

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

# RESTEZ CONNECTÉS

LES  
RENDEZ-VOUS  
DU CRT

PROVENCE



alpes

CÔTE D'AZUR

FRANCE

RÉGION  
SUD  
PROVENCE  
ALPES  
CÔTE D'AZUR



COMITÉ  
RÉGIONAL  
DE TOURISME



# RENDEZ-VOUS DU CRT N°5

« Key Performance Indicator » (KPI)

## BIEN CHOISIR SES INDICATEURS POUR EVALUER SES RESULTATS

# CE RENDEZ-VOUS

---

## Principes de fonctionnement

### Pourquoi ?

- ✓ Pour mieux piloter sa stratégie marketing et commerciale
- ✓ Pour optimiser ses performances

### Qui ?

- ✓ Pour les destinations mais aussi pour les prestataires touristiques

### Comment ?

- ✓ Un intervenant expert qui va vous apporter des conseils pratiques, des outils, des méthodes et des cas d'études précis
- ✓ Des échanges (questions/réponses) et un partage d'expériences avec votre participation

### Quand ? Et où ?

#### **3 dates – 3 lieux dans la région**

Lourmarin le 12 novembre 2019

Gap le 13 novembre 2019

Puget sur Argens le 14 novembre 2019





RDV DU CRT N°5

# EXEMPLES D' ACTIONS DU CRT EN MATIERE D' EVALUATION

RDVF 2019  
FAIRGUEST  
EXPEDIA

# L'ÉVALUATION AU CRT

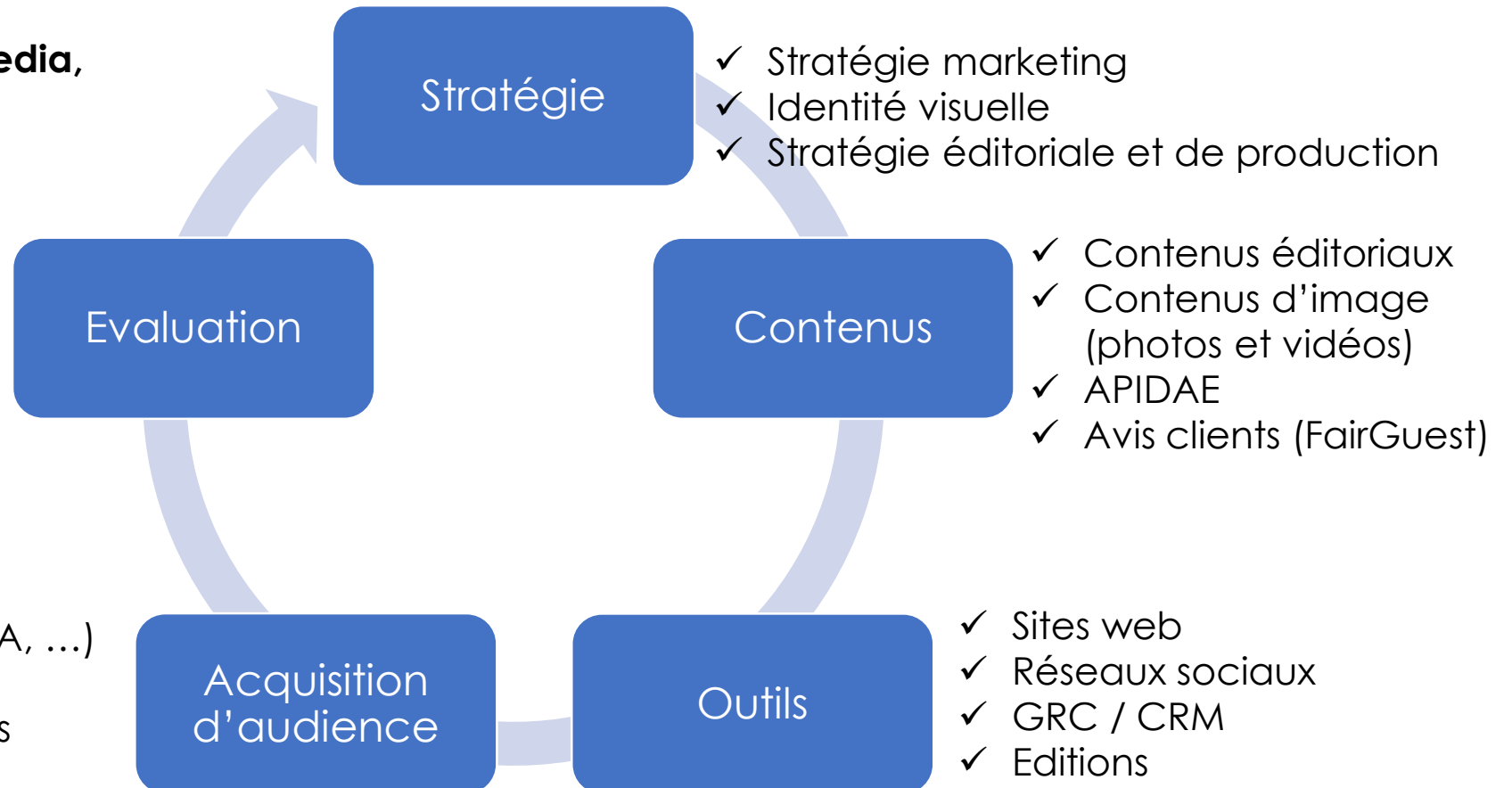
Une place de + en + importante dans la stratégie du CRT

## Une Evaluation qui s'adapte aux types d'action

- BtoB ou BtoC
- Digitale
- Presse
- Intermédiation
- Stimulation des ventes (Expedia, Hôtel.com...)
- Évènementiel

- ✓ **Audience**
- ✓ **Engagement**
- ✓ **Retombées**

- ✓ Référencement (SEO, SEA, ...)
- ✓ Marketing direct
- ✓ Campagnes publicitaires
- ✓ Évènementiel



# EXEMPLE : RENDEZ-VOUS France 2019

## Bilan organisationnel + l'évaluation de la programmation avant/après l'évènement



SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE, AVANT, APRÈS

### RÉSULTATS ENQUÊTE DE PROGRAMMATION DE LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR

**93%**

PROGRAMMAIENT DÉJÀ UN SÉJOUR DANS UN AU MOINS UNE DESTINATION DE LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR AVANT LE SALON

**48%**

DÉFINISSENT LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR COMME UNE DESTINATION GLOBALE AVEC DIFFÉRENTES DIMENSIONS

**73%**

SOUHAITENT RENCONTRER DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DE PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR DANS LE CADRE D'UN ÉDUCTOUR

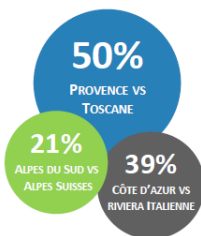
#### LA PROGRAMMATION PORTE SUR

LA THÉMATIQUE : CULTURE **63%**

LA CLIENTÈLE : INDIVIDUELLES **61%**

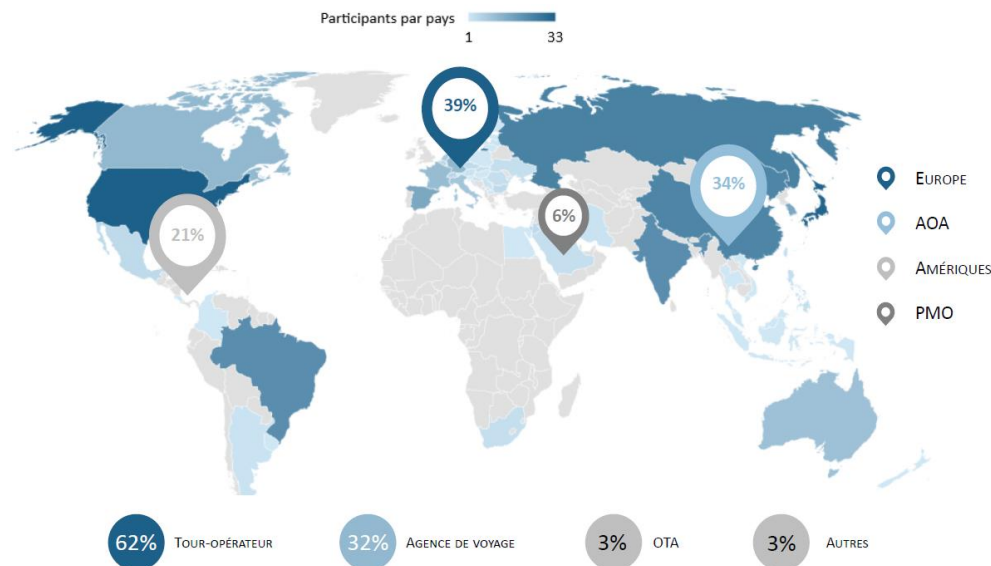
LE TERRITOIRE : CÔTE D'AZUR - NICE **80%**

LA SAISON : ÉTÉ **85%**



#### LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

	+	-
DIVERSITÉ DE L'OFFRE	72%	NIVEAU DE PRIX 55%
ART DE VIVRE	67%	ACCESSIBILITÉ VERS LA DESTINATION 48%
PATRIMOINE HISTORIQUE ET CULTUREL	56%	ACCÈS À L'INTÉRIEUR DE LA RÉGION 42%
PAYSAGE	55%	QUALITÉ DES HÉBERGEMENTS 27%
CLIMAT	51%	QUALITÉ DES SERVICES 19%



✓ Bilan de l'organisation, satisfaction exposants/visiteurs

### NOUVEAU

✓ Mesurer l'impact du salon sur la programmation de nos 3 destinations avec 2 vagues d'enquêtes ; 2019 & 2020

# EXEMPLE : campagne digitale Provence

## Des dispositifs d'évaluation adaptés aux investissements

### Objectifs

- ✓ - Développer la notoriété auprès des jeunes actifs
- ✓ - Stimuler les ventes à l'automne

### KPI

- ✓ Audience ; 154 millions d'impressions, 47 500 clicks, Taux de 0,03%
- ✓ 7,8 millions \$ réservations, dont 4,5 millions de \$ (exposés campagne)
- ✓ +18% des réservations durant la campagne +10 points vs avant
- ✓ Performances comparées des 230 hôtels partenaires vs autres

### Post test

- ✓ Enquête en ligne auprès d'échantillons cibles de la population (500 par pays)
- ✓ Mémorisation, perception des bandeaux, intentions de séjours, types de séjours, valeur/thématiques associées à la Provence,...



# EXEMPLE : E-réputation

L'outil FAIRGUEST : le CRT suit plus de 4 000 prestations

## E-RÉPUTATION

AVIS NOUS

INTÉR

Suivi des avis clients  
FairGuest

4000 prestations  
touristiques suivies





# EXEMPLE : E-réputation

L'outil FAIRGUEST : le CRT suit plus de 4 000 prestations

 **845 000** AVIS **+24 %**  
(PAR RAPPORT À 2017)

SUR 3 858 ÉTABLISSEMENTS SUIVIS

**8,2** /10  
Note globale

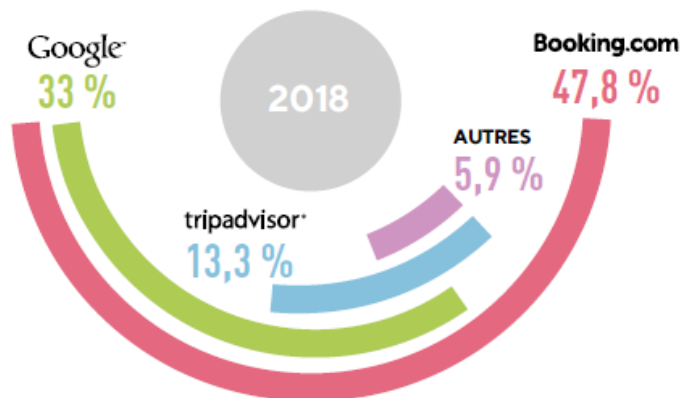


**80 %** des avis sont bons, très bons ou excellents

44% **EXCELLENT**  
24% Très bon  
12% Bon  
16% Moyen  
4% Médiocre

## RÉPARTITION PAR PROVIDERS

En % des avis



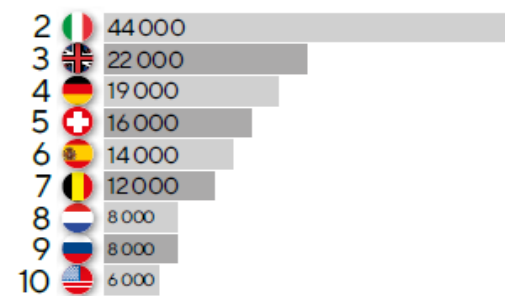
## NOMBRE D'AVIS ET NOTE MOYENNE PAR TYPOLOGIE D'ÉTABLISSEMENT

	Nombre d'avis	Évolution 2017/2018	Note moyenne
Hôtels	547 000	+15%	8,1
Restaurants	93 000	+19%	8,6
Sites de visite	63 000	+167%	8,8
Campings	63 000	+34%	8,1
Villages Vacances	59 000	+26%	7,7

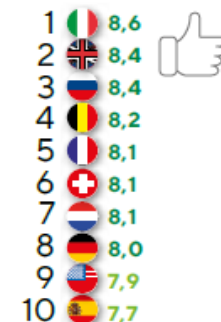
## ORIGINE DES AVIS ET NOTE MOYENNE PAR PAYS D'ORIGINE

Sur les providers permettant la qualification d'origine en Provence-Alpes-Côte d'Azur

**N°1**   
**237 000**  
avis



Notes moyenne sur 10



 **42%** DES AVIS DÉPOSÉS EN JUILLET, AOÛT ET SEPTEMBRE

## SAISONNALITÉ DES AVIS DÉPOSÉS

Pendant l'année 2018

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
5 %	5 %	6 %	7 %	9 %	9 %	13 %	17 %	12 %	8 %	5 %	4 %

RDV DU CRT N°5

# POUR EN PARLER AUJOURD'HUI

**┌ ┐ GUILLEM SALLES**  
**└ ┘ Consultant en marketing digital**

 +33 6 33 33 49 35     [guillem.salles@gmail.com](mailto:guillem.salles@gmail.com)



STRATÉGIE  
DIGITALE



PUBLICITÉ  
EN LIGNE



RÉFÉRENCIEMENT  
LOCAL



CRÉA/REFONTE  
DE SITES WEB





RDV DU CRT N°5

# AVANT DE PARTIR !

AGENDA  
EVALUATION



# AGENDA

---

## Les Rdv du CRT reviennent en 2020

5 thèmes traités :

### **Tendances « food » : s'adapter aux nouvelles attentes des clientèles**

>14, 15 et 16 janvier

### **Chine : saisir les opportunités d'un marché en constante évolution**

>Vendredi 27 mars matin

### **Japon et Corée, des marchés asiatiques matures à forte valeur ajoutée**

>Vendredi 27 mars après-midi

### **Piloter sa distribution en ligne dans un contexte commercial fluctuant**

> 22, 23 et 24 septembre

### **Optimiser ses photos et vidéos pour booster son image**

>17, 18 et 19 novembre

# EVALUATION

Faites-nous un retour sur ce rendez-vous !



<http://bit.ly/RDVCRT5>

## RENDEZ-VOUS DU CRT

Rendez-vous du CRT N°5 - Bien choisir ses indicateurs - 12/13 et 14 novembre 2019-

Merci de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous aider ainsi à répondre au plus près de vos attentes.



SUIVANT

Page 1 sur 5