



ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE - ÉTÉ 2017

 **CHAUDIÈRE
APPALACHES**
À VIVRE POUR VRAI

FAITS SAILLANTS

123 répondants - Pour la période du 1 mai au 30 septembre 2017

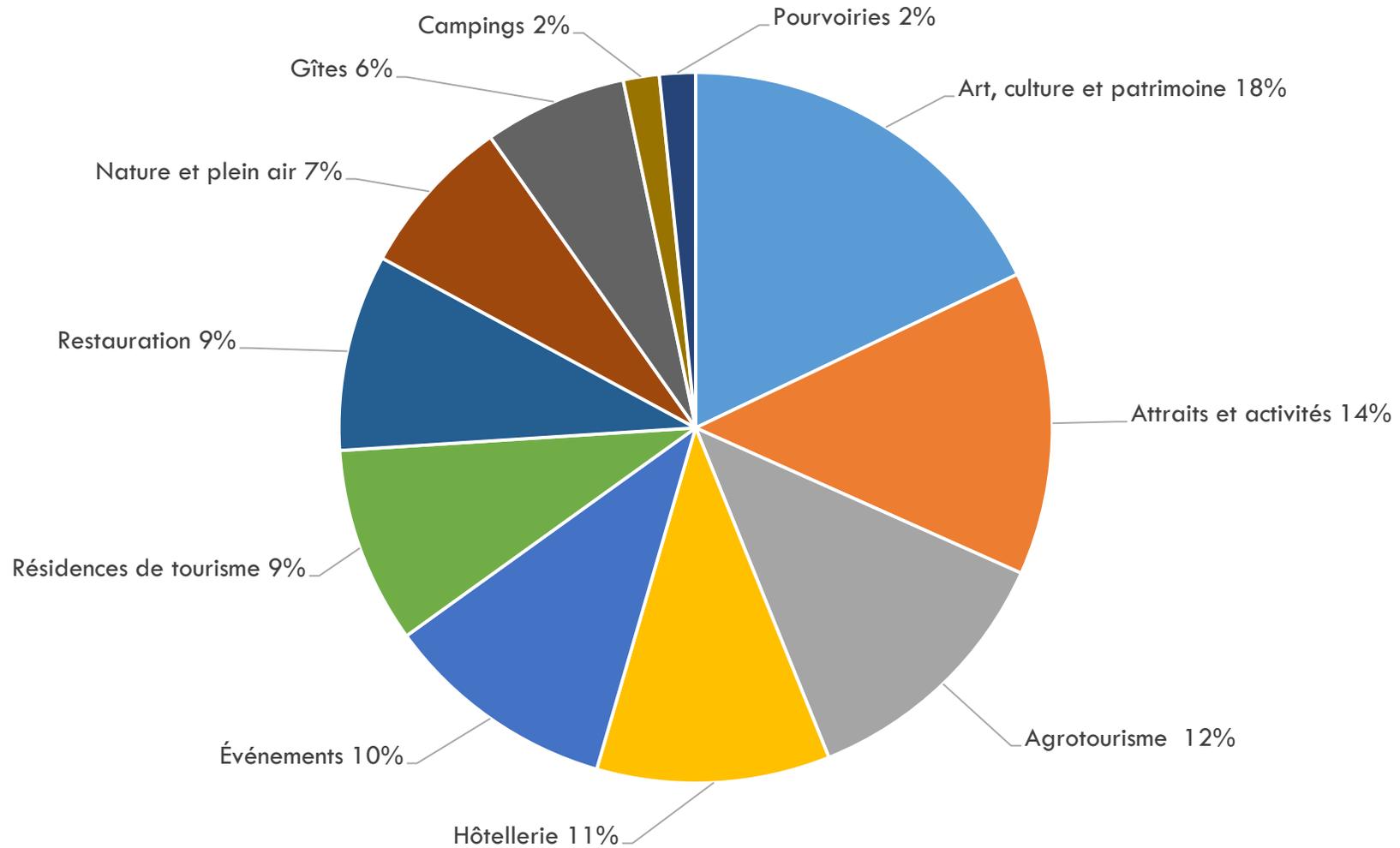
POINTS POSITIFS : EXCELLENTE SAISON TOURISTIQUE 2017

- 52% des membres ont connu une hausse de leur achalandage touristique
- Les dépenses touristiques sont également majoritairement en hausse.
- 60% de l'achalandage se situe dans les mois de juillet et d'août
- Les visites sur les sites Web des membres sont majoritairement en hausse.

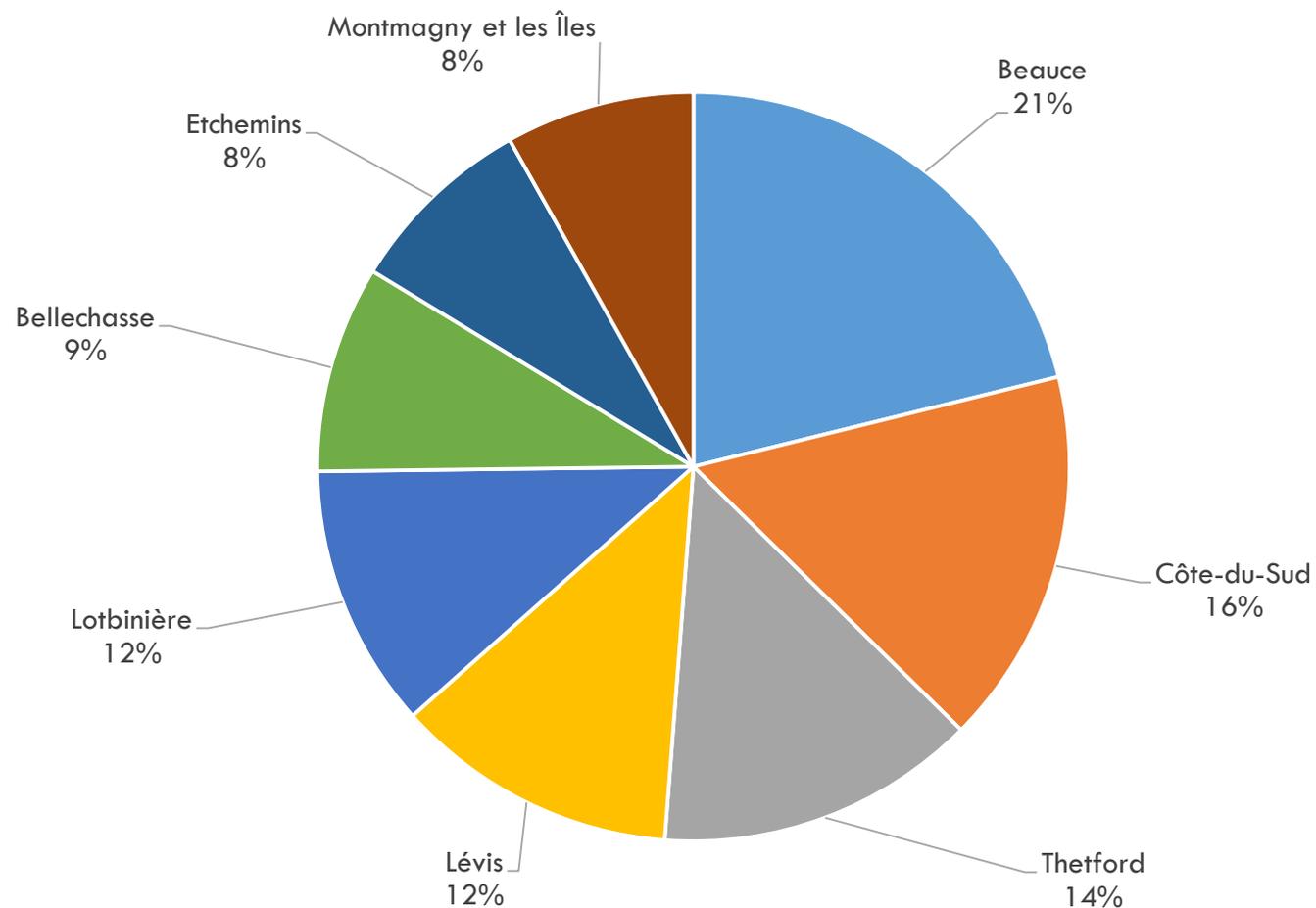
POINT À AMÉLIORER :

- Seulement environ 30% des entreprises possèdent des systèmes pour connaître la provenance et les moyens qui amènent les touristes chez eux. Ce point devra être de plus en plus considéré par les entreprises pour améliorer leurs stratégies et actions.

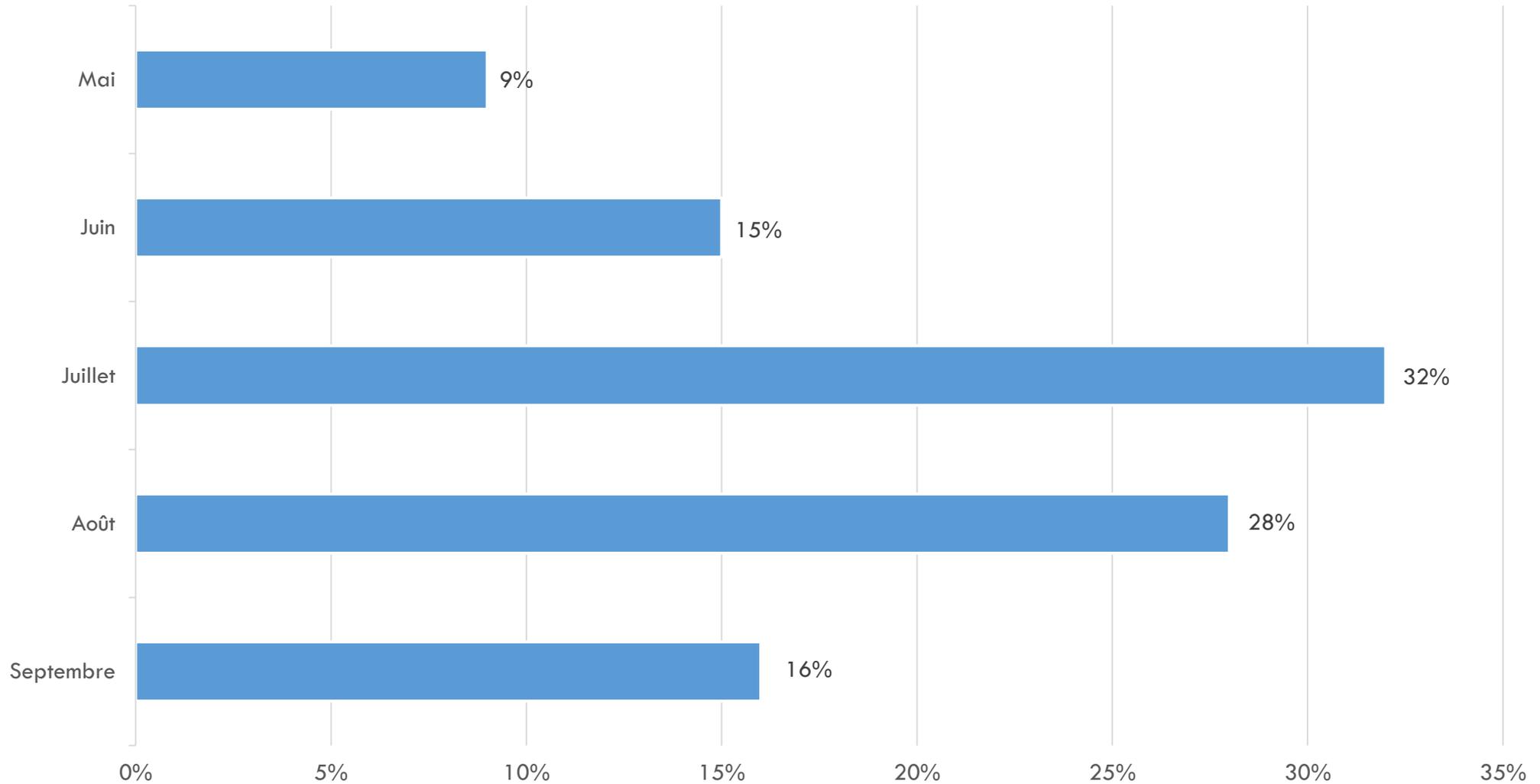
TYPE D'ENTREPRISE



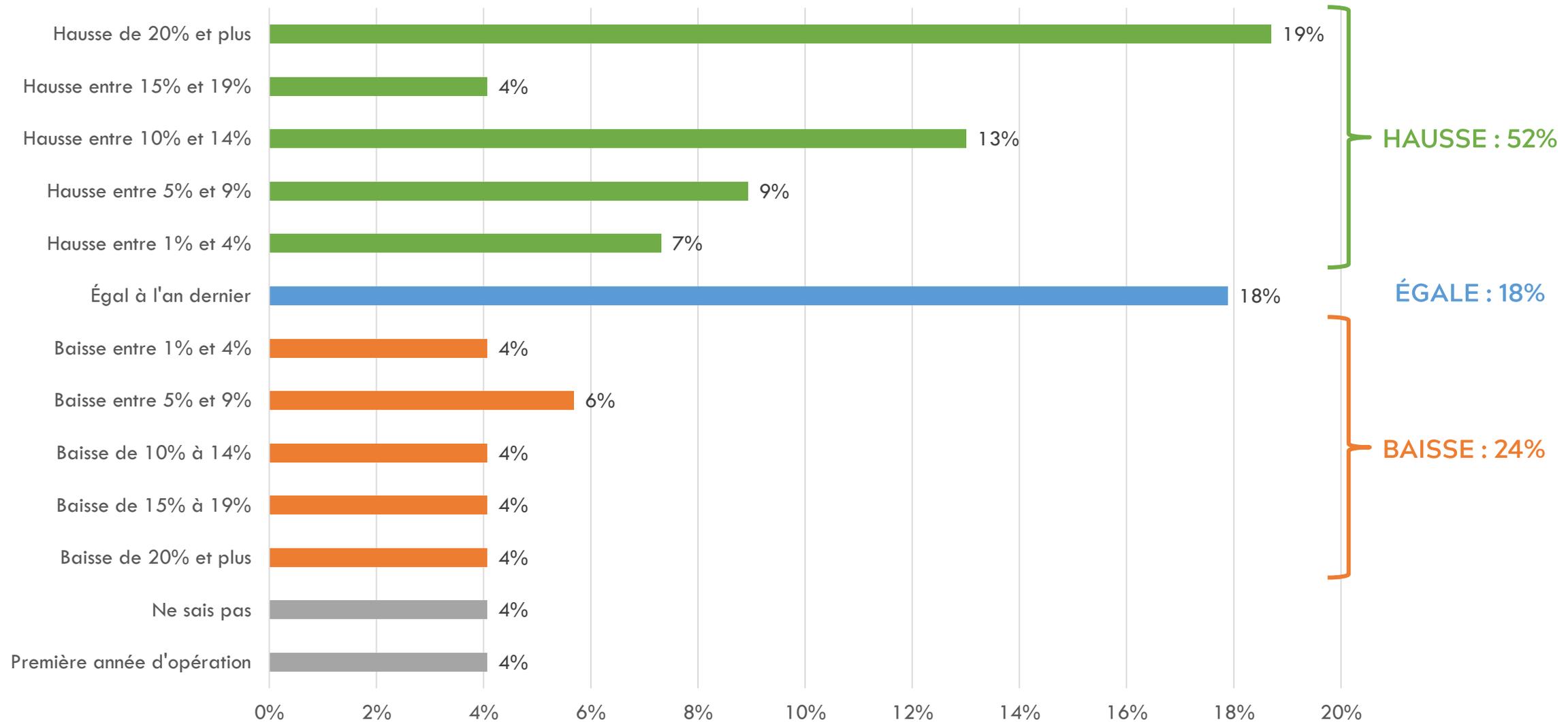
SECTEURS TOURISTIQUES DES RÉPONDANTS



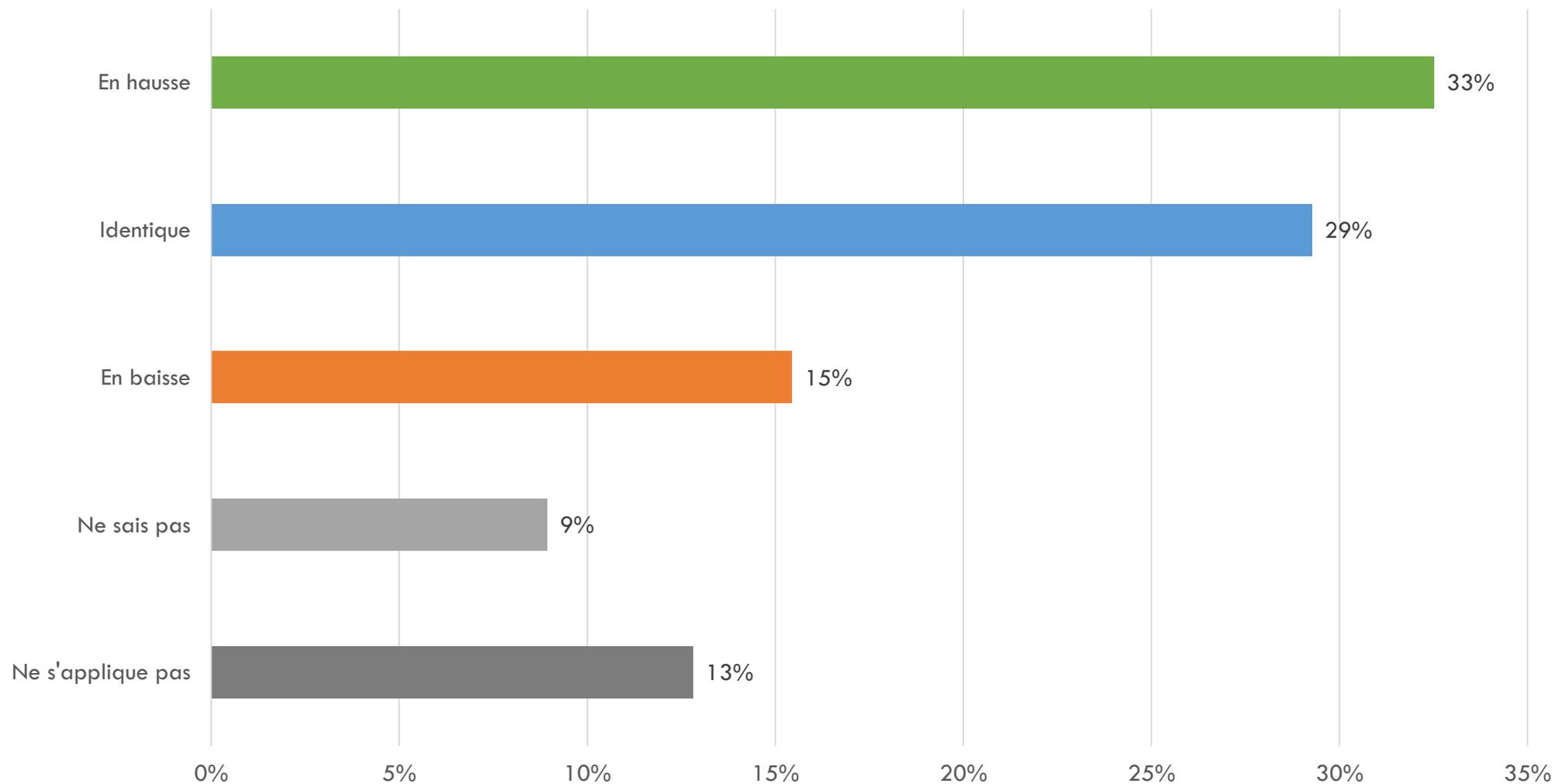
POURCENTAGE DE L'ACHALANDAGE SELON LE MOIS



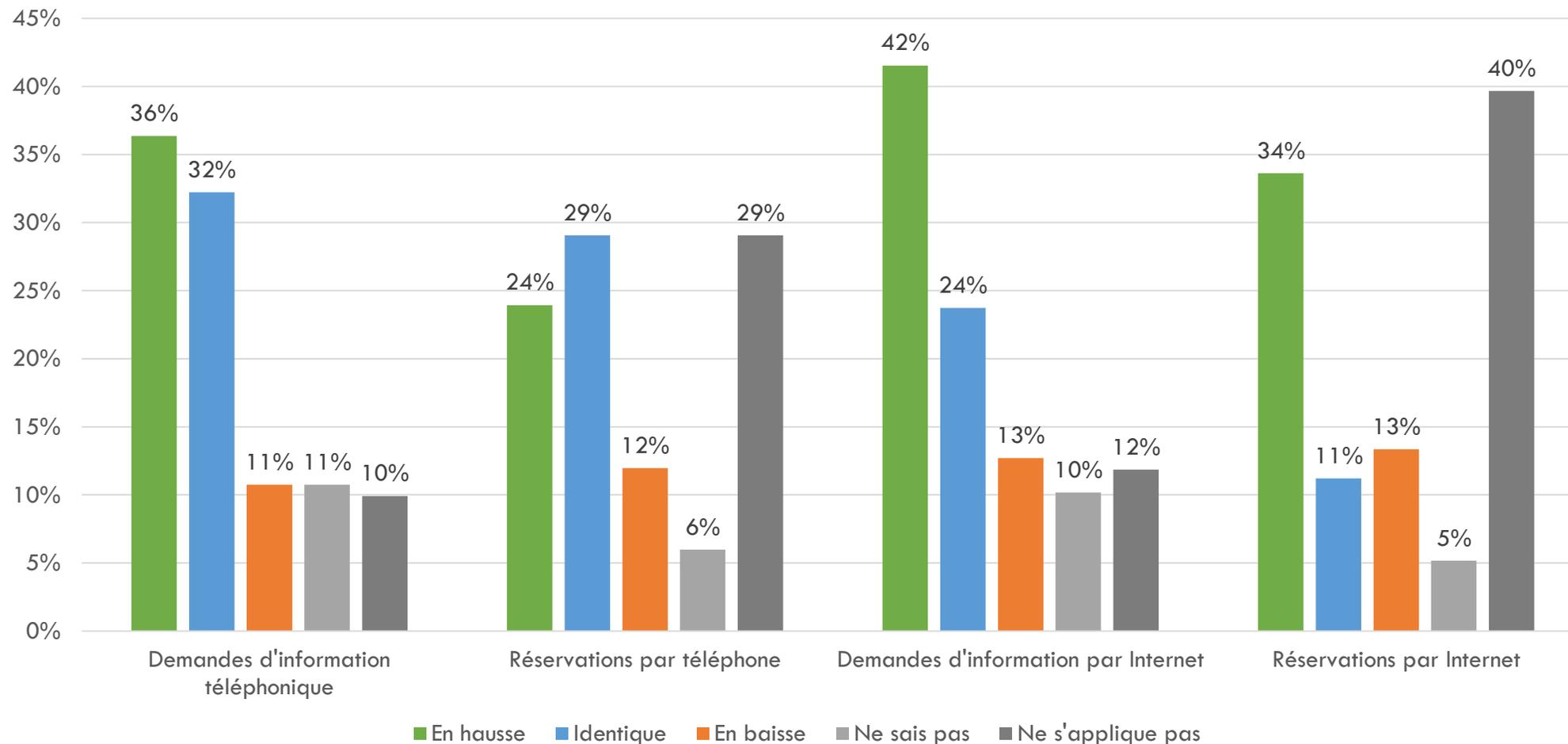
ACHALANDAGE 2017 PAR RAPPORT À 2016



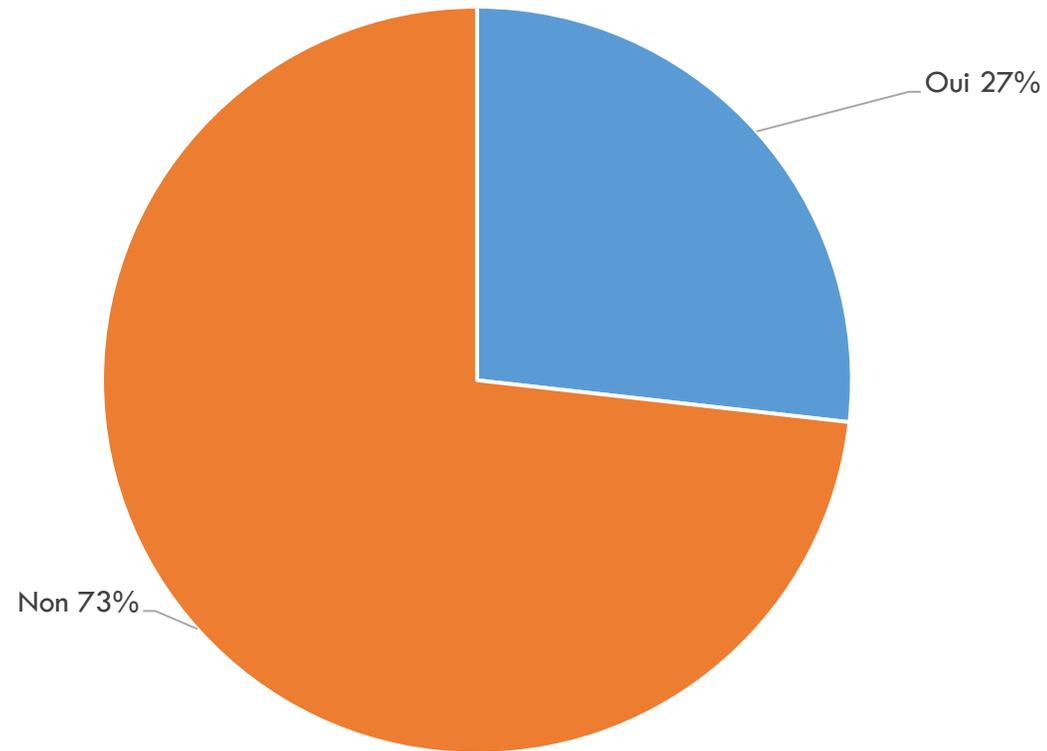
DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE 2017 PAR RAPPORT À 2016



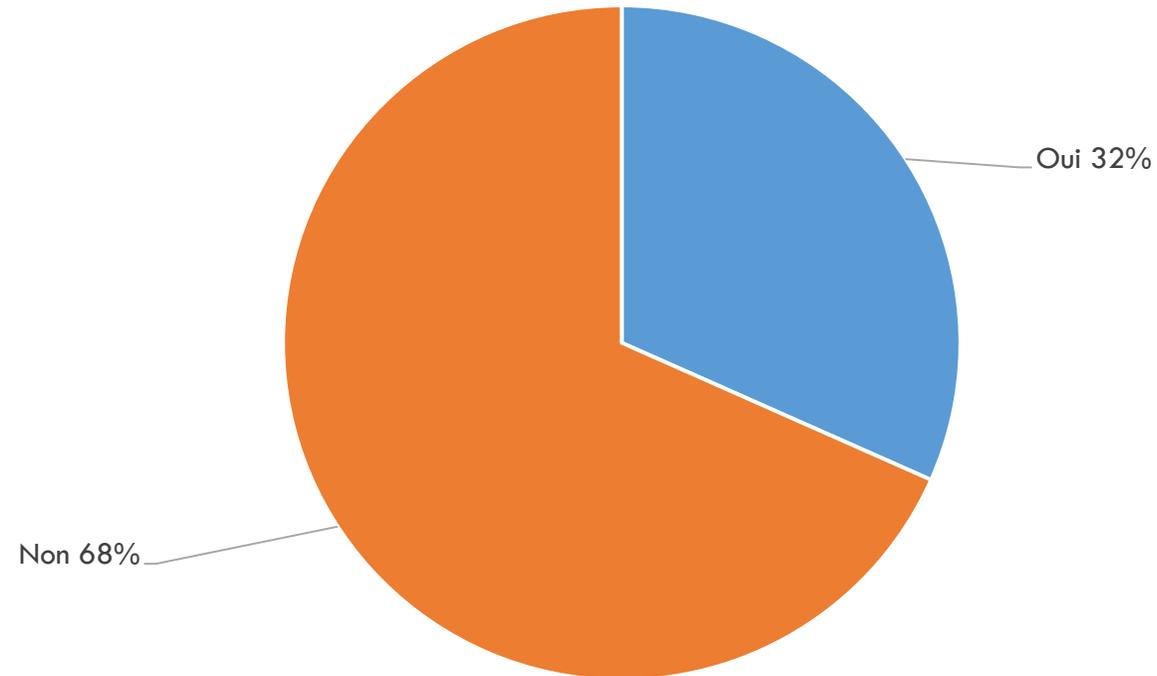
DEMANDES D'INFORMATION ET RÉSERVATIONS 2017 PAR RAPPORT À 2016



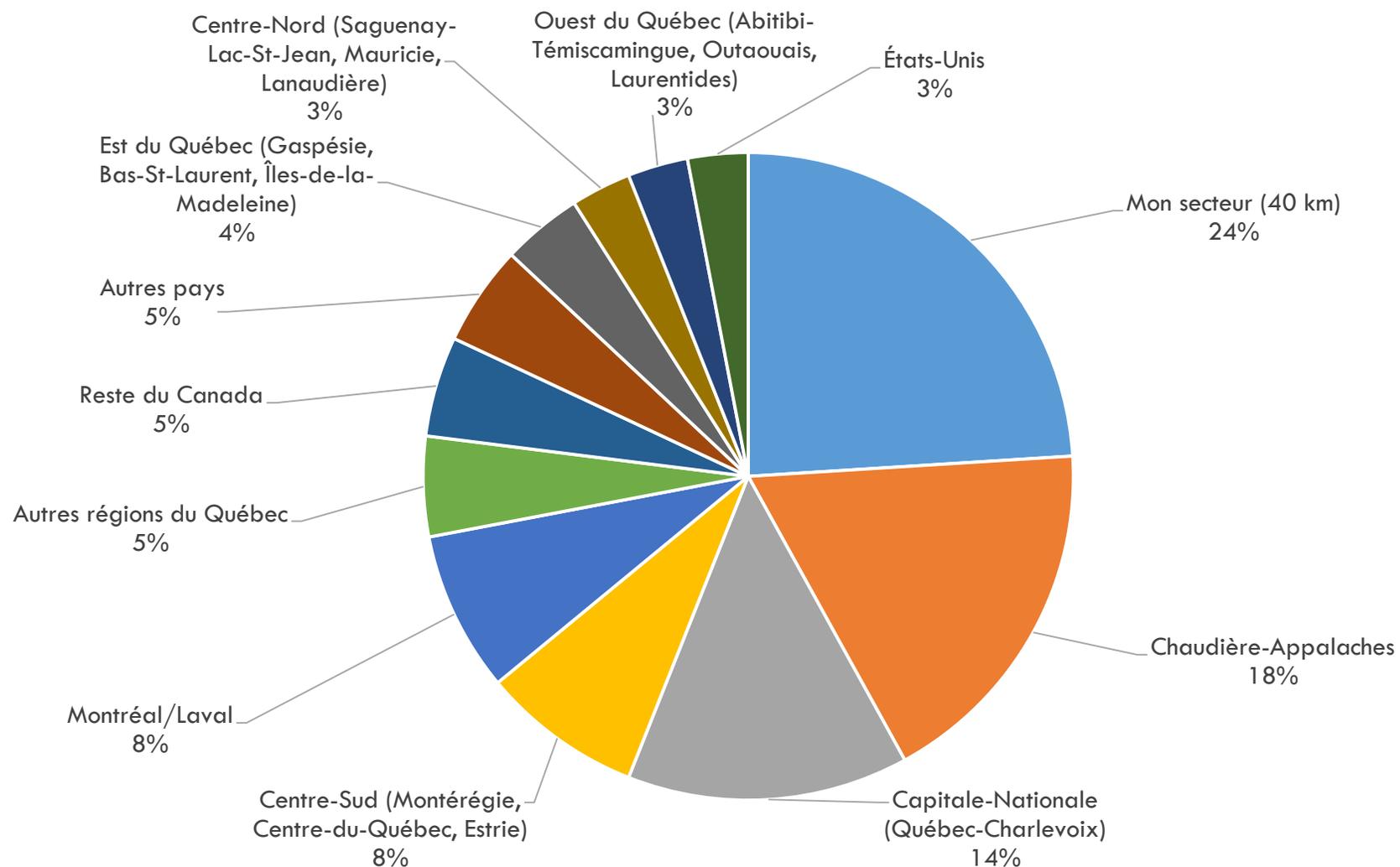
SYSTÈME À L'INTERNE POUR CONNAÎTRE « OÙ LA CLIENTÈLE A ENTENDU PARLER DE L'ENTREPRISE »



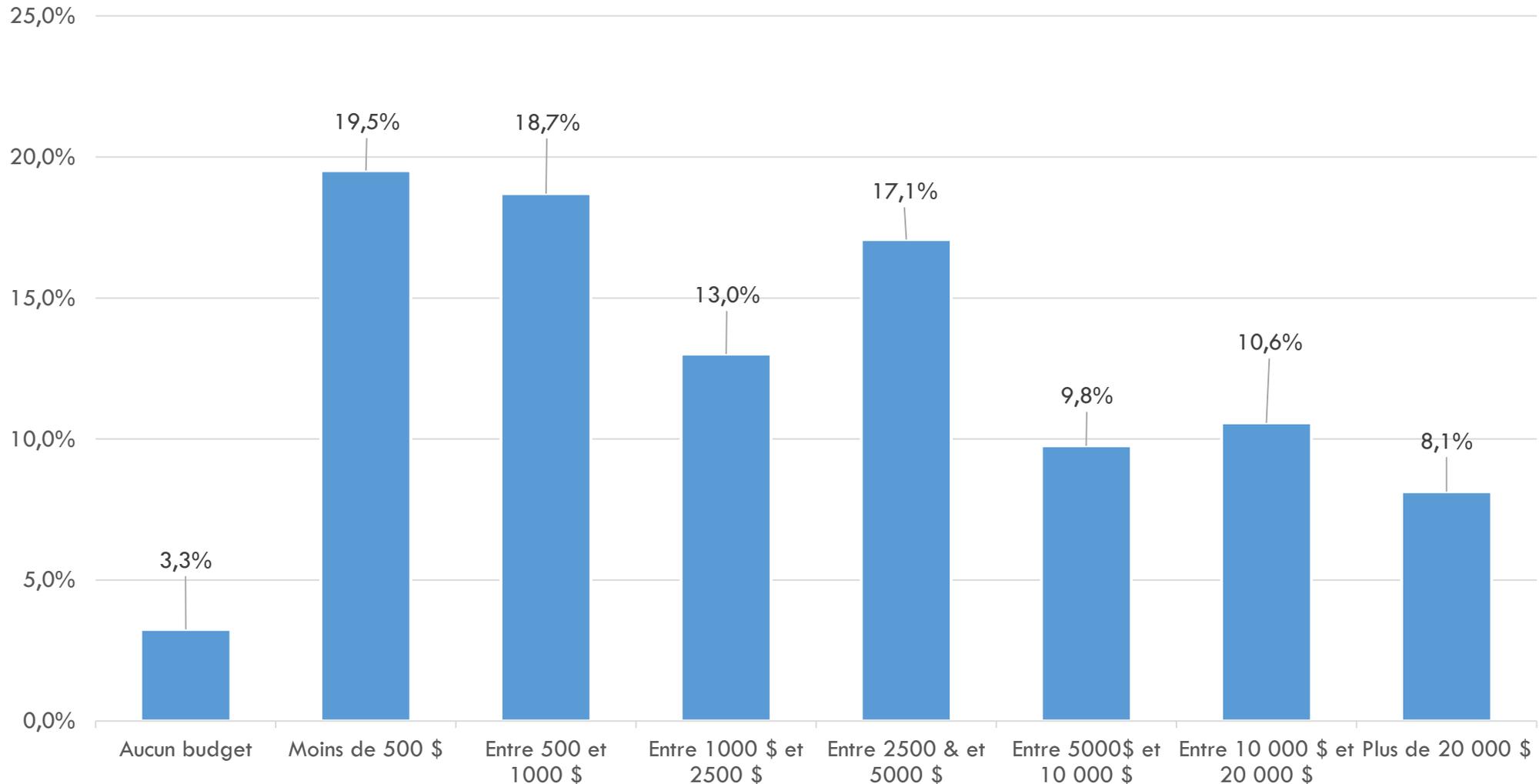
SYSTÈMES DE DONNÉES INTERNE SUR LA PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE DES CLIENTS



PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



BUDGET MARKETING DES MEMBRES POUR LA SAISON ESTIVALE 2017

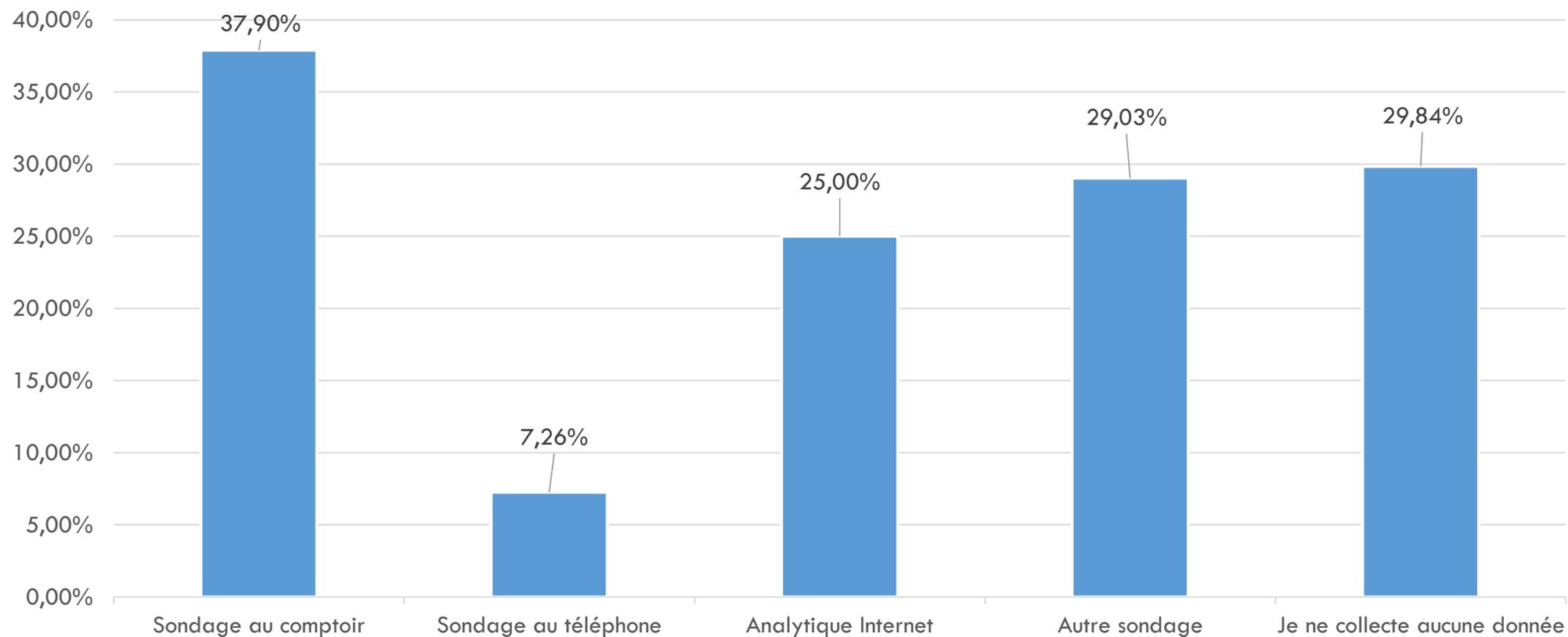


TOP 10 DES ACTIONS MARKETING RÉALISÉES PAR LES MEMBRES POUR LA SAISON ESTIVALE 2017

1. Publicité Facebook
2. Publicité Radio
3. Actions avec TCA (Infolettre, Guide touristique, Campagne)
4. Promotion avec mon secteur touristique (ex: Destination Beauce)
5. Publicité - Journal
6. Publicité Web + Référencement
7. Refonte Site Web
8. Dépliants
9. Outil promotionnel/Affichage
10. Concours

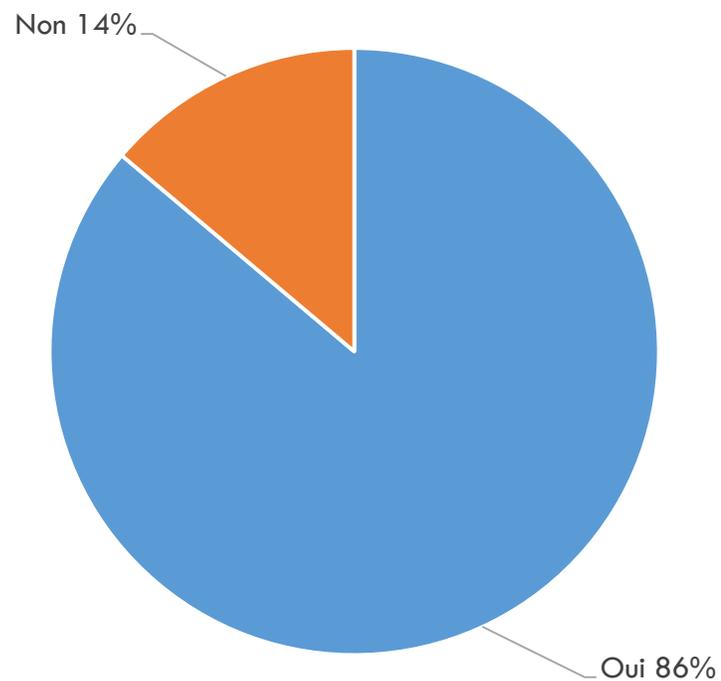
Autres : Promotion sur mon prix, Représentation dans des festivals
Salon, Site réservation en ligne, Affichage, Relation de presse, email marketing, Événements, Membre d'associations sectorielles, etc.

OUTILS DE MESURE POUR CONNAÎTRE LA CLIENTÈLE

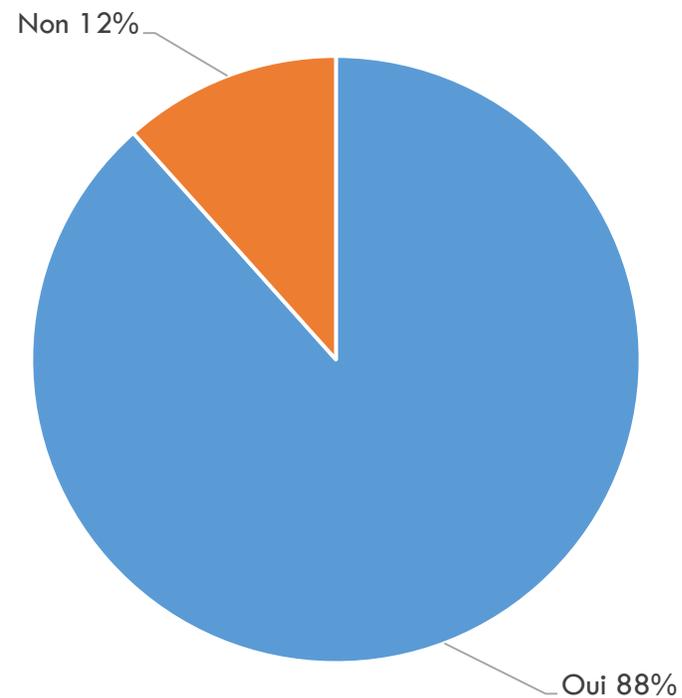


SITE INTERNET ET PAGE FACEBOOK

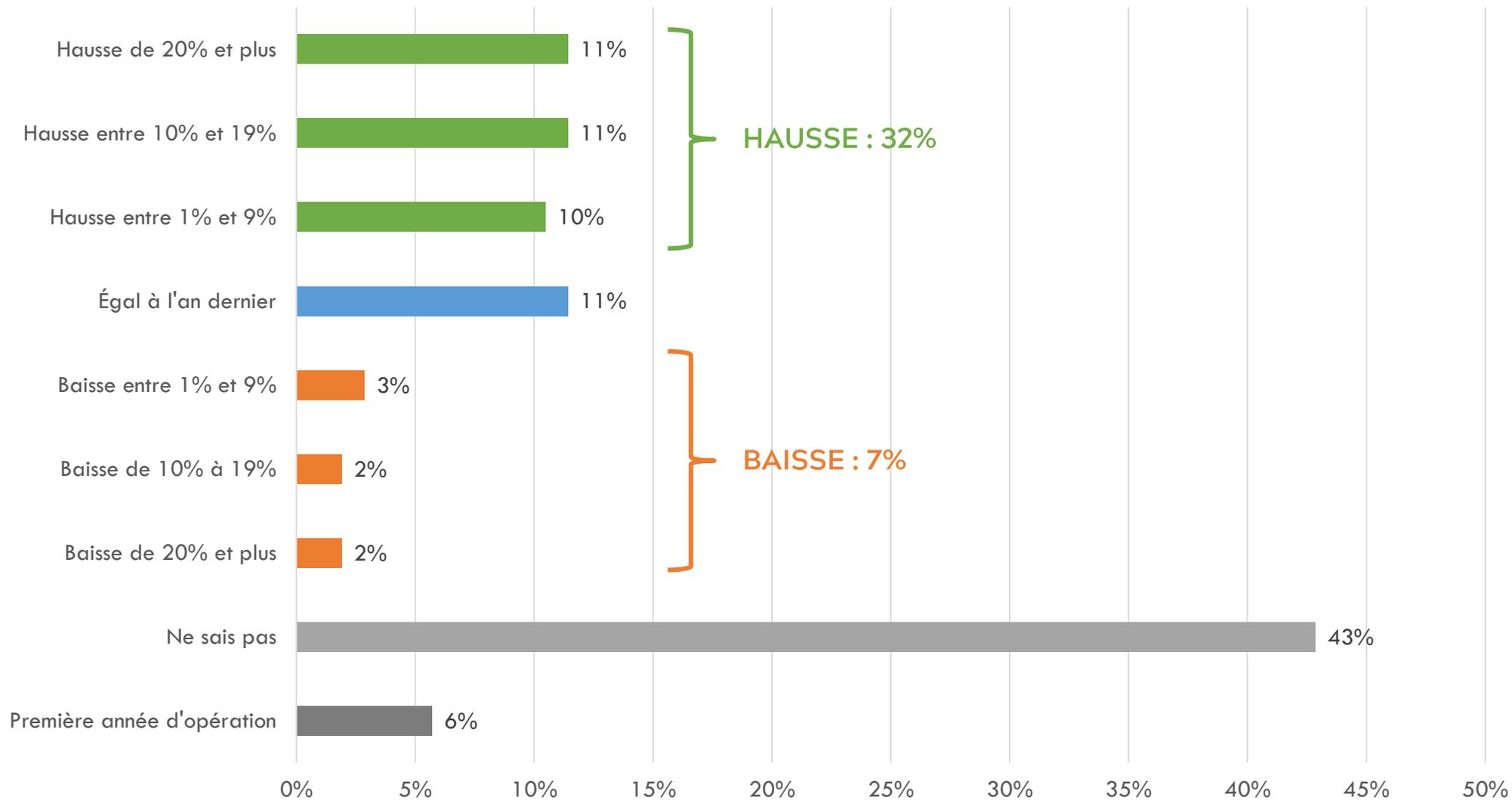
Site Internet



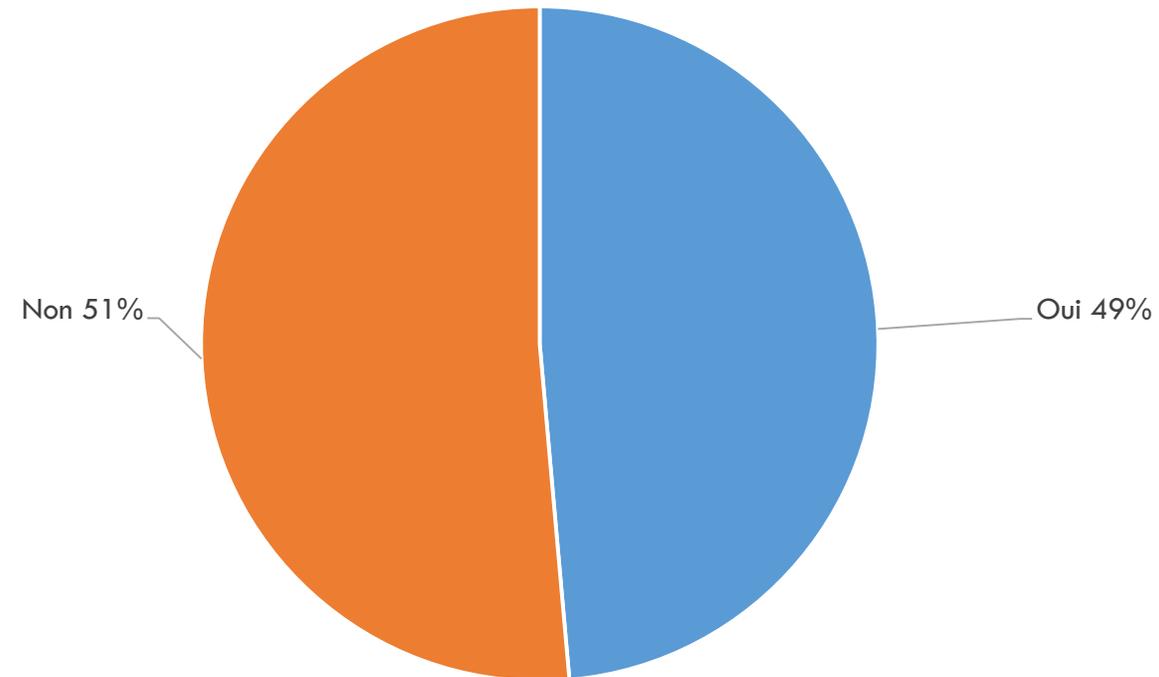
Page Facebook



ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION SITE INTERNET 2017 PAR RAPPORT À 2016

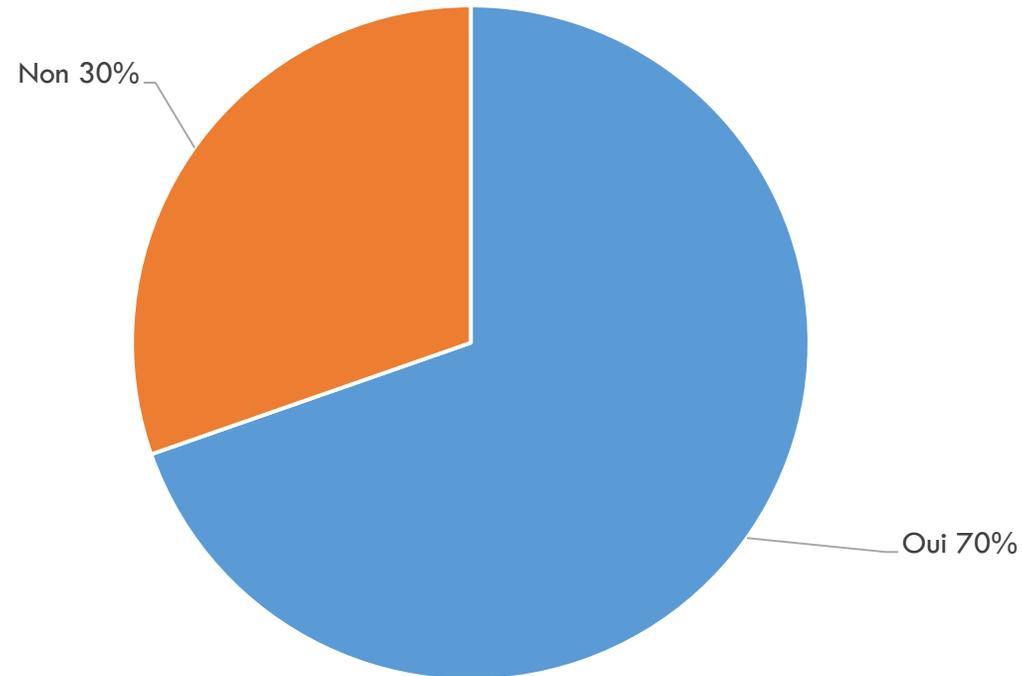


HYPERLIEN VERS LE SITE DE TCA



123 répondants

PRIS CONNAISSANCE DU NOUVEAU SITE INTERNET DE TCA



PRIS CONNAISSANCE DE LA NOUVELLE CAMPAGNE RÉGIONALE

