



Table de concertation

par Tourisme Centre-du-Québec

Volet attrait et activités

12 mars 2024

Bienvenue

Le MANDAT de la TABLE DE CONCERTATION

- Elle mobilise et réunit toutes les personnes intéressées (membre de l'ATR) à s'engager et travailler ensemble au développement de l'offre et ses enjeux.
- Elle réunit les 5 offices touristiques de la région du Centre-du-Québec et des membres représentant le milieu et les territoires autour d'enjeux propres au tourisme au Centre-du-Québec.
- C'est une occasion d'échanger sur les sujets régionaux où les intervenants sont invités à discuter, partager, échanger sur une réalité communie qu'elle soit territoriale ou entrepreneuriale.

Déroulement

9h à 9h45



Présentation des participants

9h45 à 10h15



Guide des bonnes pratiques

10h15 à 10h30



PAUSE

10h30 à 11h



La forfaitisation d'hier à aujourd'hui – Marie-Ève Lambert, adjointe marketing

11h à 11h30



La forfaitisation en partenariat du PMV-sa méthodologie et sa commercialisation par Nancy Bédard du PMV

11h30 à 12h



Questions et conclusion

Tour de table

Thème discussion

La forfaitisation 2.0 à 5.0

Qu'est-ce que la forfaitisation ?

La forfaitisation constitue une voie dynamique et efficiente pour consolider l'unicité de son entreprise, en augmenter la visibilité et accroître la diffusion de sa promotion. Elle bénéficie de la force du marketing croisé qui permet des liens commerciaux, non pas concurrentiels, mais bien complémentaires et efficaces pour rehausser le potentiel des ventes.

Un forfait touristique se compose d'au moins 2 prestations. Il doit être élaboré par une même entreprise ou des partenaires distincts, mais complémentaires, incluant généralement, mais pas obligatoirement une nuitée, dont un seul prix englobe tous les services simplifiant ainsi le processus d'achat.

Source: Terroir et Saveurs du Québec

Marie-Ève Lambert

Adjointe marketing



Panifier un séjour au Centre-du-Québec:
Visiter
tourismecentreduquebec.com/forfaits

Objectifs de la forfaitisation

Les forfaits sont d'excellents moyens de maximiser ses revenus, d'augmenter la durée des séjours et de limiter les annulations.

- Assurer la diversité de son offre.
- Proposer des expériences uniques et mémorables.
- Atteindre de nouveaux marchés.
- Accroître sa visibilité.
- Valoriser ses produits.
- Rentabiliser les coûts de commercialisation et de promotion.
- Augmenter son achalandage.

Conception de forfaits

1. Identifier les besoins à combler
2. Définir la clientèle cible
3. Choisir une thématique
4. Trouver le (s) partenaire (s)
5. Élaborer le descriptif du forfait

Éviter de surcharger le forfait. Rien ne sert d'établir un horaire serré où les consommateurs seront en retard partout et auront l'impression de courir. La tendance est au tourisme lent et de contemplation c'est à garder en tête. 😊

**** Si l'hébergement est inclus dans le forfait, il est plus que probable que ce partenaire majeur exige de s'occuper de tout le processus de réservation.**

En avoir pour son argent

- La nouveauté attire, l'émotion séduit.
- Des démarches rapides et sans tracas avec un seul prix, une seule image de marque reconnaissable et une seule personne-ressource.
- La surprise ou l'activité cachée confère une touche unique et mémorable s'avérant souvent le *petit plus* gagnant.
- Un cadeau est apprécié des visiteurs. Un outil promotionnel qui rappellera votre entreprise. Attention le client ne doit pas croire que les cadeaux sont chargés dans le prix du forfait.

Astuces

Demander à une connaissance de vivre l'expérience et de l'évaluer:

- Infrastructures: aménagement du site, sécurité, salubrité et hygiène.
- Ressources humaines: service, personnalité et le souci du détail.
- Précision et authenticité des informations transmises.
- Originalité des activités.

2.0 3.0 4.0 5.0

Plusieurs plateformes dynamiques offrent de la forfaitisation. Elles peuvent s'avérer parfois coûteuses pour vos petites entreprises.

Avez-vous pensé aux maillages et à votre site internet via une billetterie en ligne ? Partage des coûts et visibilité.

www.parcmarievictorin.com offre de la forfaitisation avec des partenaires de la région.

Quelques exemples de plateforme de forfaitisation.

Tuango – connue et a une offre de gros joueurs

Promotions exclusives, ventes éclair, rabais importants sur les escapades, restaurants, activités, spa...

% de remise sur les ventes.

Outgo – spécialiste d’offres touristique québécoises

Près de 250 expériences sont offertes en collaboration avec plus de 150 commerçants d’ici. À chaque mois, plus de 80 000 visiteurs.

% de remise sur les ventes

Coffret prestige – hybride activités et produits

Achats de cadeaux en ligne produits, activités et séjours offerts.

% de remise sur les ventes

Merci

Isabelle Mailhot

Coordonnatrice aux partenariats
stratégiques

imailhot@toursiemcentreduquebec.com