



MAI 2020 / 500 000 €

PLAN DE SOUTIEN ET DE RELANCE DU TOURISME DANS LE GARD

Axe 1

RÉPONDRE À LA CRISE

1. Solidarité à la consommation :

Achats/prises de participation pour l'accès aux loisirs, séjours.

2. Information :

À destination des professionnels du tourisme, de l'écosystème touristique privé et public, des clients, des Offices de Tourisme et des partenaires : site pro, newsletter + réseaux sociaux.
+ informations presse + incitation à consommer local
+ séminaires en ligne...

3. Partage des bonnes pratiques :

Outils collaboratifs et fiches pratiques sanitaires et d'accueil dans les Offices de Tourisme.

4. Observation/Enquêtes :

Observation des flux, enquêtes clients, enquêtes consommation et de fréquentation.

5. Mission spéciale d'aide et de conseil :

Marketing de l'offre, adapter son offre, ses produits, comment obtenir des aides, quelle relation avec les clients...

Axe 2

GÉNÉRER DES CLIENTS

6. Campagne de communication de proximité :

Multi-canaux : digital, TV, sponsoring, affichage, co-branding, radios, magazine...

7. Production de contenus médias adaptés :

Vidéos, photos, expériences clients, rédactions, storytelling rassurantes.

8. Spécial digital +

Ciblé clientèles affinitaires, grands espaces, éco-responsables et locavores.

9. Partenariats :

Soutenir les initiatives de branches professionnelles locales, départementales et régionales.





Axe 3

ACCOMPAGNER LA MISE EN MARCHÉ DES ENTREPRISES BTOB

10. Marketing de l'offre :

Enrichir et adapter l'offre au contexte (CE, groupes, auto-caristes) short break, excursions, demi-journée en formule packagée.

11. Opérations de démarchage :

Mailing, salons virtuels ou non, multi-supports.

12. Relations presse / Influenceurs :

Poursuite des relations presse et relations influenceurs dans dans une optique de rassurance et de valorisation des initiatives locales.

13. Développer le réceptif :

Accompagner les agences de voyages émettrices sur le volet réceptif.

Axe 4

RELANCER LA CONSOMMATION

14. Achats de soutien :

Achat d'entrées / billets / pass, offre avantage client pour toute consommation dans le Gard (soumis à condition).

15. Création d'un pass culturel, terroir et loisirs :

Guide gratuit de valorisation avec des avantages réduction, jeu concours, garanties sanitaires.

16. Click & Gard Vacances, loisirs et productions locales :

Plate forme de vente en ligne d'offres marchandes et bons d'achat au profit d'établissements partenaires touristiques et filières associées (productions locales) sur la base d'une adhésion volontaire, sans frais et avec conditions générales de vente et d'annulation adaptées à la crise.

Axe 5

ANTICIPER DEMAIN

17. Réseau d'ambassadeurs locaux :

Faire des Gardois de véritables ambassadeurs de la destination.

18. Formation :

Un plan de formation multi sectoriel.

19. Observation :

Observation, statistiques et réalisation de scénaris à intervalles réguliers.

20. Marketing de l'offre Gard Tourisme :

Repenser et construire durablement une offre agile et durable.

21. Datas / Relation client (CRM) Gard Tourisme :

Projet partagé entre Offices de Tourisme, Gard Tourisme, Comité Régional du Tourisme.

22. Développement de la culture d'entreprise (Gard Tourisme/Offices de Tourisme) :

Apporter de la valeur ajoutée aux travaux collaboratifs, coordonner, designer.