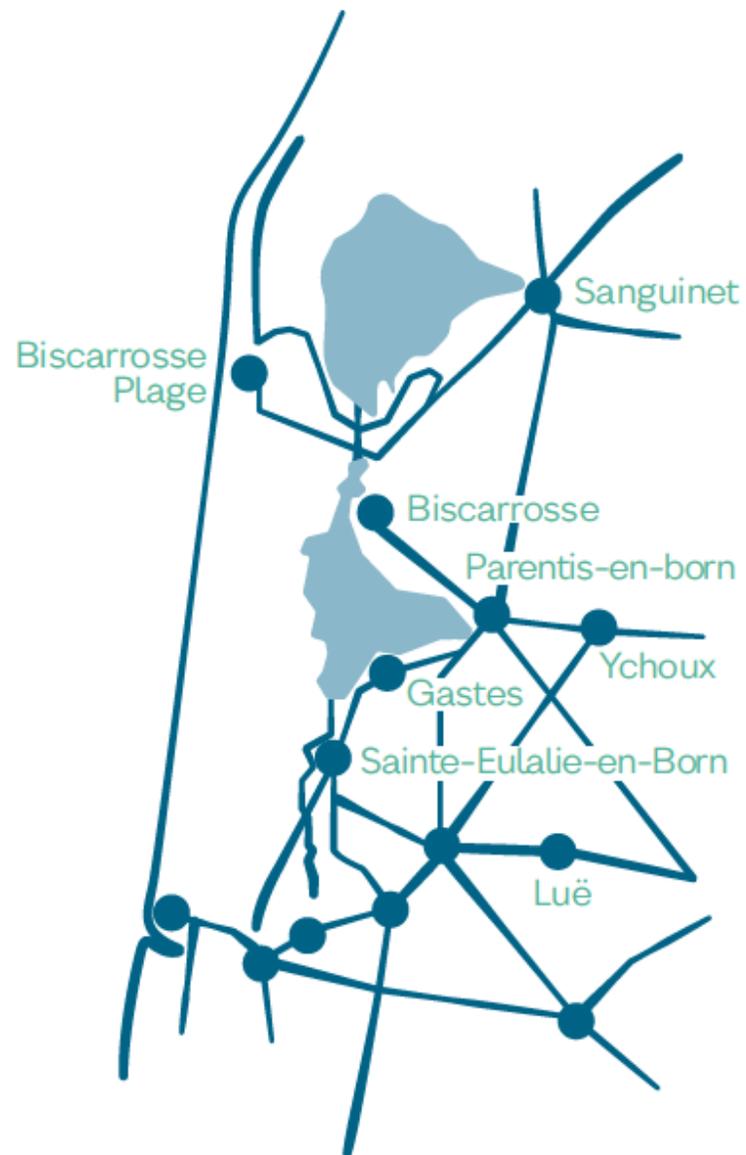




**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Plan d'actions 2019



*Office de Tourisme Communautaire
Conseil d'administration - Mardi 18 décembre 2018*

Notre ambition

Développer et optimiser la visibilité de la destination **Bisca Grands Lacs** face aux destinations concurrentes.

Positionner l'OT comme étant un interlocuteur incontournable pour tous les professionnels de la destination afin de permettre la structuration d'un véritable réseau local de prestataires.

Nos objectifs

Fédérer

les acteurs locaux autour de nouveaux projets commun en profitant de l'existence d'une marque forte et ambitieuse.

Développer

le chiffre d'affaire touristique de la destination en maintenant l'activité de la haute saison mais aussi en développant l'activité sur les ailes de saison.

Contribuer

au développement de l'offre touristique pour permettre de l'adapter aux attentes des clientèles.



Un plan d'actions 2019 décliné en 3 axes

Axe 1 : Maintenir prioritairement l'activité touristique estivale et développer la fréquentation touristique en hors saison

30 actions

190 370 €

Axe 2 : Développer le positionnement et asseoir la notoriété de la marque de destination par un travail de collaboration avec les partenaires

17 actions

40 475 €

Axe 3 : Accompagner les partenaires dans leur stratégie marketing générale et mettre en place une culture de la gestion de la relation client en interne et à l'échelle de la destination

8 actions

6 850 €

et ventilé par mission :

Accueil Information

Coordination des acteurs

Stratégie Promotion / Editions

Axe 1 : Maintenir prioritairement l'activité touristique estivale et développer la fréquentation touristique en hors saison

Par l'enrichissement du contenu de la destination

- Magazine de destination 82 950 €
- Amélioration du contenu éditorial dédié au territoire (Blog, photos, vidéos, réseaux sociaux, base de données site internet...) 6 225 € + % ETP
- Exploitation et communication des expériences vécues par les visiteurs (développement solution Share Your Trip) 700 €
- Réalisation d'un reportage photos et vidéos 2 250 €

Par la mise en place d'un SADI

- Développer l'accueil hors les murs
 - OT mobile, OT éphémère Biscarrosse Bourg, 2 500 € + %ETP
 - promotion des points wifi territorial 1 500 €
- Optimisation des plans et listing de distribution entre le service animation et l'accueil % ETP
- Edition de plans de ville : réédition Biscarrosse, réédition Sanguinet (avec plan cyclable) Budget 3 000 € + % ETP
- Réédition des plans cyclables (mises à jour + incontournables) 5 000 €
- Développement du dispositif screen live : 20 installations 1 200 € + %ETP
- Veille des disponibilités hébergement et surveillance plage 1 200 €
- Dispositif d'information entre loisirs et hébergements : nouvelle édition triptyque 3 500 € + %ETP



Axe 1 : Maintenir prioritairement l'activité touristique estivale et développer la fréquentation touristique en hors saison

Développement d'actions spécifiques extérieures en avant saison centrées sur la plateforme de marque

Rappel

Déploiement d'une stratégie web marketing : limiter perte de trafic, actions adwords, display et You Tube pré-roll

14 000 € + %ETP

Stratégie presse et recours à des influenceurs bloggeurs

3 000 € + %ETP

Promotion conjointe Club littoral / Landestyle sous la marque "Côte Landaise"

Rappel

Actions de promotion infrarégionales (partenariats CDT40 & CRTNA)

6 000 €

Développement et entretien offre géocaching (nouveaux circuits et suivi existants)

6900 €

Entretien et évolution nouveau site (maintenance, montée en puissance Intuitiv)

12 550 €

Optimisation référencement naturel (rédaction, balises, sémantique)

3 500 €

par la fidélisation de la clientèle estivale et la conquête de nouvelles clientèles

par le développement du site internet

Axe 1 : Maintenir prioritairement l'activité touristique estivale et développer la fréquentation touristique en hors saison

par le renforcement de la clientèle étrangère

référencement naturel et déploiement d'URL dédiés et traductions

6 000 € + %ETP

Stratégie presse et recours à des influenceurs bloggeurs

Rappel

Promotion sur marché espagnol : Diaro Vasco

520 €

par l'analyse des clientèles de la destination

Enquête clients CDT Landes

4 000 €

par la participation aux événements thématiques proposés par le CDT

Printemps des Landes : coordination et communication événements

%ETP + budget animation spécifique

Automne Gourmand : mise en avant producteurs, événementiels

3 000 € + %ETP

Axe 2 : Développer le positionnement et asseoir la notoriété de la marque de destination par un travail de collaboration avec les partenaires

par le recours à des actions marketing spécifiques

par le développement de l'usage des réseaux sociaux et le recours au web marketing

Suivi et conseil via PopRock pour développement de la marque	3 000 €	
Notoriété de la marque dans grandes villes (selon positionnement)	2 000 €	
Développement notoriété marque auprès clientèles "niches" : filière pêche	3 500 €	
Développement d'actions spécifiques extérieures en avant saison centrées sur la plateforme de marque	Rappel	
Actions de promotion infrarégionales (partenariats CDT40 & CRTNA)	Rappel	
Promotion conjointe Club littoral / Landestyle sous la marque "Côte Landaise"	Rappel	
Installation borne photo à l'accueil et sur événements (borne oui snap)	1 500 €	
Développement viralité par réseaux sociaux (contenu vidéo Facebook, Instagram)	publicité en ligne	2 500 €
	accompagnement Agence	1 175 €
Déploiement d'une stratégie web marketing : limiter perte de trafic, actions adwords, display et You Tube pré-roll	Rappel	

Accueil Information

Coordination des acteurs

Stratégie Promotion / Editions

Axe 2 : Développer le positionnement et asseoir la notoriété de la marque de destination par un travail de collaboration avec les partenaires

Accueil Information

Coordination des acteurs

Stratégie Promotion / Editions

Par l'enrichissement du contenu de la destination

Magazine de destination

Rappel

Amélioration du contenu éditorial dédié au territoire (Blog, photos, vidéos, réseaux sociaux, base de données site internet...)

Rappel

Réalisation d'un reportage photos et vidéos

Rappel

par le développement du site internet

Entretien et évolution nouveau site (développements, maintenance, montée en puissance Intuitiv)

Rappel

par le développement de produits en boutique

Produits cohérents avec la marque (textiles, papeterie, produits locaux)

20 300 € (achat marchandises)

par la création d'un club des partenaires et temps d'échanges

Soirée partenaires

4 000 €

guide, carte, stickers et outils

1 000 €

par la mise en place d'un accompagnement des pépites du territoire

Outils de communication développement et structuration des pépites retenues

1 500 €

Axe 3 : Accompagner les partenaires dans leur stratégie marketing générale et mettre en place une culture de la gestion de la relation client en interne et à l'échelle de la destination

par la récupération de données qualifiées et le déploiement d'une stratégie d'interaction automatique

Recours à des actions marketing automatique : envoi de contenu affinitaire, opérations de conquête, conception automation

5 550 € +%ETP

1 300 € abonnements outils techniques

par l'acculturation du personnel et de certains partenaires à la GRC

Mise en place de l'outil ChatBot (Chat Fuel) sur Messenger

%ETP

Récupération de données en accueil physique : paramétrage Tourinsoft et outil dédié

%ETP

Recours à des actions marketing automatique : envoi de contenu affinitaire, opérations de conquête, conception automation

Rappel

Rappel

par la proposition de temps de formation pour les partenaires

Accompagnement/formation des partenaires (marketing, e-reputation) : cafés rencontres et ateliers

Rappel

par la création d'un club des partenaires et temps d'échanges

Soirée partenaires

Rappel

guide, carte, stickers et outils

Rappel

par la mise en place d'un accompagnement des pépites du territoire

Accompagnement formation des pépites retenues

Rappel



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes