

LISTE DE CONTRÔLE RELATIVE À L'EXPLOITATION DE NOUVEAUX MARCHÉS TOURISTIQUES

Les marchés de visiteurs internationaux sont importants pour soutenir le secteur du tourisme, mais les entreprises doivent également se tourner vers le marché intérieur et proposer des produits et services qui intéresseront les personnes proches de chez elles.

Suivez cette liste de contrôle pour créer un cadre de travail qui aidera votre entreprise à attirer des membres des marchés intérieurs.

ÉTAPE 1 ► Définissez le marché

Qui sont les nouveaux consommateurs?

Posez-vous les questions suivantes :

- ▶ Où vivent-ils? Quel est leur profil démographique/socioéconomique?
- ▶ Quels sont leurs valeurs, leurs attitudes, leurs intérêts et leur mode de vie? Qu'est-ce qui est important pour eux (par exemple, temps en famille, aventures en plein air, expériences de luxe)?
- ▶ Quelle est la taille de ce marché? Est-il en croissance ou en déclin?
- ▶ Quelles tendances les membres de ce marché suivent-ils?

Quels sont les besoins de ces clients?

- ▶ Quel type de voyage les intéresse?
- ▶ Quelles sont leurs habitudes d'achat?
- ▶ Ont-ils besoin d'aménagements particuliers?

ÉTAPE 2 ► Déterminez ce que vous pouvez offrir

Que pouvez-vous offrir de plus que votre concurrent à ce client?

Qu'offrez-vous actuellement? Est-ce que ce public cible en a besoin, ou devez-vous procéder à des ajustements?

Qu'est-ce que ce marché serait prêt à payer pour vos services?

Y a-t-il d'autres produits ou services que ces clients aimeraient obtenir?

ÉTAPE 3 ▶ Apprenez à connaître vos concurrents

Qui sont-ils? Où sont-ils situés?

Quels produits et services offrent-ils? Sont-ils différents des vôtres? Si oui, de quelle façon?

Comment décririez-vous leur marque/image?

Que font-ils pour attirer les membres de votre public cible?

Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses?

Quelles sont les stratégies que vous pourriez utiliser pour obtenir un avantage concurrentiel sur eux?

ÉTAPE 4 ▶ Décidez de votre prochaine action

Après avoir analysé le nouveau marché, déterminez s'il est possible de s'adresser à ce public cible.

Y a-t-il d'autres marchés que vous devriez également cibler?

Ce marché bénéficie-t-il d'un soutien communautaire?

STEP 5 ▶ Envisagez le marketing

Comment ferez-vous connaître votre entreprise auprès de votre nouveau marché cible? Quelles sont les tactiques promotionnelles auxquelles ils réagissent le mieux?

Comment pouvez-vous adapter vos tactiques de service à la clientèle pour rejoindre ce marché?