



■ **Mesurez l'impact de vos investissements de promotion : salons ; marketing direct ; newsletters ; numéros verts ; ambassadeurs...**

■ **Donnez à vos équipes les moyens de faire évoluer les stratégies ; affinez vos tactiques à partir d'informations tangibles, réalistes et factuelles...**

Les objectifs

- Mesurer la concrétisation économique réelle des actions de promotion sur la destination touristique.
- Clarifier le retour sur investissement sur les différentes opérations de promotion ; mesurer l'impact de l'euro investi.
- Qu'est-ce que les visiteurs ont consommé sur la région en termes d'hébergements et d'activités? Comment cela se traduit-il en flux économiques générés sur la destination touristique ? Quelle est leur perception des opérations salons ; des mailings ; des campagnes numéros verts ?
- Clarifier les champs de progrès qualitatifs de l'accueil sur le stand et les performances des personnels.

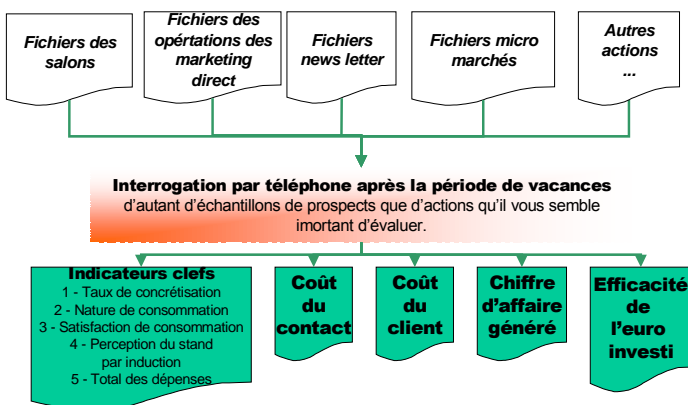
CRT FC - Mailing Randonnée Allemagne		Année 2003
A	Coût	4 000.00
B	Distribution	50 000
C	Retours	786
D	Taux de retours	1.57%
E	Taux de concrétisation	16%
F	Taux d'intention de consommation ferme	1%
G	Ménages consommateurs	126
H	Jours sur place (en moyenne)	8.2
I	Taille des foyers (en moyenne)	3.3
J	Consommation induite par foyer (en moyenne)	1 078.88 €
K	Consommation induite	135 939 €
L	Coût d'acquisition des contacts	5.09 €
M	Coût d'acquisition des ménages clients	31.75 €
N	Rapport à l'Euro investi	33.98

D= C/B
E=taux observé sur l'échantillon
F= taux observé sur l'échantillon
G=C x E
H ; I ; J = Observés sur l'échantillon
K=Cf détail des calculs note méthode page 2 à 5
L=A/C
M=A/G
N=K/A

Les méthodes de travail

Nous mesurons la concrétisation sur les contacts effectivement générés.

Vos actions de promotion engendrent des demandes d'informations et de la création de trafic



Séminaire de restitution : Analyse des actions / actions correctives / induction sur les travaux à venir

Questionnaires sur échantillon représentatif

- Extraction sur les contacts des différentes actions évaluées
- Interrogation téléphonique (de 80 à 400 contacts selon les budgets et les degrés de précision souhaités) sur la consommation et non l'intention de consommation.

Le résultat

Nous obtenons les éléments suivants :

- ☒ Informations brutes :
 - Nombre de foyers venant sur la destination touristique
 - Nature de consommation
 - Durée du séjour
 - Nature de la consommation en hébergement
- ☒ Informations induites :
 - Calcul des retombées économiques / chiffre d'affaires induit
 - Calcul de l'efficacité de l'euro investi
 - Calcul du coût d'acquisition contacts
 - Calcul du coût d'acquisition clients

Méthodologie de travail

Constitution d'un groupe de travail

- Le cabinet constitue un groupe de travail de personnels qui seront amenés à exploiter les informations.
- L'idée est toujours de parvenir à fédérer les personnels et à sensibiliser les structures associées à la promotion, pour qu'elles comprennent l'importance de la génération de contacts sur les stands.

Séquence méthode :

Tour de table - Appropriation du dispositif – Sélection des opérations à évaluer – Analyse de la cohérence des populations mères - Ajustement du questionnaire - Mise en phase sur les méthodes de calcul des coûts des opérations – Cadrage du planning – Organisation des échanges fichiers - Choix d'un chef de projet référent – Appropriation des fiches actions à évaluer et à retourner – Va / va pas - Bouclage.

Préparation des phases d'études

- Le cabinet sélectionne les populations mères.
- Les échantillons représentatifs sont extraits avec la méthode des extractions aléatoires.
- Les questionnaires sont administrés par téléphone ou par e-mail selon les cas de figure.

Séquence méthode :

Préparation des écrans de saisie – Sélection des populations mères – Sélection des échantillons par extraction aléatoire – Piqûre de rappel des enquêteurs téléphone – Administration des questionnaires - Management de la production - Supervision quotidienne – Calcul des taux d'acceptation de réponse – Va / va pas – Main courante production - Bouclage production.

Dépouillement et synthèse

- Les questionnaires des opérations évaluées sont dépouillés.
- Production d'une synthèse par opération évaluée.
- Production des hiérarchies en terme de génération de contacts ; génération de consommateurs ; coût d'acquisition des contacts et coût d'acquisition des clients ; hiérarchie des opérations les plus efficaces en poids économique ...

Séquence méthode :

Le cas échéant, redressement des échantillons – Production des tris à plats – Edition des tableaux – Génération des graphiques – Calcul des consommations consolidées - Production des coefficients d'efficience - Coût d'acquisition contacts – Coût d'acquisition clients – Retour de l'euro investi – Production du rapport initial - Production des fiches résultats - Bascule des résultats dans la base de données comparative – Editions des éléments comparés...

Restitution

- Une réunion de restitution peut avoir lieu et accueille l'ensemble des participants au groupe de travail initial ; les opérations sont alors commentées.

- Un travail approfondi sur les difficultés rencontrées ; les causes vraies ; autorise la clarification de champs de progrès et la production de plans d'action adaptés.

Séquence méthode :

Tour de table – Rappel du dispositif – Présentation des résultats – Echanges sur l'essentiel – Brainstorming Concassage – Hiérarchisation des champs de progrès par vote pondéré et Pareto – Sur chacun des principaux points émergents : analyse des causes vraies – Méthodes des 3 pourquoi diagramme Hishikawa – Clarification des causes endogènes / évacuation des causes exogènes – Hiérarchisation des principales causes vraies – Elaboration de plans d'action correctifs – Méthode QQQCCP - Mise en commun – Va / Va pas - Bouclage.

Tarifification

Par opération : à partir de 1. 300 euros HT.

- Mesure France sur 150 questionnaires
- Mesure Etranger sur 150 questionnaires
- Séminaire initial & séminaire de restitution inclus à partir de 4 actions évaluées.

Vos contacts

Stratégie et Développement

Félix LABONNE

Malika BOUCHAMI

- Par téléphone : 03 81 40 21 10
- Fax : 03 81 50 71 00
- Mail : contact@strategie-developpement.com
- Site : strategie-developpement.fr