

Mise en œuvre d'un plan de prospection

Plan de prospection :

- Type de prospection :

Prospection active, le pays charolais brionnais contacte les différentes offices de tourisme de la région et va à leur rencontre (par téléphone et mail, réunion avec les différentes offices de tourisme)

Prospection de fidélisation, on contacte toutes les offices de tourisme avec lesquels le Pays Charolais Brionnais à l'habitude de vendre et promouvoir des supports.

- Les objectifs à atteindre :

Qualitatifs : création d'une base donnée avec les informations sur les offices de tourisme, collecter infos pour qualifier la base de données et la compléter, assurer la présence des offices de tourisme lors de la réunion avec toutes les offices de la région. S'assurer des bons échanges avec les offices et qu'ils soient intéressés par nos différentes offres.

Quantitatifs : répertorier un nombre d'informations importantes dans la base de données, fixer seuils du nombre de participants à la réunion (8 au maximum), avoir un nombre important de nouvelles commandes pour chaque support par les offices (1 commande par offices pour que la mise à jour ou la création des supports soient rentables).

- La cible :

La cible des offices est les habitants de la région pays charolais brionnais et ses alentours, les touristes qui viennent visiter la région, touristes à l'échelle nationale mais aussi mondiale, Certaines offices de tourisme comme celle du Grand Charolais, de Paray le Monial et Bourbon Lancy sont celles qui accueillent en moyenne le plus de visiteurs et de touristes, de part le fait que ce sont les plus grandes villes de la région ou qu'elles possèdent de nombreux lieux touristiques à visiter. Elles vont donc nécessairement avoir plus besoin de divers et nombreux supports de communication.

Les autres offices ont plus de difficultés à se faire connaître, il sera donc également important de leur proposer des supports correspondant à leurs attentes où le nombre de supports dans la commande sera moins important.

- L'offre commerciale :

Pour les 3 offices qui accueillent un plus grand nombre de personnes, nous allons plus leur proposer divers supports avec un nombre important.

Pour les autres offices, nous allons leur proposer des supports plus spécifiques à leur territoire et lieux touristiques comme des livrets correspondant à leur région, pour les autres supports nous pouvons leur proposer des commandes en quantité moins importantes par rapport aux

autres offices.

- La zone de prospection :



Les offices se trouvant dans la région du Charolais Brionnais

- La durée de prospection :

1 mois avant la réunion du mardi 22 Novembre pour s'assurer que toutes les offices ont eu l'information et que les offices puissent avoir le temps de répondre, 2 mois après la réunion pour que les offices puissent passer commande auprès du Pays Charolais Brionnais pour les différents supports qu'ils souhaitent commander.

- Les outils de ventes à utiliser :

Réalisation d'un catalogue répertoriant les différents supports que le pays charolais brionnais peut concevoir et mettre à disposition pour les différents offices de tourisme du secteur. Utilisation d'une présentation Powerpoint pour promouvoir les supports pendant la réunion avec les différents offices de tourisme et répertorier les différents supports déjà existant pour connaître leurs attentes et besoins.

- Les moyens de contact :

Moyens traditionnels : Face à face, lors de la réunion, contact humain permet de créer relation, présentent l'offre et permet de facilement répondre à des questions ou objections, permet également de déposer des supports à la fin de la réunion (le catalogue).

Le téléphone, permet de s'assurer par vive voix si l'office sera présente à la réunion ou informer l'office de la réunion.

E-mail, permet d'informer et d'envoyer une invitation à chaque office de tourisme avec toutes les informations pour la réunion.

- Construction de la base de données :

Voir base de données Excel

Rubriques de contact : nom de l'office, adresse, coordonnées (téléphone, adresse mail), site de l'office, ville

Rubrique de suivi de prospection : suite à donner (recontacter s'il n'a pas répondu),
Commandes passées

Utilisation codes couleurs dans la base de données pour segmenter les différentes offices :

- **Prospects froids (vert)** : office fermé à l'offre, n'était pas présente à la réunion.
- **Prospects tièdes (jaune)** : office n'a pas encore répondu et n'a pas encore passé une commande mais est ouverte à l'offre, on peut alors la recontacter.
- **Prospects chauds (rouge)** : office intéressée par l'offre, à passer commande, il faut la recontacter pour essayer d'avoir un achat rapidement.