

PROPOSITION DE CAMPAGNE - 4 SAISONS

We Like Travel pour Monts de Genève



VOTRE DEMANDE

Mise en place d'une campagne digitale multicanale pour valoriser la destination sur les 4 saisons

- Réaffirmer le positionnement de la destination et valoriser la complémentarité des POI/activités au rythme des saisons (qui donnent la personnalité au territoire)
- Proposer une campagne tournée vers les expériences marketées de l'OT avec une offre phare par saison - pour capitaliser sur la création des pages web spécifiques à ces sujets
- Toucher une cible locale : habitants, régionaux et vacanciers de passage
- Étendre le territoire de visibilité de la destination en activant de nouveaux leviers digitaux

NOTRE APPROCHE

Une campagne 4 saisons

Une campagne 4 saisons est une excellente idée pour valoriser la destination et votre offre dans son entièreté.

Nous souhaitons néanmoins aller plus loin dans ce concept, et éviter des phases de campagnes trop rythmées/ échelonnées dans le temps.

Notre objectif est de favoriser une visibilité de la destination en fil rouge et tout au long de l'année. Nous préconisons de lier et fusionner certaines phases de campagne.

En parallèle d'une offre phare par saison, nous vous proposons également de promouvoir un bouquet d'offres permettant de concentrer l'intérêt de la destination, et valoriser un nombre plus important de vos prestataires.

NOTRE APPROCHE

Une campagne multicanale

L'activation de nouveaux canaux est très intéressante et ambitieuse. Elle renforce la visibilité et l'animation de la marque sur de multiples points de contacts. Cependant, il ne faut pas oublier non plus la performance et la rentabilité de ces campagnes :

- Distiller des micro-investissements sur de multiples canaux risque de dissoudre les résultats
- Méta est le réseau mass média qui nous permet de toucher une audience conséquente et qualifiée - dans des coûts raisonnables
- L'activation pour la première fois de nouveaux canaux, généralement plus onéreux, ne nous permet pas de capitaliser sur un historique de campagne/audiences pour diminuer les coûts d'acquisition.

Dans une enveloppe d'achat d'espace limitée, nous vous recommandons donc de rester concentrés en majorité sur les canaux Facebook/Instagram. Néanmoins, nous vous proposons de tester de nouveaux leviers lors d'activations ponctuelles.

NOTRE APPROCHE

Un ciblage précis autour d'une audience locale

Nous préconisons d'adapter les cibrages en fonction des différentes phases de campagne.

En priorité, nous nous focaliserons sur une **audience à +3h d'Annemasse**. Comprenant les habitants et les personnes de passage.

Puis selon les différentes phases de campagne, nous ajusterons les cibrages par centre d'intérêt. La mécanique de campagne nous permet également de mettre en place un système de retargeting, permettant de retoucher les audiences intéressées en leur adressant de nouveaux messages sur toute l'année

A hiker wearing a straw hat, a red and black plaid shirt, black leggings with a 'Columbia' logo, and a tan backpack stands on a rocky outcrop. The hiker is looking out over a vast valley. In the distance, a large city is visible, followed by a large body of water (a lake or bay) and more distant mountains under a cloudy sky. The foreground consists of light-colored, jagged rocks and some green vegetation. A white dashed line runs across the middle ground, separating the hiker from the valley below.

PLAN MEDIA

MÉCANIQUE DE CAMPAGNE

Avril

Mai

Juin

Juillet

Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre

1



Campagne de notoriété
printemps/été
Méta



Campagne de notoriété
automne / hiver
Méta

2



Campagne de trafic
retour aux sources
Collection offres
Méta



Campagne de trafic
Salève Insolite
Collection offres
Méta



Campagne de trafic
Au fil de l'art
Collection offres
Méta



Campagne de trafic
L'hiver autrement
Collection offres
Méta

3



Campagne de trafic
Salève Insolite
Pinterest



Campagne de trafic
L'hiver autrement
Pinterest