

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

TOTAL : 90 K€ - 100 % DÉDIÉ À L'ACTION

1#

PLAN
D' ACTIONS
2021

BUDGET

RÉPARTITION PAR
MARCHÉS

RÉPARTITION PAR
ACTIONS

Contributions au collectif signature Massif des Vosges

ADT 70 + département
Territoire de Belfort +
Agglomération Belfort +
OT Luxeuil
29%

Apports filière
itinérance pour
valorisation des
offres sous la
signature
4%

Apports filière
patrimoine pour
valorisation des
offres sous la
signature
10%

CRT
57%



1#

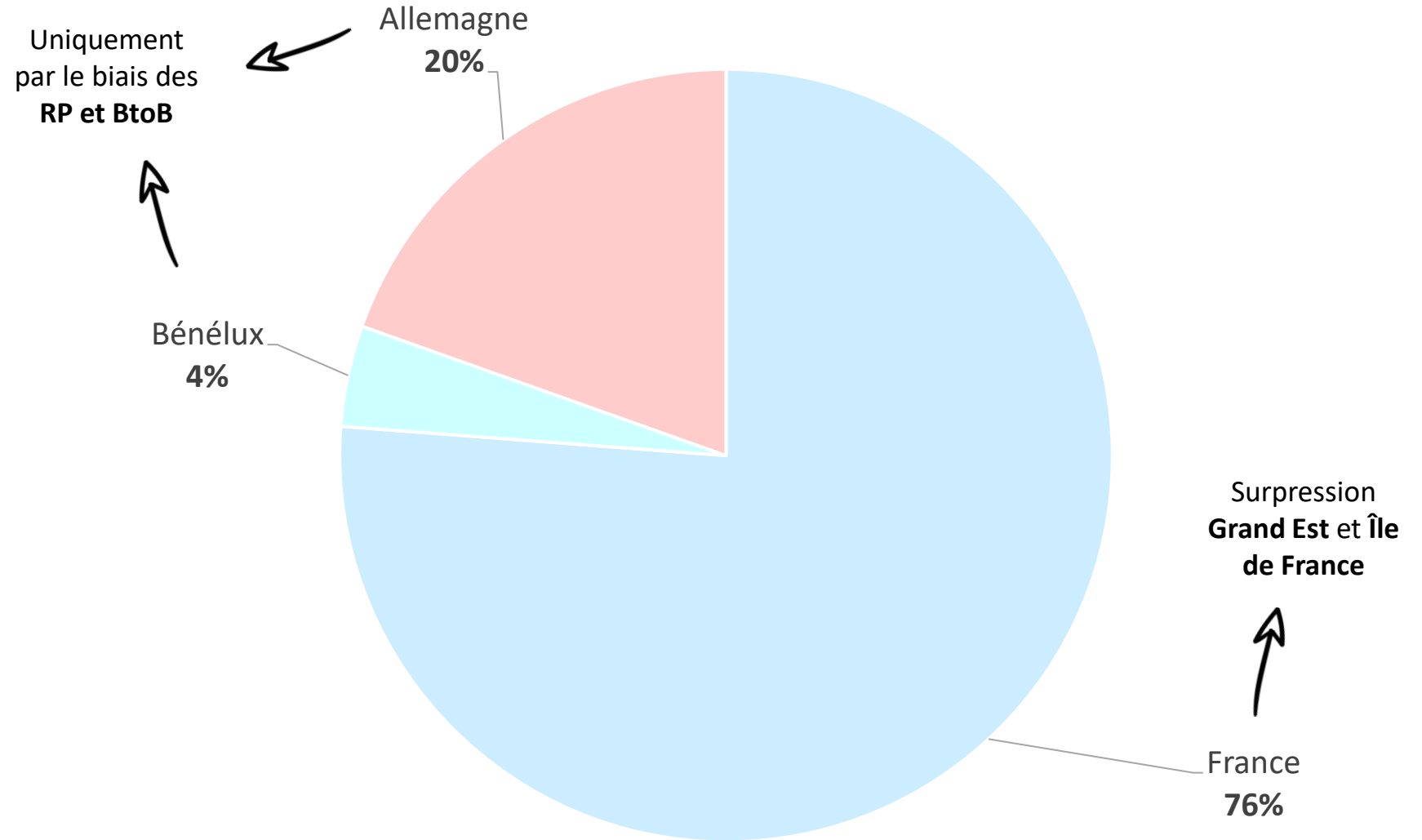
PLAN
D' ACTIONS
2021

BUDGET

RÉPARTITION PAR
MARCHÉS

RÉPARTITION PAR
ACTIONS

Répartition sur les marchés priorisés



1#

PLAN
D' ACTIONS
2021

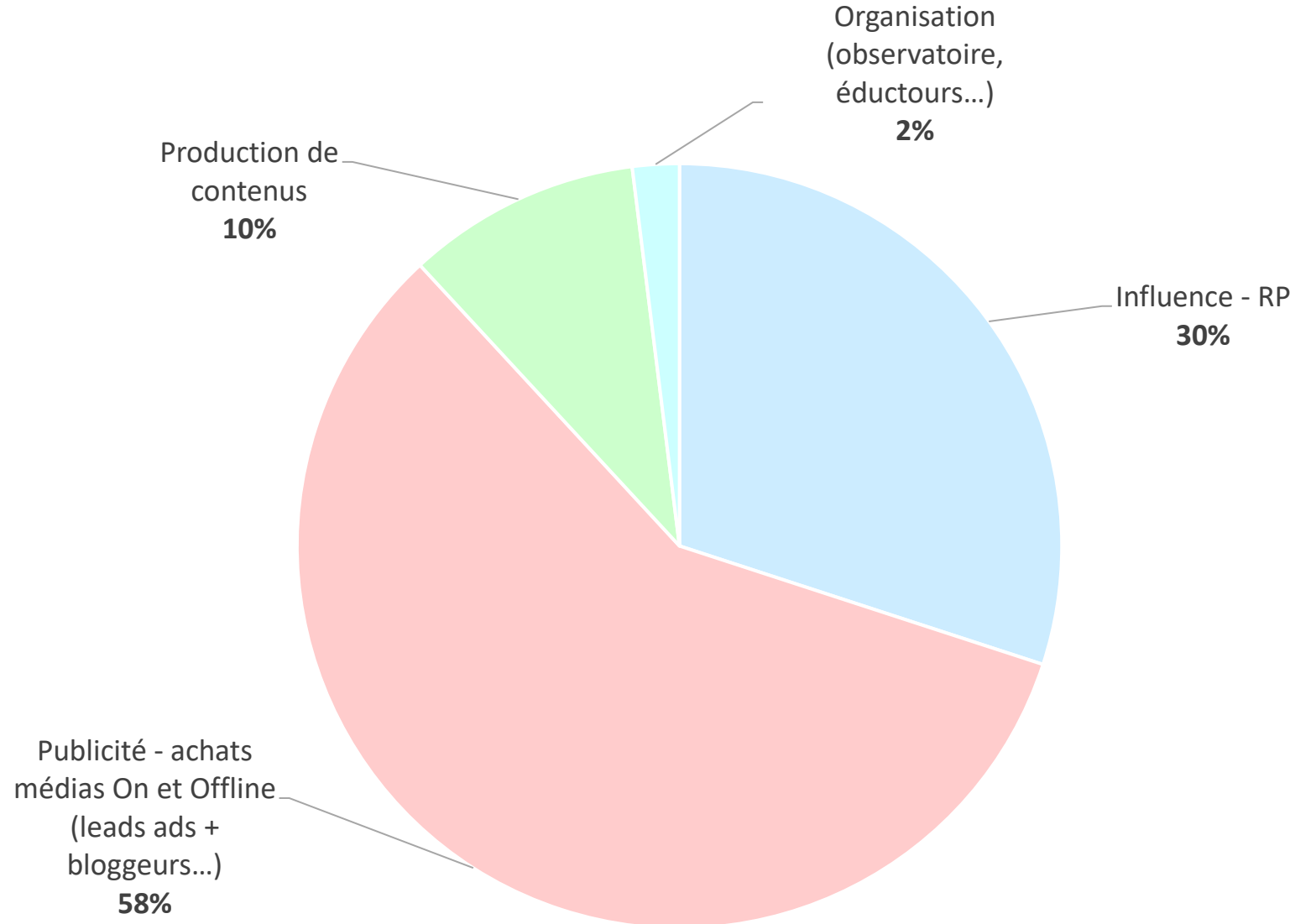
BUDGET

RÉPARTITION PAR
MARCHÉS

RÉPARTITION PAR
ACTIONS



Répartition par type d'actions



1#

PLAN D' ACTIONS 2021

BUDGET

RÉPARTITION PAR MARCHÉS

RÉPARTITION PAR ACTIONS

B – PUB - MÉDIAS


MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

PLAN D' ACTIONS PROPOSÉ SUR 2 ANS

- **2021 – Capitaliser sur des actions efficaces**
 - Développer une campagne de lead ads (Facebook et Instagram) pour capter de nouveaux abonnés avec l'agence Mydestination du CRT = constitution d'un fichier d'abonnés e-letter
 - Optimiser des contenus sur le site de Massif des Vosges en faveur du référencement naturel avec le travail de l'agence du CRT en fonction des objectifs marketing fixés
- **2021 – Construire collectivement des réflexions sur des projets**
 - Réflexion en cours pour un partenariat avec Massif des Vosges afin d'obtenir le tracking Web des offres du Sud du Massif des Vosges (en lien avec l'agence Think my Web du CRT)
 - Créer un comité éditorial partagé afin de développer des contenus pertinents en 2021 (24h/48h à..., tops, les pépites...)
 - Envoi de newsletters à destination des nouveaux prospects en collaboration avec les filières

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

BUDGET

RÉPARTITION PAR MARCHÉS

RÉPARTITION PAR ACTIONS

B – PUB - MÉDIAS


MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

PLAN D' ACTIONS PROPOSÉ SUR 2 ANS

○ 2022

Grâce au travail intense sur les contenus (comité éditorial et la création de contenus photos-vidéo discuté dans le point suivant) :

- Accentuer les news à destination des prospects et selon les objectifs marketing fixés
- Réflexion autour de la mise en place de dark post > sponsorisation
- Etudier la possibilité d'intégrer Pinterest ? (selon stratégie menée par Massif des Vosges)
- Poursuivre la conquête de lead afin d'augmenter le nombre d'abonnés

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

BUDGET

RÉPARTITION PAR MARCHÉS

RÉPARTITION PAR ACTIONS

C – PRODUCTION DE CONTENUS


MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

PRODUCTION DE CONTENUS

- Externalisation pour création de d'articles dédiés (articles spécifiques via rédacteurs ou influenceurs, contenus autres (si newsletter par exemple... ?)
- Externalisation pour la production de contenus photos/vidéos propres à la signature du Sud du Massif des Vosges

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

ACTIONS DÉFINIES Printemps – été 2021

- Publication d'une double-page « Patrimoine en Vosges du Sud » dans le Magazine ZUT! Lorraine et la magazine ZUT! Strasbourg qui paraîtront début juillet
- Intégration d'une page de publicité dans le magazine M le Monde en 3^{ème} de couverture (Patrimoine) – publication le 02 juillet
- Intégration d'une page de publicité dans le magazine ELLE Tourisme et Culture au cœur du magazine (Itinérance) – publication du 02 juillet
- Publi-rédactionnel d'une page dans le nouveau magazine du Routard – publication le 29 juillet avec en parallèle un dispositif digital « la petite échappée » permettant de valoriser les offres itinérance des Vosges du sud
- Mise en place d'un reportage photo-vidéo Vosges du sud selon les besoins identifiés
- Actions presse (accueil presse journalistes français, communiqués de presse marché français et étranger : allemand, belge et néerlandais)

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

ACTIONS DÉFINIES automne 2021 sur crédits restants

- Campagne de leads ads sur les RS afin de récupérer des prospects Vosges du sud
- Dispositifs de pub-médias à définir avec le collectif

1#

PLAN D' ACTIONS 2021

ACTIONS MENÉES EN PARALLÈLE

- Structuration de la signature en correspondance avec Massif des Vosges (expression de la signature, déclinaison graphique...)
- Mise en place d'un groupe « création de contenus » afin de recenser les offres et imaginer les angles pertinents des pages web, articles... en correspondance avec les clientèles priorisées
- Réflexion et travail sur les personae, les marchés prioritaires et les données marketing de la signature