



DiGiTWiST
PRENEZ LE VIRAGE DU DIGITAL

« Définir son offre et
la mettre en scène efficacement »

"Présentation créée par l'Agence Digitwist pour les Académies
du Jeudi de Saint-Emilion Tourisme - Reproduction interdite »

Jeudi 13 Février 2020

DIGITWIST

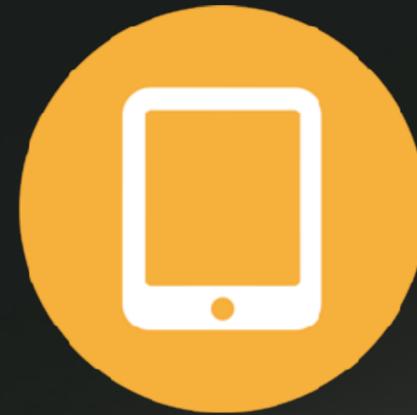
PRENEZ LE VIRAGE DU DIGITAL



**CONSEILS MARKETING
& ACCOMPAGNEMENT**



**CRÉATION GRAPHIQUE
& PUBLICITAIRE**



**SITES INTERNET,
RÉFÉRENCIEMENT GOOGLE**



**APPLICATIONS,
SOLUTIONS INFORMATIQUES**

DIGITWIST
COMMUNICATION/MARKETING

www.digitwist.fr

AXN
INFORMATIQUE

www.axn.fr



Les enjeux

Diversifier l'offre touristique



Proposer une expérience enrichie

Développer les opportunités de ventes



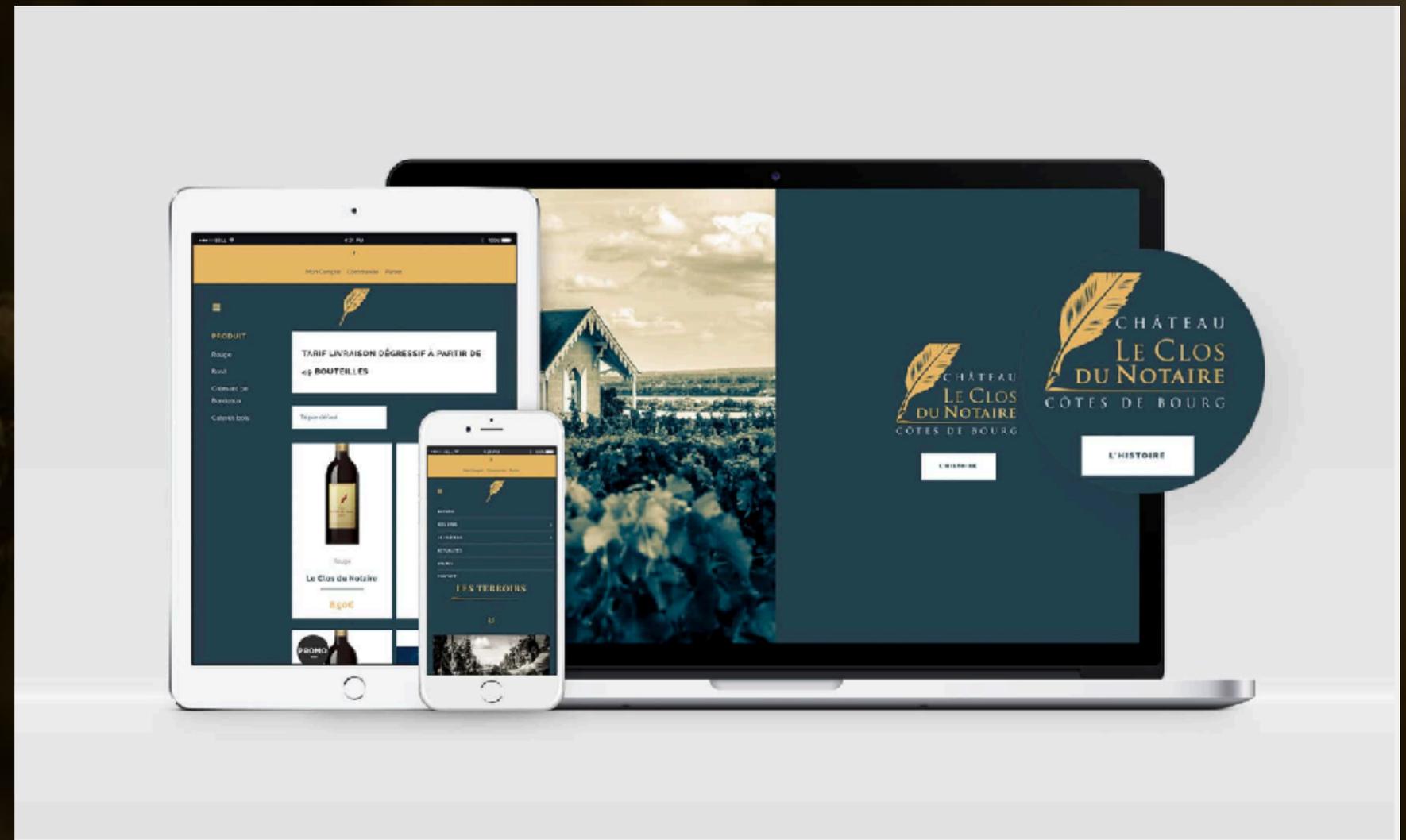


**Quels sont les pré-requis pour maximiser
le Retour sur Investissement de votre offre ?**

#1 Etre visible

> Un site vitrine récent

> Des photos de qualité pour le lieu /
l'offre / le domaine



#2 Proposer de commander, réserver, payer en ligne

> Simplifier les transactions

> Proposer des ventes additionnelles

> Développer les ventes aux particuliers (France et Europe)

2. Vos coordonnées

Prénom* Nom* Adresse e-mail*
pour confirmer votre réservation

Téléphone* Heure d'arrivée estimée (facultatif)
Pas sûr

Cocher cette case si vous souhaitez recevoir nos offres spéciales

3. Carte bancaire Cartes Acceptées en ligne  

Numéro De Carte* Expire Le * Code De Sécurité*
Numéro de carte MM mois AA année Code ?

Titulaire De La Carte*
Mlle J Dupont

Code Postal* Pays*
Code Postal France

En cliquant sur Réserver et en complétant cette réservation, j'ai lu et accepté les Conditions de Vente

Chambres Cépage / Vendange
13 m² / 140 ft²
2 Adulte(s), 0 Enfants **255,00 €**
Tarif long séjour -30,00 €
Total 225,00 € Prix T.T.C.

Charges et taxes en sus (à payer à l'arrivée)
Taxe de séjour 4,50 €

Dû * 90,00 €

* Votre carte s...
Votre paiement:
L'établissement 90,00 € le 17 jan
Le solde sera payé conditions de ve
 
Cette page est se
personnelles



Château
Croix de Bertinat

Révélation



AOC Saint-Émilion Grand Cru, vous envoûtera par ses arômes de fruits noirs et d'épices, ses tanins délicats et son boisé harmonieux.

#3 Entretien la présence à l'esprit

> Envoyer régulièrement un email à vos clients (fichier avec adresses mail)

> Etre actif sur les réseaux sociaux (mini 1 post par semaine)





Comment définir ou faire évoluer son offre ?

#1

Quels sont mes clients et leurs attentes ?

> Identifier les différents profils de votre clientèle et étudier leurs attentes :

- **Questionnaire envoyé par mail**

> Evaluer l'expérience des visiteurs :

- **Questionnaire de satisfaction après chaque visite**

(alimente également les commentaires sur le site)

Les différents profils d'œnotouristes

(Source Atout France - 2018)

40 % Epicuriens

Plaisirs gustatifs et beauté des paysages

24% Classiques

Patrimoine naturel, culturel, architectural

20% Explorateurs

Échanges avec les viticulteurs, les producteurs

16% Experts

Le savoir faire, la culture du territoire

#2

Que font les autres ?

> Acteurs récompensés (Best of wine tourism - Terre et vins - Atout France)

> Visiter d'autres domaines lors de vos déplacements ou demandez à des amis

> Explorer les sites web de domaines à l'étranger : Nappa Valley US, Australie, Rioja ESP, Argentine, Portugal

raymondvineyards.com - Nappa Valley



#3

Quelles sont vos particularités ?

<https://quintadapacheca.com/> > PORTUGAL

> Particularités architecturales

> Faits historiques

> Centres d'intérêts

> Animations thématiques

SLEEP IN A WINE BARREL!

The Wine Barrels will provide you a unique experience of contact with nature and the monumental reality of the Douro Wine Region.

MORE INFO >





Comment mettre en scène son offre ?

#1 Qualifier votre offre pour lui donner du relief

- > Exprimer la valeur ajoutée de votre offre
- > Développer l'attractivité
- > (*Domaine viticole*) Valoriser le nom du domaine viticole sous un autre angle (plus de souplesse vs loi Evin)

Exemples

Voyage en pays
LIBOURNAIS

Bernard Magrez



LUXURY WINE EXPERIENCE
LEADER EN GÉNOTOURISME D'EXCEPTION

#2

Structurer son offre et la rendre lisible

- > Proposer différentes formules avec des thèmes
- > Avoir du choix pour répondre aux attentes de tous les profils de clients
- > Avoir une palette de prix suffisamment large

Exemples

Formule découverte

- > Option 1
- > Option 2

Formule immersion

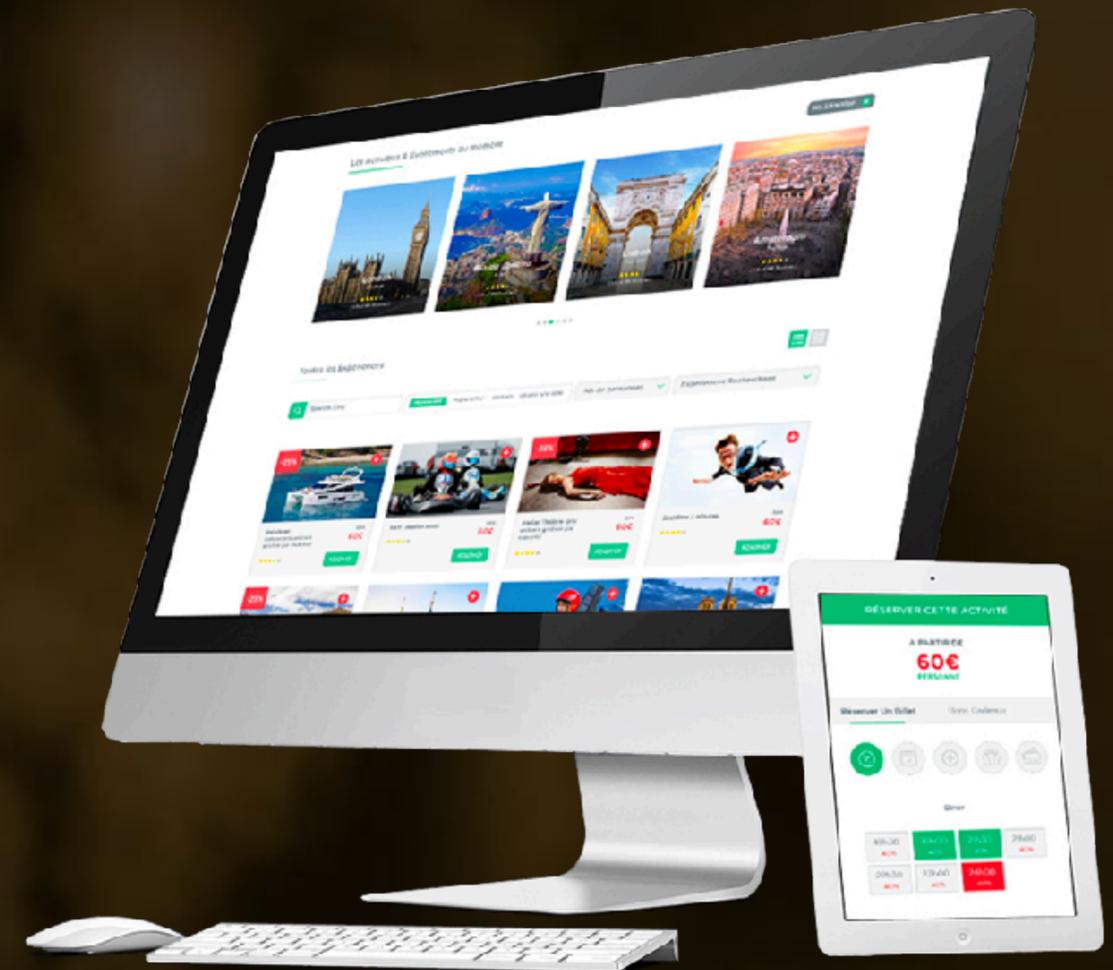
- > Option 1
- > Option 2

Formule mémorable

- > Option 1
- > Option 2

#3 Créer des outils dédiés

- > Un site web vitrine + paiement en ligne
- > Documents imprimés à disposition des visiteurs
- > (*Domaine viticole*) : création d'un site web dédié dans la configuration où le domaine propose une prestation complète : visite, hébergement, restauration...



#4 Ajouter des photos et des vidéos régulièrement

> Fort pouvoir d'attractivité

> Donner envie d'aller plus loin

> Alimenter régulièrement la photothèque du site web / réseaux sociaux





Comment communiquer efficacement ?

#1 Définir un plan d'action annuel

- > Anticiper les périodes creuses
- > Programmer des temps forts
- > Proposer une offre de fidélité
- > Evénements privés
- > Formule famille
- > Formule groupe
- > Offre entreprise

Exemples

	Temps forts	Promotions	Evénements privés
Janvier		-30 % hébergement	
Février	Offre saint Valentin		
Mars			Concert
Avril	Chasse aux œufs		

#2 Activer le bon canal de communication

	Evenements	Promotions	Fidélité
> Site	⊗	⊗	
> Emailing	⊗	⊗	⊗
> Réseaux sociaux	⊗	⊗	
> Ad words		⊗	

Coordonnées

22 Passage du parc - Centre Saphir

33240 Saint André de Cubzac

-

05 57 43 61 39

contact@digitwist.fr