

> STRATÉGIE DE MARQUE

**DIFFÉRENCIEZ-VOUS DE LA CONCURRENCE POUR GAGNER.
“LA NOTORIÉTÉ PEUT S’ACHETER ; LA MARQUE SE CONSTRUIT”**

VOS ENJEUX

- Gagner des parts de marché dans le jeu concurrentiel des destinations ou des entreprises touristiques
- Traduire l’identité de votre destination ou de votre entreprise et doter votre marque d’une véritable personnalité
 - Devenir une marque connue mais surtout une marque voulue, déclinée et consommée : en résumé, une marque porteuse et “impactante”
- Vous différencier et exprimer vos “plus produits” par des valeurs fortes

LIVRABLES OPÉRATIONNELS

- Un diagnostic “SWOT”, synoptique et dynamique concernant l’impact de votre marque et de son potentiel d’évolution
 - Un rapport définissant le positionnement et la stratégie de marque et ses fondements
 - Un document de référence définissant le “Code de Marque”
- Un plan d’actions opérationnelles déclinant les outils marketing supports de la marque

NOTRE MÉTHODOLOGIE

- Évaluation multifactorielle et multi-supports de la pertinence, de l’impact et des retombées de votre marque
- Analyse de l’efficacité des actions et des moyens mis en œuvre pour assurer la mise en marché de votre offre touristique
- Mesure du différentiel de prix par rapport à la concurrence
- Approche benchmarking des marques
- Écoute des prescripteurs, des leaders d’opinion et des clientèles acquises et non acquises à votre destination ou à votre entreprise
- Définition du positionnement de marque, de son architecture et création du référentiel de la marque

MOYENS DÉVELOPPÉS

- Des experts reconnus auteurs du “Guide des marques du tourisme”
- Une démarche partenariale pour construire une stratégie de marque partagée et adoptée par tous
- Notre logiciel exclusif d’analyse multi-supports de la marque
- Notre matrice spécifique d’évaluation de la marque (missions et fonctions)
- Deux méthodes stratégiques de positionnement : méthode “CIBLE” et modèle “PAS A PAS” global

POUR QUI ?

- Territoires et institutionnels
- Entreprises et chaînes
- Groupements professionnels et associations

EXEMPLES DE RÉFÉRENCES

- Guide méthodologique des marques du tourisme (AFIT)
- Stratégie de marque : Les Castels, Gîtes de France, Logis de France, Loisirs de France, etc.
- Étude d’impact, d’image, de notoriété et repositionnement stratégique de la marque “Marnothérapie”

ORDRE DE BUDGET

- De 15 000 à 40 000 € HT selon le type d’étude et la méthodologie choisie



PROTOURISME

CRÉATEUR DE RÉSULTATS DURABLES

SOCIÉTÉ DE CONSEIL INDÉPENDANTE, SPÉCIALISÉE EN TOURISME, CULTURE, LOISIRS, HÔTELLERIE ET RESTAURATION

LES COMPÉTENCES PROTOURISME :

- Stratégies de développement
 - Stratégies marketing
 - Management de projets
- Études d'impact économique
 - Démarches qualité
 - Études de clientèles
 - Études de faisabilité
- Conseil en communication
- Ingénierie et animation de formations
- Évaluations d'entreprises et expertises

PROTOURISME

11 rue Tronchet • 75008 PARIS

Tél. : 01 34 16 22 58 - Fax : 01 80 53 92 06

www.protourisme.com
