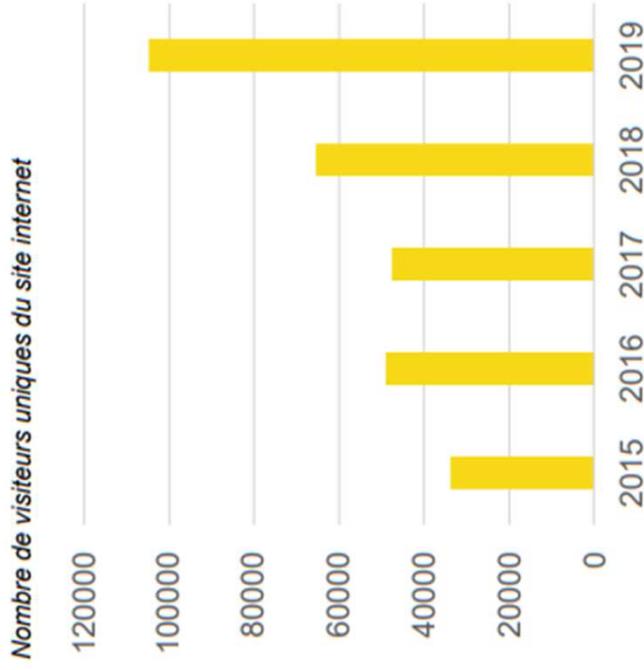
Tirage : 25 000 exemplaires

Sortie prévue au 2eme trimestre 2021

Le site internet



Site internet vacances-livradois-forez



	2017	2018	2019
Nombre utilisateurs uniques	47 660 (- 3 %)	65 473 (+ 37 %)	104 818 (+ 60 %)

UN NOUVEAU SITE INTERNET 105 000 VISITEURS UNIQUES (+ 60 %)

- Date de mise en ligne : 09 juillet 2019
- Les évolutions du site : un nouveau design, une nouvelle arborescence, un blog, une rubrique dédiée aux « expériences », un espace « pro », etc.

MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

- Définition des 108 mots-clés prioritaires définissant les requêtes des internautes en lien à la destination
- Veille/évolution des mots-clés de la destination et ajustements des contenus sur le site internet

RÉPARTITION DU TRAFIC PAR TYPE D'APPAREILS



	2017-2018	2018-2019	%
Smartphone	21 972	40 363	35%
Tablette	3 230	4 451	51%
Desktop	6 473	9 748	51%

Coordonner la stratégie d'image de marque du Livradois-Forez : le site internet

- Evolution des contenus (rubriques les incontournables, pages séjours, déclinaison été/hiver)
- Evolution des fonctionnalités (Bot/Chat, vente en ligne de séjours packagés)
- Traduction du site internet (GB)
- Développement du référencement [agence Cybercité]
- Mise en place et suivi des indicateurs de performance du site internet

— **Les relations** presse



Coordonner la stratégie d'image de marque du Livradois-Forez : les relations-presse (contrat de 3 ans passé avec l'agence "Qui Plus Est")

- Développer les relations-presse nationales (Top 10 "médias") [agence Qui Plus Est]
- Contribuer aux réalisations des communiqués de presse et des dossiers de presse
- Développer les relations-presse locales (liens réguliers auprès des rédactions régionales et locales, accueil des journalistes)

> Top 10 : TF1(JT), France 2 (Télématin), France 3 (Des racines et des ailes), Le Point ou l'Express, Le Monde ou Le Figaro, France Inter ou France Info, Elle (Rhône-Alpes), Géo ou Détours en France

> en 2020 : France 2 Impressions d'Ailleurs : "ça ressemble aux toundras de Montgolie ... Ls Hautes-Chaumes du Forez" ;

France 3 : escapade d'été à Lezoux ...



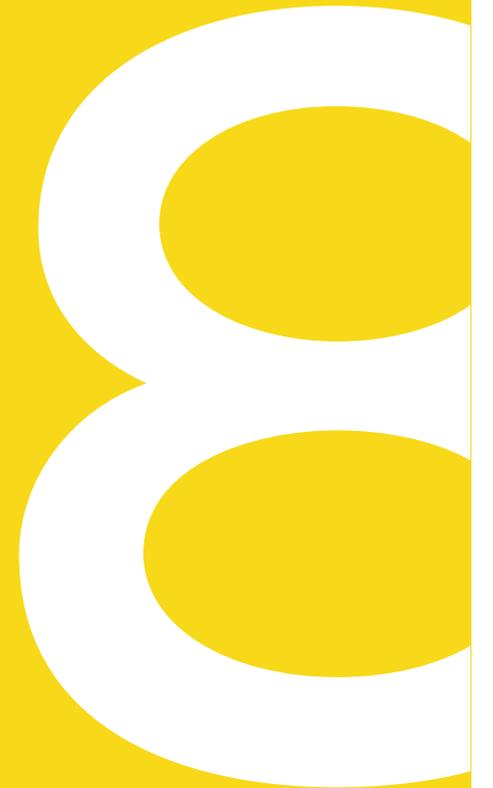
Les autres opérations ciblées de promotion

De communication et de promotion

- Présence au salon du Randonneur à Lyon
- Présence promotionnelle auprès des organisateurs de festivals et d'événementiels du territoire (Festival Coutellia, Word festival d'Ambert, ...)
- Mise en place d'un plan "neige" (hiver 2021/2022) en coordination avec les collectivités

> Mise en place d'un groupe de travail pour la création d'un "pass" à l'échelle du Livradois-Forez

— Développement de
la marque
« Livradois-Forez »
par le syndicat mixte
du Parc



Questions diverses

Annexes

- Retrouvez l'espace "presse" du Livradois-Forez (Replay émission TV, dossiers de presse pro, etc.) : <https://www.vacances-livradois-forez.com/espace-presse/espace-presse-1/>
- Pour découvrir CANVA (éditeur de designs professionnels) : <https://latelierduformateur.fr/tutoriels-canva/>
- Pour ouvrir un compte et utiliser gratuitement CANVA : https://www.canva.com/fr_fr/
- Pour voir ou revoir en Replay toutes les 3 formations proposées cette année par la Maison du tourisme (1-Tourisme expérientiel /2-Stratégie de communication / 3-Code de marque) : <https://www.vacances-livradois-forez.com/espace-pro/les-services-aux-partenaires-de-la-maison-du-tourisme/support-datelier-et-formation/>

Merci de votre attention

Joyeuses Fêtes et prenez bien soin de vous !

