

Avantages Concurrentiels Défendables ACDtourist©



- *Positionnez votre destination touristique, et rendez-là réellement unique.*
- *Clarifiez les vrais atouts à défendre, les seules aspérités à valoriser qui la rendent visible et différente.*

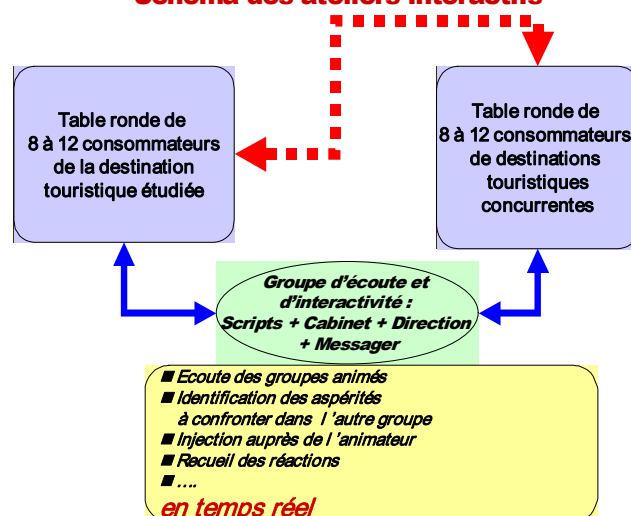
Les objectifs

- Clarifier les processus d'achat spécifiques.
- Identifier les supports à utiliser, les présences médias à privilégier, les réseaux de prescription particuliers.
- Clarifier les atouts des régions / départements / villes.
- Clarifier les vrais Avantages Concurrentiels Défendables vécus (par les clients / prospects) et non pas conçus (par les structures ou l'imagerie).
- Clarifier les promesses de communication à exploiter.
- Clarifier les axes pertinents de communication.
- Clarifier les segmentations pertinentes.

Les méthodes de travail

- Nous travaillons avec une méthode élaborée avec des sociologues et psychologues de recherche : les ateliers interactifs ou tables rondes multi-niveaux.
- Il s'agit de tables rondes simultanées et interactives réunissant consommateurs, d'une part, et non-consommateurs appartenant au cœur de cible, d'autre part.
 - Le guide d'animation commun aux réunions est préalablement établi avec un groupe de travail incluant notre client, les consultants animateurs, le chef de projet.
 - Les réunions se tiennent simultanément, dans des salles différentes et distinctes, animées par un consultant spécialiste de l'écoute et de la gestion de groupes.
 - Chaque consultant animateur est en lien direct avec le groupe de travail nommé groupe d'interactivité.
 - Ce groupe d'interactivité a la possibilité d'entendre ce qui se dit dans chaque réunion et d'injecter en temps réel, par l'intermédiaire du messenger, une idée issue d'un autre groupe qu'il semble intéressant de confronter.

Schéma des ateliers interactifs



Le résultat

- ☒ L'incontestable plus value de ces réunions est si évidente, que nous voyons se dégager les aspérités à valoriser du point de vue des consommateurs et du point de vue des non-consommateurs appartenant toutefois au cœur de cible.
- ☒ Les réactions sur les valeurs identifiées comme réelles par les consommateurs sont en test sur les consommateurs potentiels ; nous avons donc la possibilité de rapprocher les promesses conçues et les promesses vécues.
- ☒ Bien menés, les ateliers démontrent les convergences reposant sur le principe de la plus grande idée fédérative et non sur celui du plus petit commun multiple.
- ☒ Les divergences entre les groupes permettent alors de dégager les pistes de travail en fidélisation et les pistes de travail en conquête 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.
- Nous clarifions ensemble les enjeux, les risques, les points sur lesquels l'information est réellement utile et hiérarchisons les attentes d'exploitation.
- Les critères de sélection des personnes participantes sont débattus ; les méthodes de prise de contact sont clarifiées (annonce ou contact mail, téléphone, courrier, selon les cas).
- La trame du guide d'animation est abordée sur sa structure.

Préparation des réunions interactives

- Le cabinet prend alors en charge la gestion des ateliers interactifs multi-niveaux.
- Les personnes sont contactées et la sélection s'opère.
- La préparation logistique de l'opération est assurée par le cabinet.
- Le plus important reste évidemment le travail sur le guide d'animation, débattu en réunion des consultants. Le guide définitif est transmis pour avis au client et un filage s'effectue.

Animation des réunions interactives

- L'animation proprement dite est assez spectaculaire.
- Elle met en jeu à la fois des aspects techniques de haut niveau (matériel d'enregistrement ; transmissions sans fil ; micros et oreillettes) et des éléments très humains, animateurs chaleureux, messenger en basquets, scripts en doublons sur les paper board.
- Nous avons ainsi un effet « ruche ».
- Les participants ont à la fois le sentiment justifié d'être attendus et pris en charge ; et celui que leur production est importante.
- La réunion interactive se déroule sur 3 à 4 heures.
- Elle est articulée en son centre par une pause et s'achève sur une collation.
- Les participants sont rémunérés en monétaire ou en nature.

Digestion des ateliers interactifs

- Le dépouillement s'effectue en 3 temps.
- Les consultants animateurs débriefent à chaud et formulent leur perception immédiate de la réunion ; ce qu'ils pensent essentiel dans leur perception à chaud... Ce moment est enregistré.
- Les éléments bruts sont retranscrits ; paper board, fiche d'évaluation individuelle avec notation personnelle...
- Enfin, le chef de projet réécoute l'ensemble des éléments enregistrés ; il complète le dossier, rédige des premières conclusions.

Recommandations et conclusions

- Le dossier est alors débattu avec les consultants.
- Une discussion sur les recommandations s'ouvre ; les conclusions peuvent alors être rédigées.

Restitution au groupe de travail

- Le dossier est alors restitué au groupe de travail.
- Les conclusions sont présentées et débattues. Nous cherchons toujours à accompagner le groupe de travail aussi loin que possible dans la vision des implications concrètes des conclusions des travaux.

Tarification :

12.000 Euros HT.

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 : www.strategie-developpement.fr