# Stratégie marketing 2021/2025 de la Destination Impressionnisme : de nouvelles orientations pour conquérir les visiteurs et accompagner le rebond

En cohérence avec la démarche d'évaluation et de co-construction menée sur le volet « développement de l'offre touristique », différentes sessions de travail ont été organisées début 2021 avec les acteurs de la Destination pour réajuster la stratégie marketing. Au regard des conséquences économiques de la crise sanitaire, l'enjeu est de franchir un nouveau palier en termes de puissance marketing. Ce nouveau plan marketing 2021/2025 vise ainsi à conforter l'attractivité de nos territoires impressionnistes et déclencher des séjours sur l'ensemble de la Destination.

**6 axes de travail ont été proposés par le cabinet Unigo pour doter la Destination d'un plan marketing collectif efficace.**

- **Une stratégie ciblée et affinitaire**. La stratégie marketing de la Destination, centrée initialement sur les clientèles française et américaine, doit être ajustée, avec une priorisation à court terme sur la France et un élargissement des clientèles visées. L'objectif est notamment de rajeunir les publics cibles et d'ouvrir davantage les actions marketing à un cercle de visiteurs plus large que les seuls amateurs d'art.
- **Une stratégie basée sur des contenus de qualité & le storytelling.** Le premier Contrat a posé les bases du storytelling de la Destination en s'appuyant sur un marketing de sens, basé sur des contenus vérifiés. Le récit de la Destination et sa légitimité étant posés, il s'agit désormais de démultiplier les prises de parole autour des Voyages impressionnistes avec des contenus plus libres et incarnés (accueil influenceurs, podcasts, vidéos… )
- **Une stratégie digitale & communautaire**. Lancé en 2020, le travail sur les réseaux sociaux *Voyages impressionnistes* doit être poursuivi et amplifié, avec pour enjeu de renforcer la visibilité de la Destination (campagnes marketing sur les réseaux sociaux notamment).

Pour compléter le dispositif digital, la brochure Voyages impressionnistes sera « digitalisée » afin de pouvoir séduire les touristes à toutes les phases du parcours client (inspiration, recherche, séjour), créer des contenus qui pourront être repris par les partenaires (créer une « empreinte digitale » Voyages impressionnistes), disposer d'un outil web complémentaire aux campagnes marketing réseaux sociaux.

- **Un marke**
notoriété
touristiqu
accompa

- **Déployer**
Contrat,

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

en 2024.

Pour découvrir la stratégie marketing 2021/2025, téléchargez ce document.

Ou visionnez le webinaire de présentation qui s'est déroulé le 30 juin 2021.

Vous souhaitez charger un contenu externe fourni par Youtube?

Oui

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.