

La demande

Le CRT et votre CDT dispose certainement de données.

S'il n'existe pas d'études spécifiques au territoire ou au département, comment faire pour évaluer la demande et/ou la satisfaction ?

Quelques astuces :

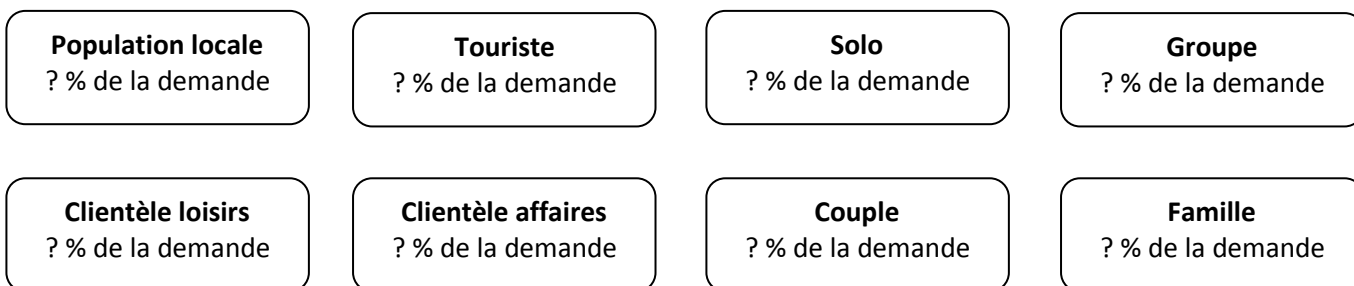
- Réaliser une enquête clientèle
- Faire appel aux prestataires sur le territoire et les interroger sur leur ressenti. Sous entendu qu'ils aient été sensibilisés au préalable.
- Utiliser les statistiques de Sirtaqui concernant les demandes d'information sur la restauration « traditionnelle », les marchés, les producteurs, ...

Toutes ces astuces permettront d'affiner le profil de clientèle sensible aux produits

Quelle est la demande actuelle ?

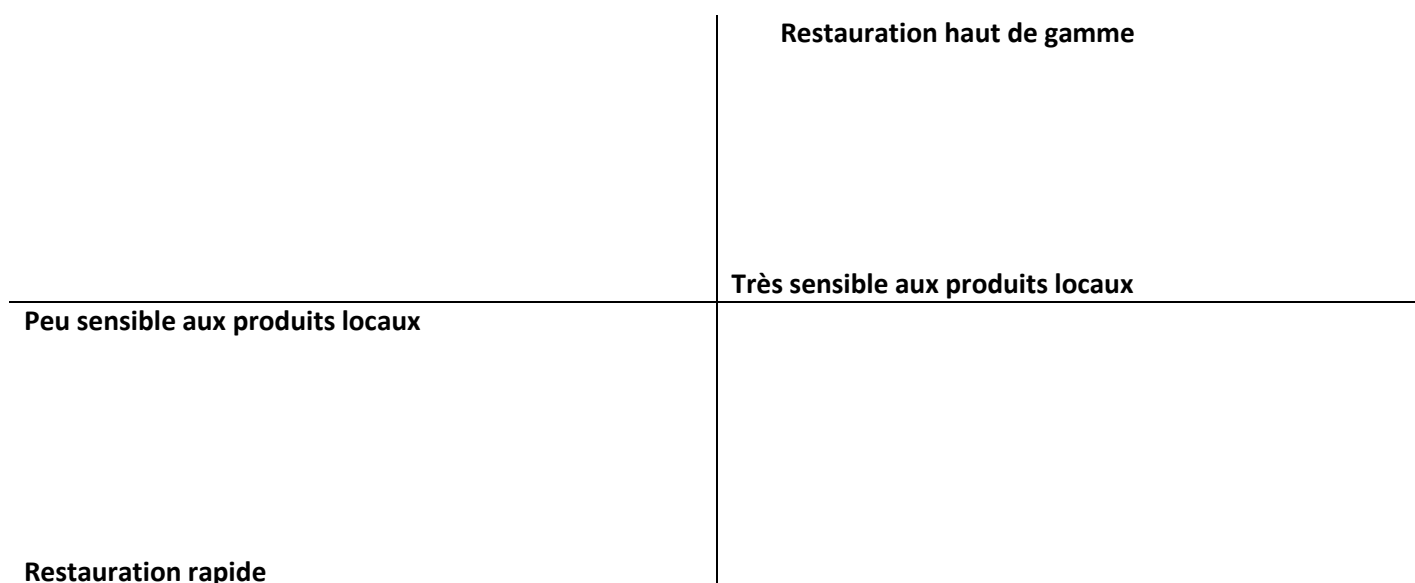
→ Dresser le profil des visiteurs et touristes de mon territoire

Quelle est la clientèle des restaurants de mon territoire ?



...

Quels sont les différents profils des consommateurs dans les établissements de mon territoire ?



Grâce à différentes matrices, il est possible d'affiner les caractéristiques existantes de la demande et ainsi déterminer les actions à mettre en place.

- Cette matrice permet de déterminer les caractéristiques de la demande sur mon territoire en fonction des types de profil : les touristes / la population locale de mon territoire consomment-ils au restaurant, plutôt seul, en couple, en groupe ou en famille ?

Touriste			
		En groupe	Famille
Seul	En couple	Population locale	

- Ces 2 matrices permettent de déterminer la sensibilité au prix de la demande sur mon territoire en fonction des types de clientèle : population locale / touriste ou clientèle affaire / clientèle loisirs.
Est-ce que la population locale est sensible au prix ? ou encore, est-ce que ma clientèle affaires est très sensible au prix ?
Aide pour déterminer la sensibilité au prix de la demande : parmi les restaurants au fort taux de remplissage, relever les prix pour avoir une estimation de la fourchette de prix.

Touriste			
		Forte sensibilité au prix	
Faible sensibilité au prix		Population locale	

Clientèle affaires

Forte sensibilité au prix

Faible sensibilité au prix

Clientèle loisirs

- Cette matrice permet de mesurer l'importance des traditions ou de l'innovation pour les touristes ou la population locale

Ouverture à l'innovation

? % de la demande

? % de la demande

Touriste

Population locale

? % de la demande

? % de la demande

Fort degré d'attachement aux traditions culinaires

→ Après avoir étudié la demande un peu plus précisément, il est possible de déterminer les adéquations, et ainsi déterminer quelles sont les adaptations qu'il est nécessaire de faire pour assurer le succès de la mise en place d'un projet.