

ANNEXE CT-E : STRATÉGIE DE CONTENU INITIALE ADAPTÉE AUX SHORT-BREAKERS VOYAGEANT EN GROUPE

En phase avec l'étude du *SINUS Institute*, la stratégie de contenu initiale développée pour le projet Marketing Digital guide dans la création de contenus utiles, pertinents et émotivement captivants pour les cibles « individuelles ». Chaque contenu satisfait les besoins et les objectifs stratégiques identifiés de manière à engager les utilisateurs dans les étapes du *Parcours client* qui les intéressent.

Parcours client



Grande Région, Stratégie de contenu initiale, PowerPoint, Crosse Media Redaktion, janvier 2020.

Stratégie de contenu initiale : Résumé

OBJECTIFS	MANQUES DE CONTENU	GROUPE CIBLES	BESOINS DE COMMUNICATION
Quel est l'objectif de notre stratégie de contenu ? Quel est le but à atteindre ?	Quels contenus existent déjà ? Quels contenus sont à créer ?	Quels groupes cibles conviennent à la Grande Région et aux différentes parties prenantes ?	Quels sont les besoins de communication des groupes cibles de la Grande Région ? Faut-il enrichir des contenus à des manières différentes ?

GROUPE DE SUJETS	FORMATS DE CONTENU	CANAUX
Peut-on grouper les sujets ?	Quels formats conviennent à représenter les régions de la Grande Région ?	Quels canaux existent ? Sur quels canaux nous diffusons les contenus ?

Grande Région, Stratégie de contenu initiale, PowerPoint, Crosse Media Redaktion, janvier 2020.

Pour le bien de notre mandat, cette stratégie de contenu basée sur l'offre individuelle a été partiellement adaptée pour répondre aux spécificités de l'offre de « groupes ». Cette version adaptée prend compte des orientations initiales et intègre les axes de communication spécifiques au Short-Breakers voyageant en groupe.

STRATÉGIE DE CONTENU INITIALE ADAPTÉE AUX SHORT-BREAKERS VOYAGEANT EN GROUPE

OBJECTIFS	MANQUE DE CONTENU	GROUPES CIBLES	COMMUNICATION
<p>Le contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> Satisfait aux exigences des Short-Breakers qui voyagent en groupe, des associations et professionnels du tourisme qui démarchent les groupes Est utilisable sur divers canaux Est inspirant Est de qualité <p>Le contenu est mis à disposition de tous les partenaires et leurs sous-partenaires</p>	<p>Certains partenaires positionnent déjà l'offre de groupes avec des contenus de type HELP ou essentiels enrichis.</p> <p>Le contenu produit sera majoritairement de type HUB. Plus riche, il s'adresse droit aux Short-Breakers avec des histoires qui le séduisent et l'engage via des outils multimédias.</p> <p>Un minimum de contenu de type HELP sera également créé pour enrichir l'expérience de navigation.</p>	<p>Short-Breakers</p> <ul style="list-style-type: none"> Excursions 1j (day trip), séjours 1 à 4j En couple, en famille (groupé) Inspiration <p>Réalisés quelques fois par année, parfois dans le cadre d'événements, ces petits voyages de découvertes locales leurs permettent de s'évader de la vie quotidienne</p> <p>« Je préfère faire plusieurs courts séjours qu'un voyage d'une durée plus longue. »</p>	<p>Du contenu qui met l'accent sur : Short-Breakers</p> <ul style="list-style-type: none"> L'expérience, l'offre et sa diversité (« plusieurs courts séjours ») <p>Les attentes essentielles en matière de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> Clarté, sans ambiguïté Non-manipulatrice Bienveillante, inspirant la confiance, fiable Harmonieuse Ordonnée, classifié <p>Préférence de style et de langage :</p> <ul style="list-style-type: none"> Direct, fiable, inspire la confiance Langage simple, sans prétention, non tapageur Echo à ce qui est connu Exemples parlants Conseils & astuces Orientation claire Cadre à suivre <p>Langage visuel :</p> <ul style="list-style-type: none"> Harmonieux, chaleur humaine, confiance, sécurité, du pays natal Mise en scène conventionnelle et traditionnelle avec l'image Idyllique du « monde parfait » Esthétique sobre
GROUPES DE SUJETS	FORMATS DE CONTENU	CANAUX	
<p>Toile de fond</p> <p>L'expérience groupes, ses caractéristiques uniques.</p> <p>Sujets :</p> <ul style="list-style-type: none"> Escapade citadines / Inter-villes Actif et Expérience en nature : Ardennes, plages, montagnes, bien-être Voyages culinaires (saveurs) Culture / Mémoire Particularités locales <p>Inspire :</p> <p>La découverte à proximité « à tant à offrir », le local, la détente, le confort la beauté de la nature, la gentillesse des gens, la fierté des spécialités locales, l'exclusivité, la richesse et la valeur ajoutée de de l'offre de groupes, la paix d'esprit, la sécurité.</p>	<p>L'expérience peut être vécue. Elle fait partie de l'expérience offerte aux groupes.</p> <p>Elle peut être racontée par l'intermédiaire d'une personne concernée par l'expérience (guide, artisan, organisateur de voyage, conservateur, propriétaire)</p> <p>Short-Breakers (HUB)</p> <ul style="list-style-type: none"> Une journée avec XY Les dessous de X avec XY Rendez-vous culinaire avec XY X incontournables de XYZ L'histoire de XY à X Une expérience nature, culture, culinaire, bien-être, de mémoire. 	<p>Prioritaires :</p> <p>Site web touristique de la Grande Région : www.tourismus-grossregion.eu (En construction)</p> <p>Plus particulièrement : la section dédiée à l'offre de groupes (À venir)</p> <p>Secondaires :</p> <p>Site web, réseaux sociaux et newsletter des partenaires et des prestataires</p> <p>Les médias écrits, papier et digitaux.</p>	