

# PLAN D'ACTION 2021

DIGITAL	MARCHES	OBJECTIFS & ACTIONS	DATES
GESTION RELATION CLIENT	<b>BASSIN DE VIE</b> (Hérault – Gard- Bouches du Rhône – Vaucluse – Aveyron – Tarn – Aude – Haute Garonne)	<b>GRC : Acquisition et qualification de prospects via une campagne on line :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Création et diffusion</b> des contenus éditoriaux des partenaires sur un mini-site dédié.</li> <li>- <b>12 mois de campagne (mars à mars) avec mise à jour des contenus tous les trimestres.</b> 3 contenus thématiques par trimestre par destinations partenaires.</li> <li>- Chaque partenaire bénéficie de 4 e-news « Bassin de Vie » par an.</li> <li>- <b>Déploiement du dispositif via les réseaux sociaux</b> (campagnes sponsorisées) pour acquérir de nouveaux prospects qualifiés et démultiplier la visibilité de contenus partenaires. 5-6 posts par an dédiés.</li> </ul>	A l'année
	<b>FRANCE</b>	<b>Acquisition et qualification de 80 à 100 000 nouveaux prospects via :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ciblage de bases dédiées aux pratiques d'activités, centre d'intérêts et profils de clientèles.</li> <li>- Techniques de recrutement via des campagnes sponsorisées à l'année sur les réseaux sociaux.</li> <li>- Création et envoi de 4 newsletters par an dédiées à chaque partenaire.</li> </ul>	A l'année
	<b>ALLEMAGNE                      GRANDE                      BRETAGNE                      BELGIQUE                      PAYS BAS                      ESPAGNE                      SCANDINAVIE</b>	<b>Production d'e-news thématiques, adressées par marché aux fichiers prospects d'Atout France et/ou prestataires privés à 5 millions de destinataires :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Focus sur des clientèles campings selon les marchés définis par les professionnels</li> <li>- Focus sur les destinations desservies par les aéroports Montpellier Méditerranée et Béziers Cap d'Agde.</li> <li>- Relais du dispositif via des campagnes de Facebook Ads.</li> </ul>	A l'année



<b>INFLUENCEURS</b>		<b>Co-production :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vidéos de 1.30 / 2 mn co-produits avec les Offices de Tourisme partenaire (vidéos « séduction » avec mise en avant de personas).</li> <li>- Vidéos immersives : format reportage pour valoriser une destination, une thématique, une activité...</li> <li>- Photos : sur le même modèle que les tournages vidéos, réalisation de reportages photos par des photographes professionnels et / ou des bloguers et influenceurs.</li> </ul>	A l'année
	<b>FRANCE</b>	<b>Collaboration et accueil d'influenceurs</b> (blogueurs, journalistes...).	A l'année
	<b>EUROPE</b>	<b>Accueil et coordination d'éducteurs</b> (France, Europe, Monde).	
	<b>BASSIN DE VIE</b>	<b>Promotion des lignes aéroport Béziers Cap d'Agde et Montpellier Méditerranée</b> : mise en place d'accueils presse pour soutenir le développement des (nouvelles) lignes de nos 2 aéroports.	
<b>FRANCE</b>	<b>Partenariat blogueurs et influenceurs :</b> Accueil de blogs thématiques (ex. : familles « La Bougeotte en Famille) en coordination avec les destinations.		

<b>CO-BRANDING</b>	<b>MARCHES</b>	<b>OBJECTIFS &amp; ACTIONS</b>	<b>DATES</b>
	<b>FRANCE</b> <b>EUROPE</b>	<b>Animer sur différents marchés européens les bases de données clients des réseaux de distribution de vins du Languedoc</b> en associant les territoires et les destinations aux vins qui y sont produits sur les marchés Hollandais, Danois, Belges et Allemands. Ces campagnes s'accompagnent de mises en place d'outils spécifiques : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Création de mini-site ou capsule web intégrant les contenus des partenaires (vidéos, offres de séjours...).</li> <li>- Envoi d'e-news à des méga bases (300 à 400 000 prospects) et aux clients du distributeur Evènementiels, conférences de presse...</li> </ul>	A l'année
<b>SALONS</b> <b>WORKSHOPS</b> <b>EDUCTOURS</b>	<b>TOUS MARCHES</b> Selon l'évolution des mesures sanitaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salon Deptour (presse Paris)</li> <li>- Salon Roc d'Azur (APN)</li> <li>- Salon Multicoque Grande Motte (Nautisme)</li> <li>- Salon What a Trip (Généraliste)</li> <li>- Salon Destination Vignobles (Oenotourisme)</li> <li>- Salon Vinomed (Montpellier)</li> </ul>	