



Campagnes Web Marketing France 2020

Dossier technique

Direction du Marketing et de la Communication

Stéphanie Durand-Keller - sdurandkeller@herault-tourisme.com - 04 67 67 71 15

David Queffelec – dqueffelec@herault-tourisme.com – 04 67 67 71 24

Laure Lutzel – llutzel@herault-tourisme.com – 04 67 67 71 02

Le dispositif de la campagne e-marketing France 2020 conserve ses objectifs fondamentaux :

- **Maintenir un volume de prospects qualifiés** dans la base de données tout en confortant la qualité des contenus des e-news à travers le nombre de clics générés.
- **Acquérir entre 100 000 et 150 000 nouveaux prospects** pour maintenir un socle d'environ 250 000 – 300 000 prospects qualifiés dans la base.
- **Faire évoluer les taux d'ouverture et les taux de clics au-dessus des moyennes nationales** (respectivement 18 et 12%).
- **Favoriser la fréquentation de la destination à l'année via des envois de news moins concentrées.**

Rappel des résultats 2019 :

La base de données partenariale est estimée à environ 350 000 prospects.

- **Une quarantaine d'e-news** partenariales adressées à **2,8 Millions de prospects** (2,3 M en 2018).
- **656 000 e-news consultées** (ouvertes), soit un taux d'ouverture de **23,7%**. 80 000 ouvertures supplémentaires par rapport à 2018.
- **Près de 80 000 clics** générés sur les contenus (65 000 en 2018), soit un taux de réactivité de **12%** (11% en 2018).

Le dispositif s'articule en 2 axes : acquisition de nouveaux prospects qualifiés et envois de vos e-news :

1. Acquisition et qualification de 100 000 nouveaux prospects qualifiés :

- Maintenir la base de données « France » à **350 000 adresses** en privilégiant la qualité des prospects.
- Collecte des prospects via des outils de corégistration « média » : ciblage de bases dédiées aux pratiques d'activités, centre d'intérêts et profils de clientèles.
- Les femmes, les familles, les amateurs de vins, et pratiquants d'activités de loisirs nature et nautiques demeurent nos cibles prioritaires.
- En parallèle et tout au long de l'année, des campagnes de recrutement vont être déployées sur les réseaux sociaux.

Ces campagnes prises en charge par Hérault Tourisme ont pour objectif de recruter de nouveaux prospects via les articles proposés par les partenaires dans leurs news ou des dotations.

Tous les prospects acquis intégrés à la base de données partenariale et mis au service des partenaires lors de l'envoi des e-news.

2. **E-newsletters partenariales** : toute l'année nous mettons à votre disposition nos outils de GRC (e-mailings) pour adresser vos e-news à la demande (**4 e-news/an**) aux prospects correspondant à vos clientèles cibles sur la France (mais aussi les belges et suisses présents dans la base de données).
 - **Ces newsletters vous sont dédiées** et déclinent vos évènements, offres de séjour, contenus éditoriaux, vidéos... Les liens des news renvoient vers vos sites web.
 - **Deux objectifs prioritaires pour 2020** :
 - **Garantir** pour chaque e-news partenariale un volume de destinataires de **40 à 50 000 mails** et des taux d'ouverture et de réactivité au-dessus des moyennes nationales (respectivement 18 et 12%).
 - **Qualifier les contenus** :
 - Répondre aux attentes des clients.
 - Adapter le nombre de contenus par news selon leurs pertinences.
 - Favoriser le croisement des thématiques par news.
 - Diversifier et valoriser les messages.

Eléments techniques

à retourner avant le 7 février 2020

à Stéphanie, sdurandkeller@herault-tourisme.com (04 67 67 71 15)
et David, dqueffelec@herault-tourisme.com (04 67 67 71 24)
et Laure, llutzel@herault-tourisme.com (04 67 67 71 02)

1. Retroplanning des envois de news :

Merci d'indiquer les dates d'envoi de vos 4 news souhaitées en complétant le tableau sur le lien suivant (Onglet France) :

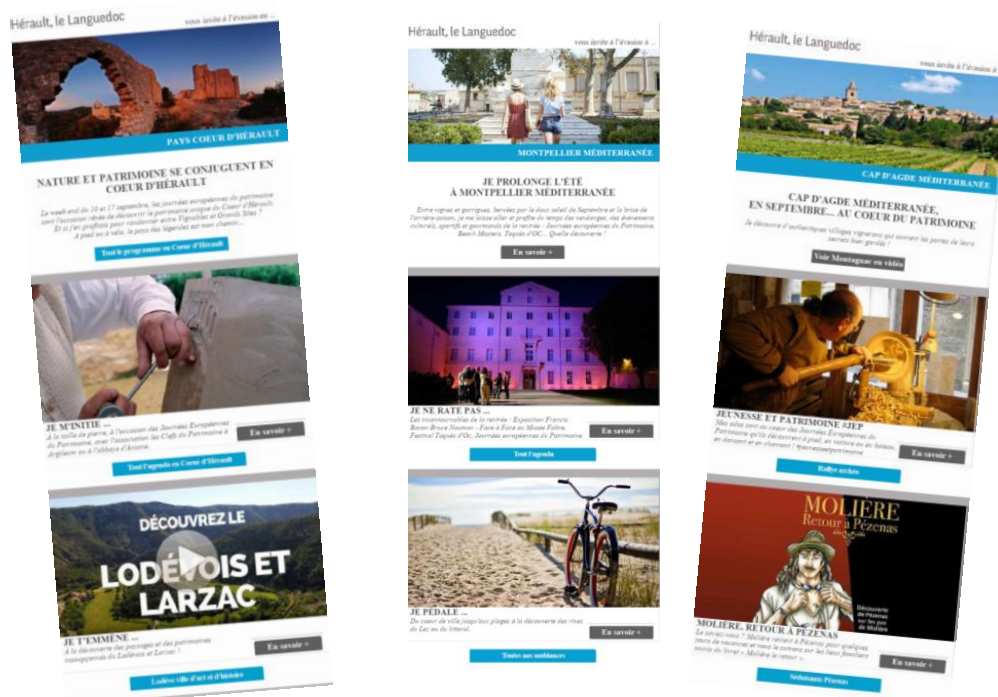
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_bVo1MPDFTVT382Nr38yNvQgJfGhk_dMmpVFpyeb7aHw/edit?usp=sharing

Attention:

- Pour des raisons techniques, nous devons limiter les envois à 2 news par semaine et préconisons les mardis ou jeudis.
- La priorité sera accordée par ordre d'inscription.
- L'envoi de vos news sera espacé de 2-3 mois.

Sur le tableau, vous pouvez consulter les créneaux disponibles (cases avec fond violet) et indiquer vos dates d'envoi souhaitées en inscrivant le nom de votre destination dans une case violette vide.

Les cases grises correspondent aux week-ends, les cases bleues aux vacances scolaires et les cases vertes aux jours fériés.



2. Création des news :

Merci de compléter le tableau ci-dessous et de joindre pour chaque article un **visuel format paysage de minimum 600x308 pixels**.

- Vous avez la possibilité d'afficher **entre 4 et 7 contenus** de votre choix : offres de séjour, idée sortie, lieu à visiter, vidéo, témoignage, évènementiel...
- Chaque contenu est mis en avant par 1 visuel + 1 titre + texte + lien vers votre site web.
- Pour chaque contenu, vous avez la possibilité de rajouter un bouton renvoyant vers une offre générique.
Exemple : mise en avant d'1 camping puis un bouton renvoyant vers toute l'offre hébergement.
- Vous choisissez l'ordre et le type de contenus.
Ceux proposés dans le tableau sont des suggestions.

Les équipes d'Hérault Tourisme sont à votre disposition pour vous accompagner dans l'intégration des contenus de vos e-news.

Consultez les news 2019 ici : <http://www.adt-herault.fr/menu-principal/marketing/plan-d-actions-2019/gestion-relation-clients-200-1.html#2>



Hérault Tourisme

CAP D'AGDE MÉDITERRANÉE

MON VOYAGE EN TERRE D'ART ET D'HISTOIRE
Je tends l'oreille, j'aiguis mon regard et je vais par les ruelles, les places, les théâtres, les monuments, les vignobles, les musées... Ils me content leur histoire et me livrent leurs secrets. L'architecture, le terroir, les paysages, les saveurs, les savoir-faire... Génieux par nature, Cap d'Agde Méditerranée offre ces richesses en partage... Amateur d'art et d'histoire, je suis comblé !

Métiers d'art en vidéo

JE T'EMMÈNE À VÉLO...
Dans les vignobles de mon village. La vigne à perte de vue, les fruits mûrs prêts à être cueillis, la vendange, l'odeur du marc, c'est septembre !

Terroir et art de vivre

Week-end vélo et terroir

FIN D'ÉTÉ À PRIX DOUX !
*Je profite du bon plan : 2ème semaine à -50% ou 3ème semaine gratuite au Camping Ecologie Les Cigales*** à Pézenas.*

Bons plans hébergement

Dossier technique Campagnes Web Marketing France 2020

Date d'envoi : _____

Thématique : _____

Tableau à dupliquer pour chaque envoi de news :

	Type de contenu	Contenus
Contenu 1 : Edito <i>Présentation de la destination sur la thématique mise en avant</i>	Titre de la news	
	Texte d'intro de la news <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
Contenu 2 : Coup de coeur <i>1 lieu, 1 séjour, 1 activité, 1 rando, 1 balade...</i>	Titre : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	
Contenu 3 : Offre de séjour <i>1 offre de séjour, 1 hébergeur, 1 promo...</i>	Titre du type : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	
Contenu 4 : Idée sortie <i>1 lieu de visite en famille, 1 lieu ou 1 activité insolite ...</i>	Titre du type : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	

Dossier technique Campagnes Web Marketing France 2020

	Type de contenu	Contenus
Contenu 5 : Testé pour vous <i>Témoignage d'1 ambassadeur ou fan ou autre : 1 rando, 1 recette, 1 visite...</i>	Titre du type : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	
Contenu 6 : Vidéo <i>Vidéo liée à la thématique de la news</i>	Titre du type : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	
Contenu 7 : Agenda <i>Evènement phare</i>	Titre du type : <i>A ne pas manquer, on a testé pour vous, Bon plan, Coup de cœur...</i>	
	Texte descriptif <i>(110 caractères maxi)</i>	
	Lien	
	Bouton générique : titre et lien	

Liens réseaux sociaux :

- Facebook : _____
- Twitter : _____
- Youtube : _____
- Instagram : _____
- Autres... : _____
