

## Attractivité d'une offre « Loisirs – Culture - Tourisme »

### Enjeux, mécanismes et propositions pour développer l'attractivité d'un site.

L'attractivité est l'ensemble des raisons qui vont amener des clientèles à venir visiter un site touristique. Complexes, ces raisons tiennent compte du site dans son environnement (localisation, concurrence...) et de son offre (identité, thématique, scénographie, interactivité, promotion, commercialisation...). Le marketing touristique propose de trouver :

- Les raisons qui vont inciter les clientèles à venir visiter une première fois le site.
- Les moyens qui vont décider les clientèles à revenir visiter le site.
- Les supports pour bien orchestrer ces stratégies.

### Publics

Les professionnels intéressés par la compréhension du marketing touristique et la mise en œuvre de stratégies de positionnement et de développement :

- Professionnels du tourisme : développement, commercialisation, accueil...
- Chargés de mission en diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle.
- Responsables de communication/ Chargés de l'accueil de visiteurs en entreprises.

### Objectifs

- Comprendre les modes de choix et d'appréciation des publics.
- Analyser l'existant d'un site en termes d'attractivité (forces & faiblesses).
- Proposer des schémas de développement.

### Contenu

1. **Le périple du visiteur.** Outil de réflexion pour se mettre à la place d'un visiteur depuis sa recherche d'un loisir jusqu'à l'appréciation de son choix, de son vécu.
2. **Marketing touristique.** L'attractivité dans tous ses états : zone d'attractivité, taux de pénétration, taux de retour, faire « venir », faire « revenir », faire « savoir »...
3. **Étude de cas.** Présentation d'un rapport d'audit (cas réel) avec interviews simulées du gestionnaire du site présentant les caractéristiques de son offre. Échanges : structuration de l'offre, thématique du site, supports scénographiques, conditions d'accueil, autres prestations, promotion, commercialisation, mise en réseaux...
4. **Plan de développement.** Débriefing de l'étude ; formulation des constats, proposition de recommandations (travail en sous-groupes).
5. En conclusion, analyse des propositions et validation du plan de développement.
6. « **Action** » **personnalisée (en option).** Intervention du consultant sur le site du participant.

### Durée

Deux journées consécutives (complément optionnel : une journée « action » personnalisée).

### Méthodologie

Alternance d'apports théoriques, méthodologies, pratiques et d'analyses « terrain ».

### Nombre de participants

Entre 4 et 12 pour favoriser les échanges constructifs entre les participants et l'intervenant.

### Coût et dates des sessions

Nous contacter pour préciser les conditions d'intervention.