

Stratégie de promotion & Démarche qualité

Retour d'expérience sur le


printemps-des-landes



Les Comités Départementaux du Tourisme et
les Agences de Développement et de Réservation Touristiques
présentent

L'accélérateur de tourisme

Agir pour la croissance du tourisme français : l'engagement de tout un réseau

Les agences départementales disent **OUI** à un développement touristique
partenarial et concerté, au service des hommes et des territoires.

Elles ont conçu **une gamme de services**, en 3 étapes, adaptée à chaque projet.

ÉTAPE

1

Créer, développer,
positionner son offre



Accompagnement
Développement

Veille
Statistiques

Qualité

Promotion
Communication

Relations
presse

Marketing

Production

Partenariats
de distribution

Accompa-
gnement
de la mise
en marché

Information

Mise en
réseau

ÉTAPE

2

Faire connaître
son produit / sa destination



ÉTAPE

3

Gagner des clients,
développer
son chiffre d'affaires



Prospection - Conseil - Vente
(en agence de réservation)



Réseau National
des Destinations
Départementales

Le Comité Départemental du Tourisme des Landes

Une équipe de 24 personnes
Un président, un directeur et 4 pôles

Pôle Administratif

**Pôle
développement des
produits**

**Pôle Supports de
communication**

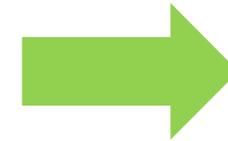
**Pôle
Développement des
marchés**



Observatoire
Mission qualité
Animation du concours villes
et villages fleuris
Classement des meublés
Labellisation Clévacances
Labellisation Tourisme et
Handicap
Animation du réseau des OT
...



Animation du réseau
SIRTAQUI
Editions
Site Internet
www.tourismelandes.com
www.plageslandes.com
Application mobile les Landes
Réseaux sociaux
...



COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DES LANDES
qualite@cdt40.com - www.tourismelandes.com

Le Pôle Développement des Marchés

- Dynamique des **Clubs** lancée en 2010
- Autour des **10 filières d'excellence** ou thématiques prioritaires pour les Landes :
Littoral, nature, surf, golf, thermalisme, art de vivre, tourisme d'affaires, hôtellerie de plein air et mise en marché, événementiel (Printemps des Landes)
- **Partenariat** public-privé avec la règle des 50/50
- Répondant aux **objectifs de la destination Landes** et complémentaires aux plans d'actions individuels
- Une organisation en « **mode projet** » sur diverses actions



Genèse du Printemps des Landes

- Une problématique:
« Comment développer la fréquentation touristique sur les ailes de saison? »
- Etude de Clientèle
- Identification des Forces et Faiblesses
- Le choix de l'événementiel > Un vecteur d'image
- Une opportunité
L'événement est expérimental, souple, progressif et peut évoluer à chaque édition
- 3 Actions phares > **Fédérer** /// **Mobiliser** /// **Organiser**



Stratégie et rouages : les partenaires

Offices de Tourisme & Prestataires d'activité

Organisation
de Comités de
Pilotage
+
Création du
programme
d'animations
+
Sollicitation du
réseau de
prestataires
+
Engager le
territoire dans
une
dynamique
globale

Hébergeurs

Invitation à
entrer dans la
démarche
collective
+
Création de
convention de
partenariat
autour d'une
stratégie séjour
avantage
+
Valorisation
médiatique
+
Gîtes de France

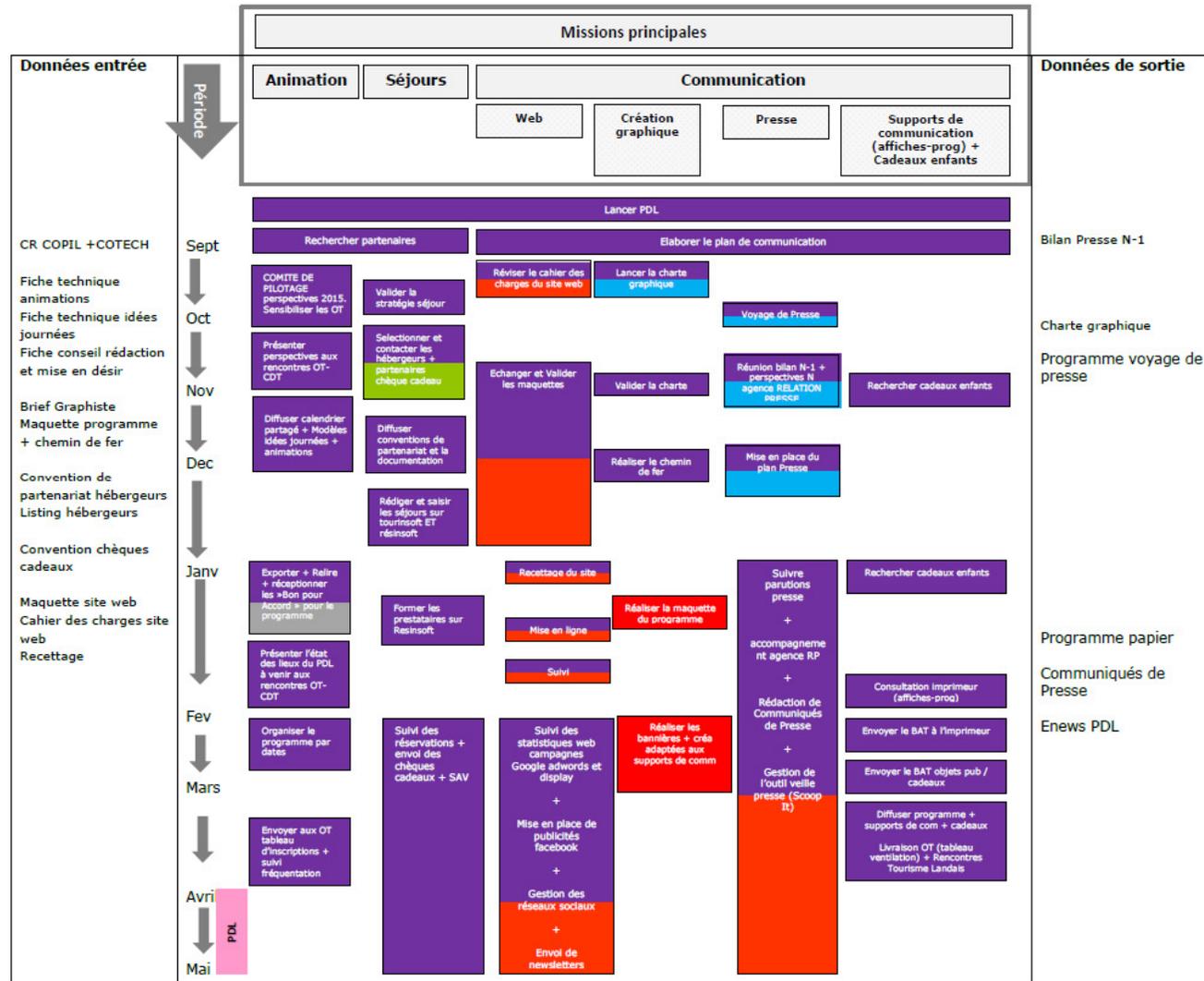
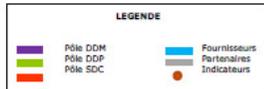
Fournisseurs

Agence de
presse
+
Agence de
Communication
+
Suivi
référencement
+
Fournisseur
objets cadeaux
+
Imprimeurs

Pôles CDT40 « Mode projet »

Organisation
de Comités
Techniques
+
Suivi
réservation en
ligne
+
Suivi
Tourinsoft
+
Suivi
participation
hébergeurs
Clévacances
+
Presse

L'événement à travers le Processus



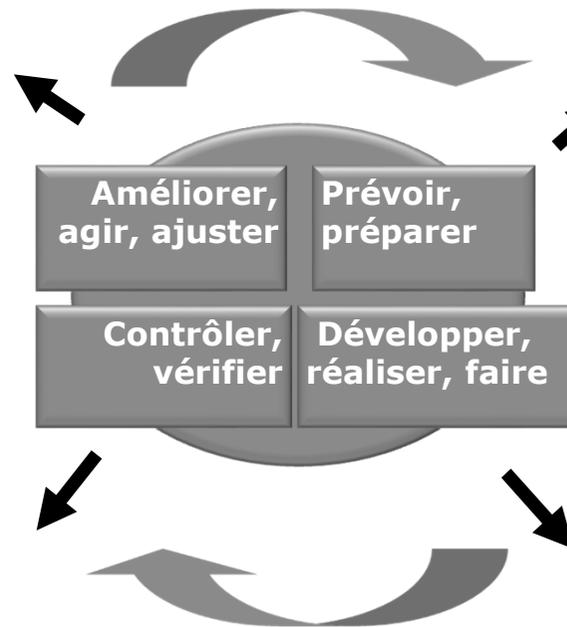
Exemple concret à travers les séjours

4 - Améliorer de manière continue (act)

Actions correctives
Amélioration continue

3 - Mesurer (Check)

Analyse et bilan:
Fréquentation du site
Taux de réservation en ligne
Temps de travail estimé (gestion du temps)
Chiffre d'Affaire généré



1 - Planifier (Plan)

Mise en place de la stratégie séjours:
Sensibilisation des hébergeurs
Conventions
Partenariats
Saisies sur les bases et formations aux outils

2 - Mettre en œuvre (do)

Suivi de l'opération
Enregistrement des réservations
SAV

En résumé

Un processus à la fois



- Outil de travail au **quotidien**
- Révélateur d'une **dynamique de travail collective** et transversale
- En continuelle évolution ... et témoin d'une **amélioration continue**
- Outil dérivé en « **procédure** » pour les Offices de Tourisme dans le cadre de la démarche Qualité

A vos questions !

Merci de votre attention

