



# 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

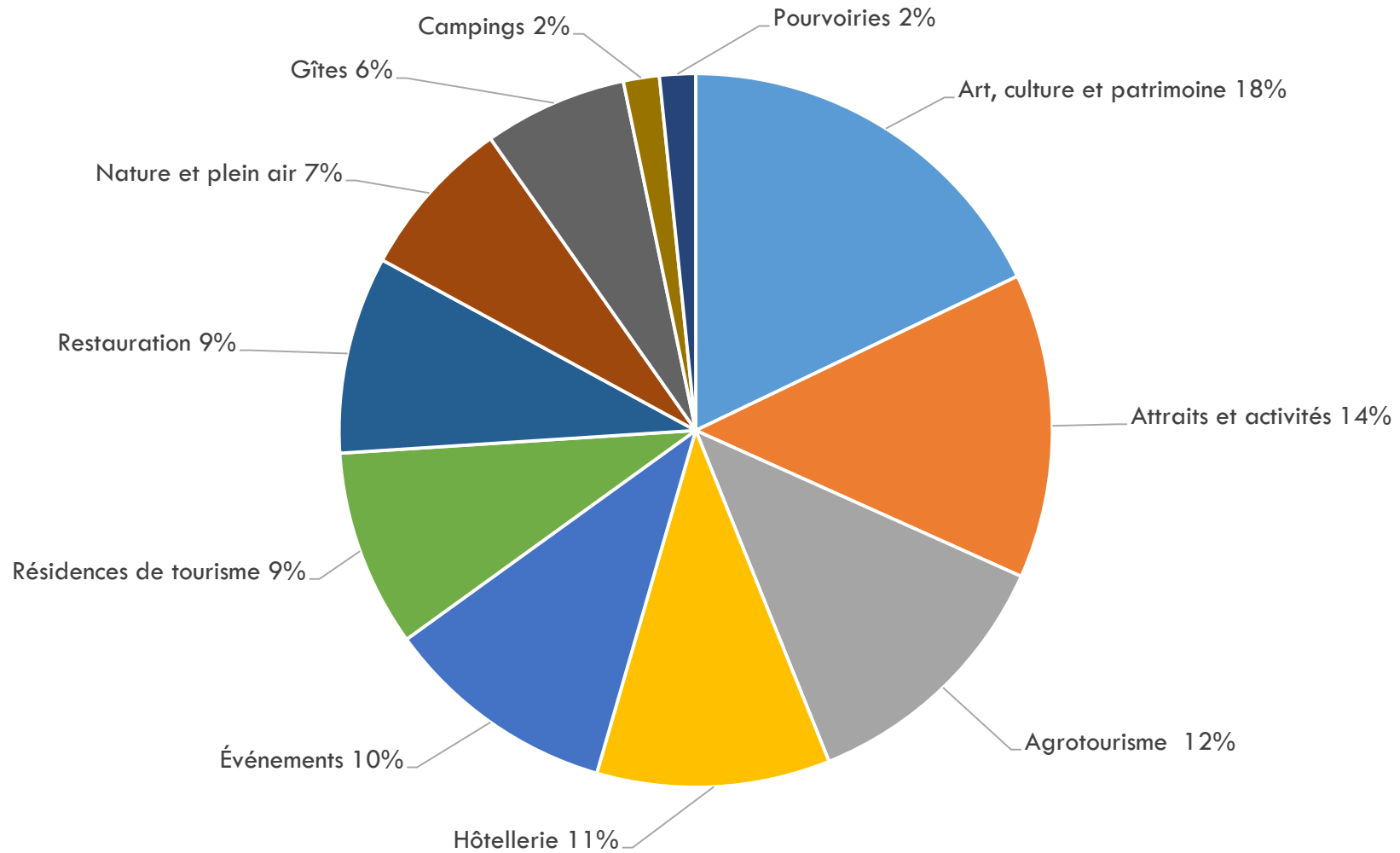
## POINTS POSITIFS : EXCELLENTE SAISON TOURISTIQUE 2017

- 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.

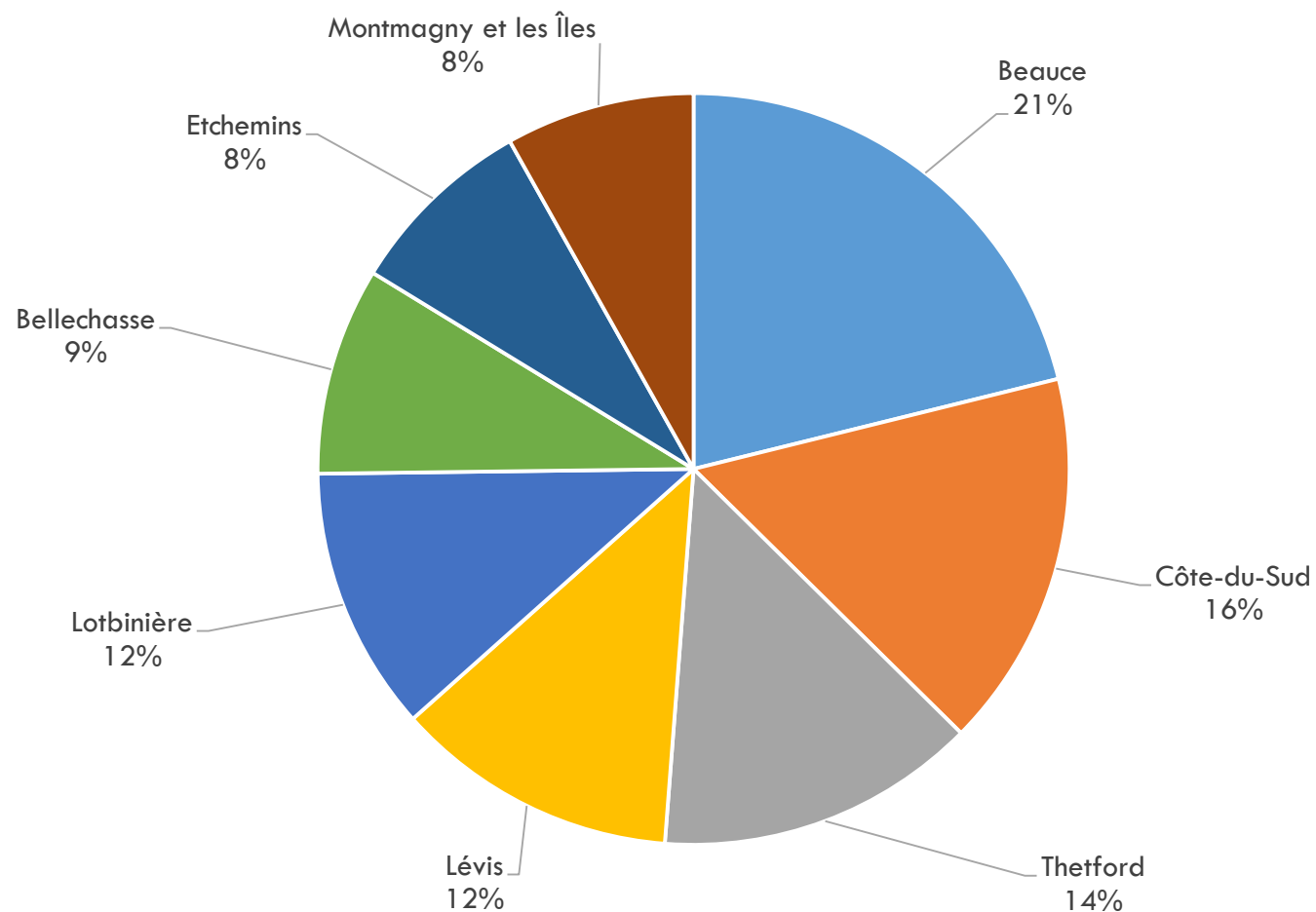
## POINT À AMÉLIORER :

- 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.

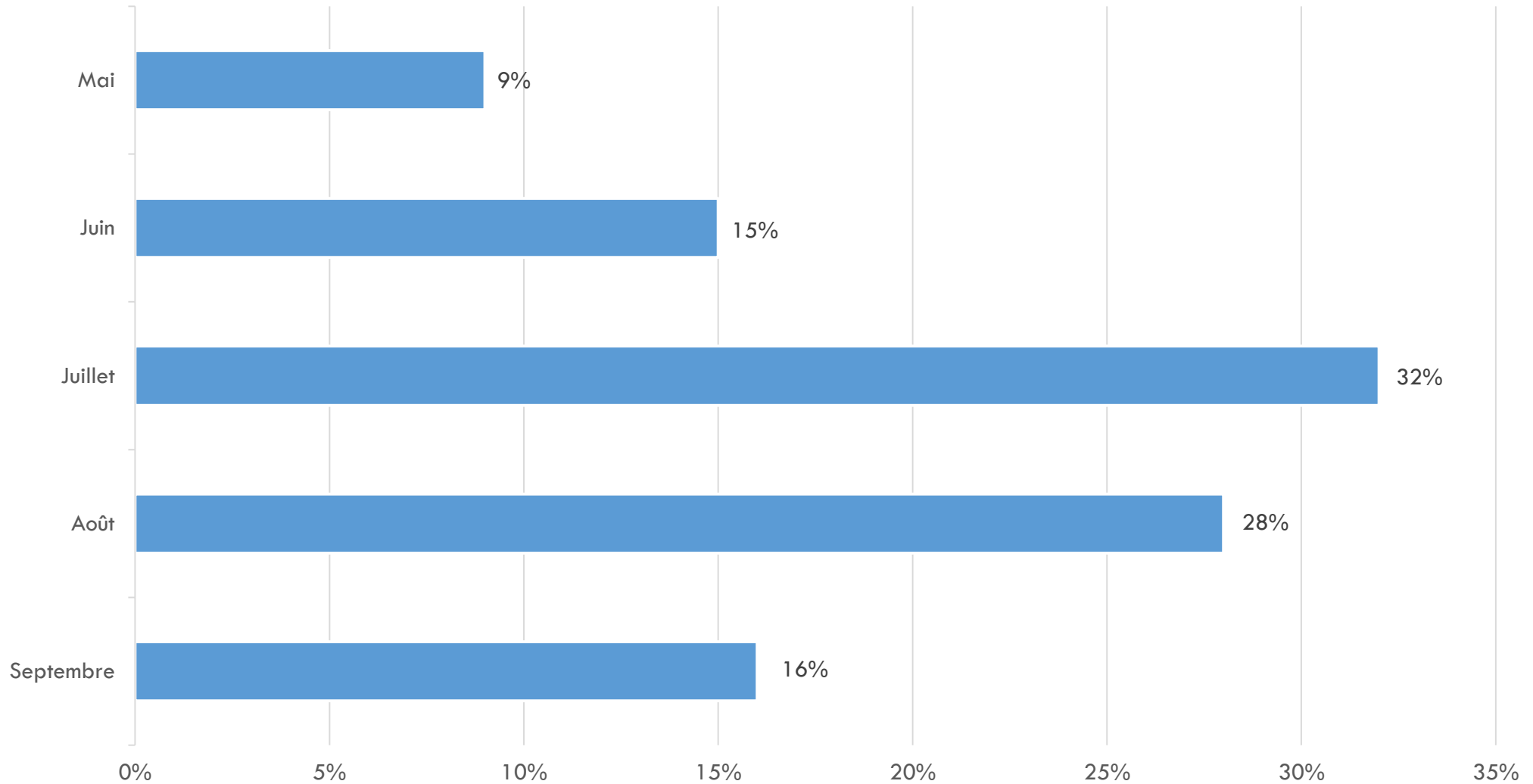
# TYPE D'ENTREPRISE



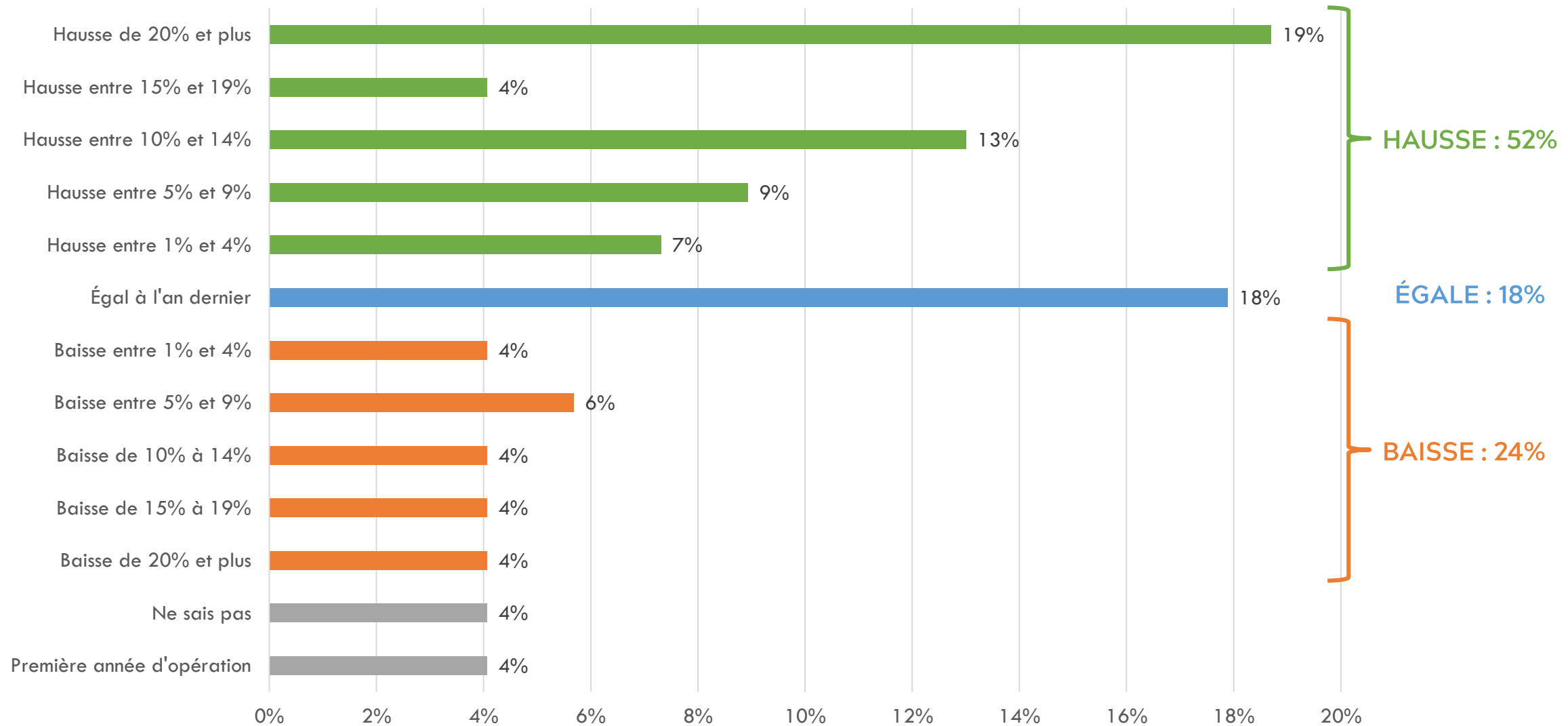
# SECTEURS TOURISTIQUES DES RÉPONDANTS



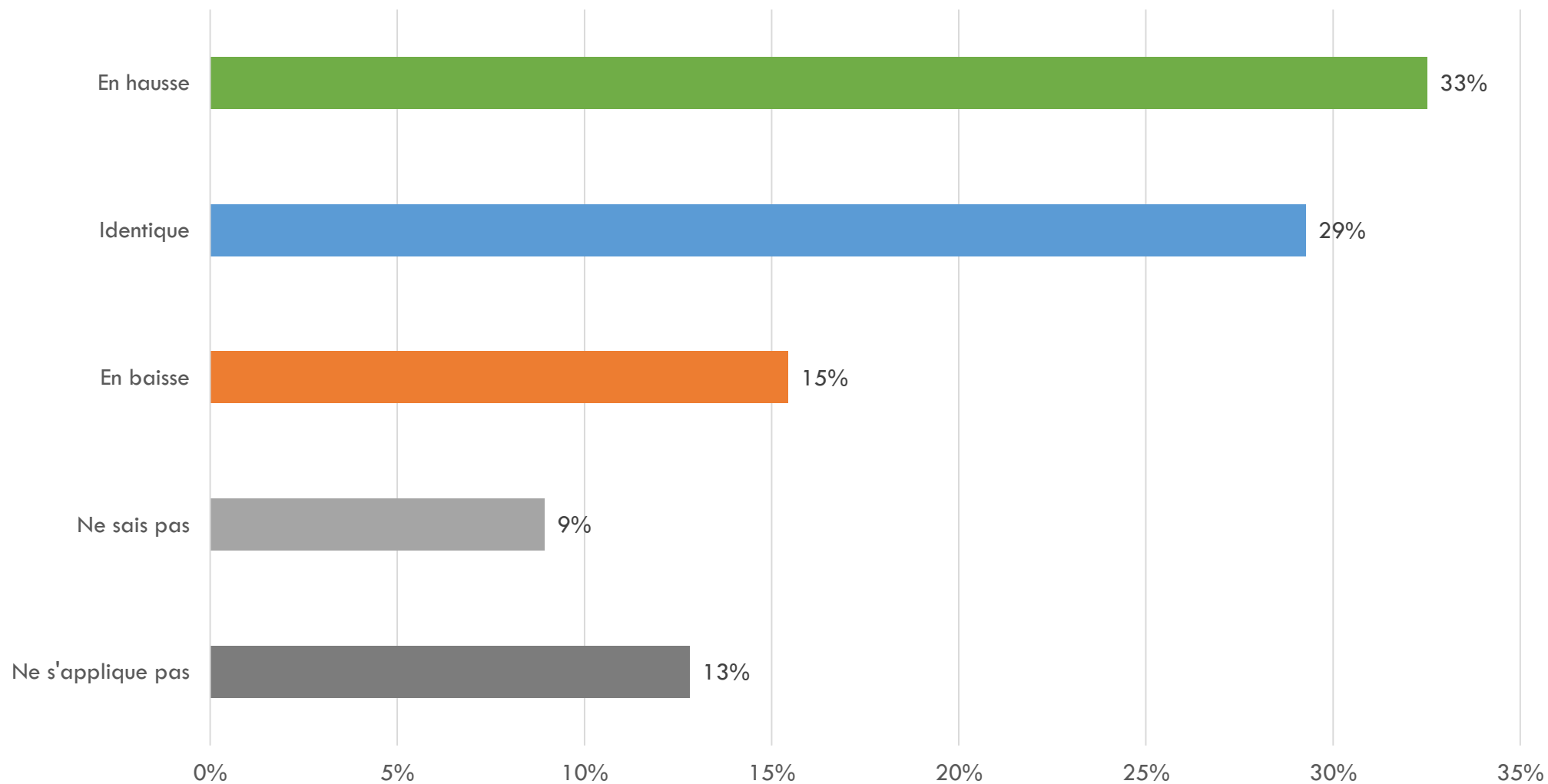
# POURCENTAGE DE L'ACHALANDAGE SELON LE MOIS



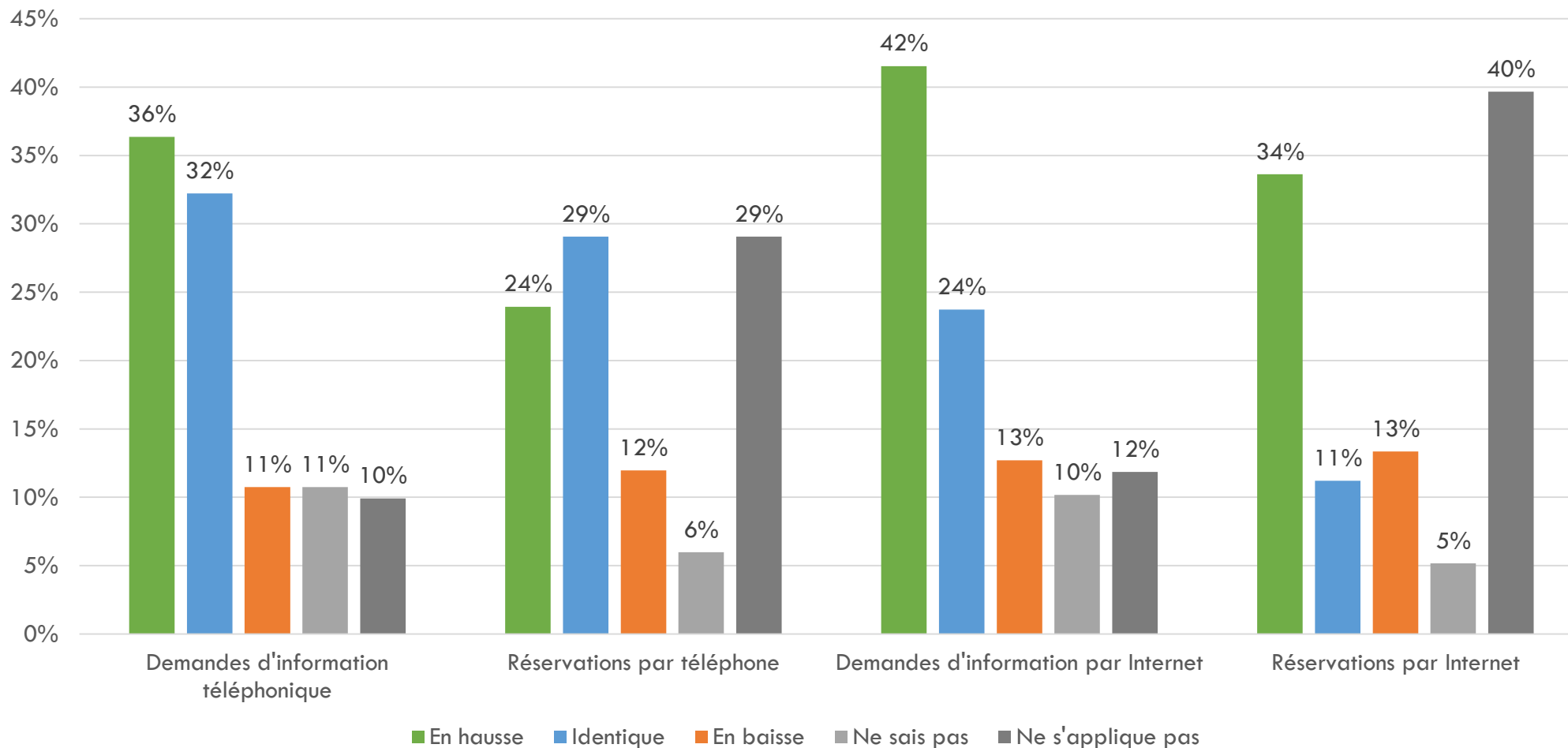
# ACHALANDAGE 2017 PAR RAPPORT À 2016



# DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE 2017 PAR RAPPORT À 2016

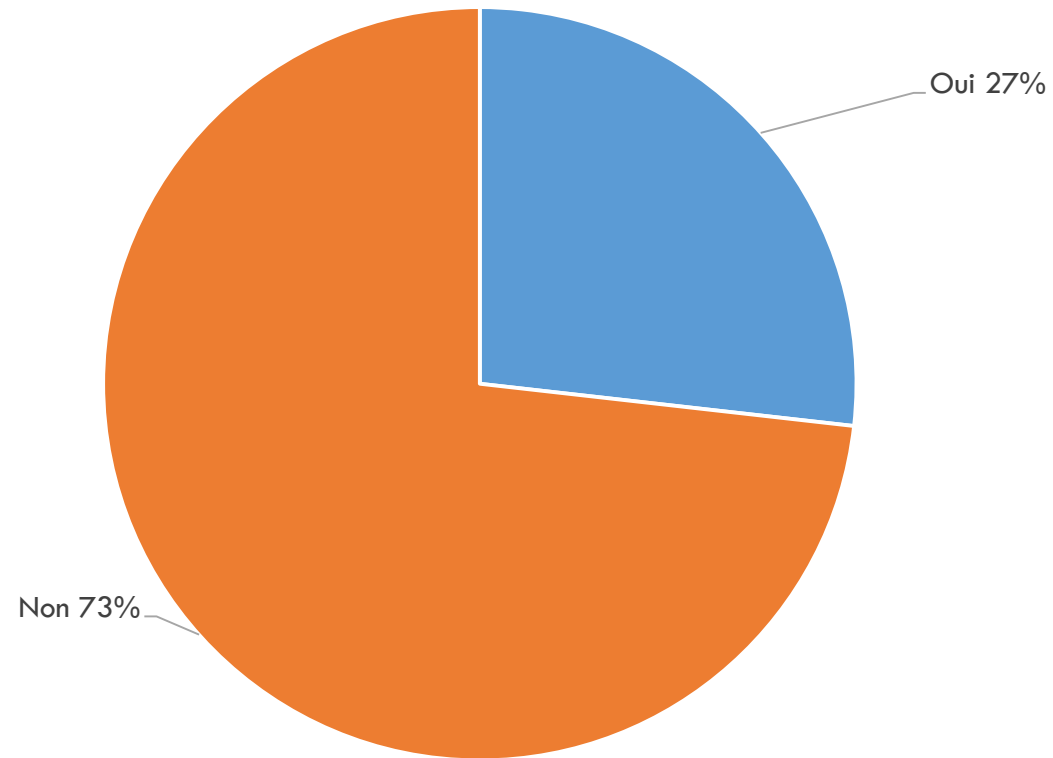


# DEMANDES D'INFORMATION ET RÉSERVATIONS 2017 PAR RAPPORT À 2016

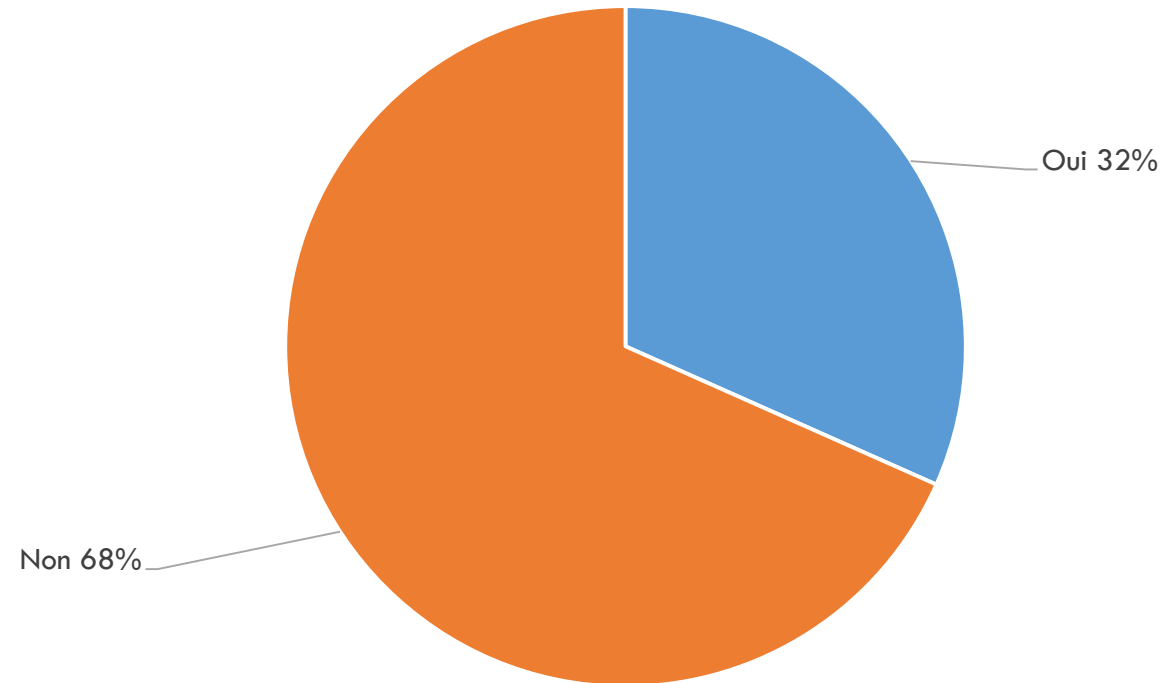




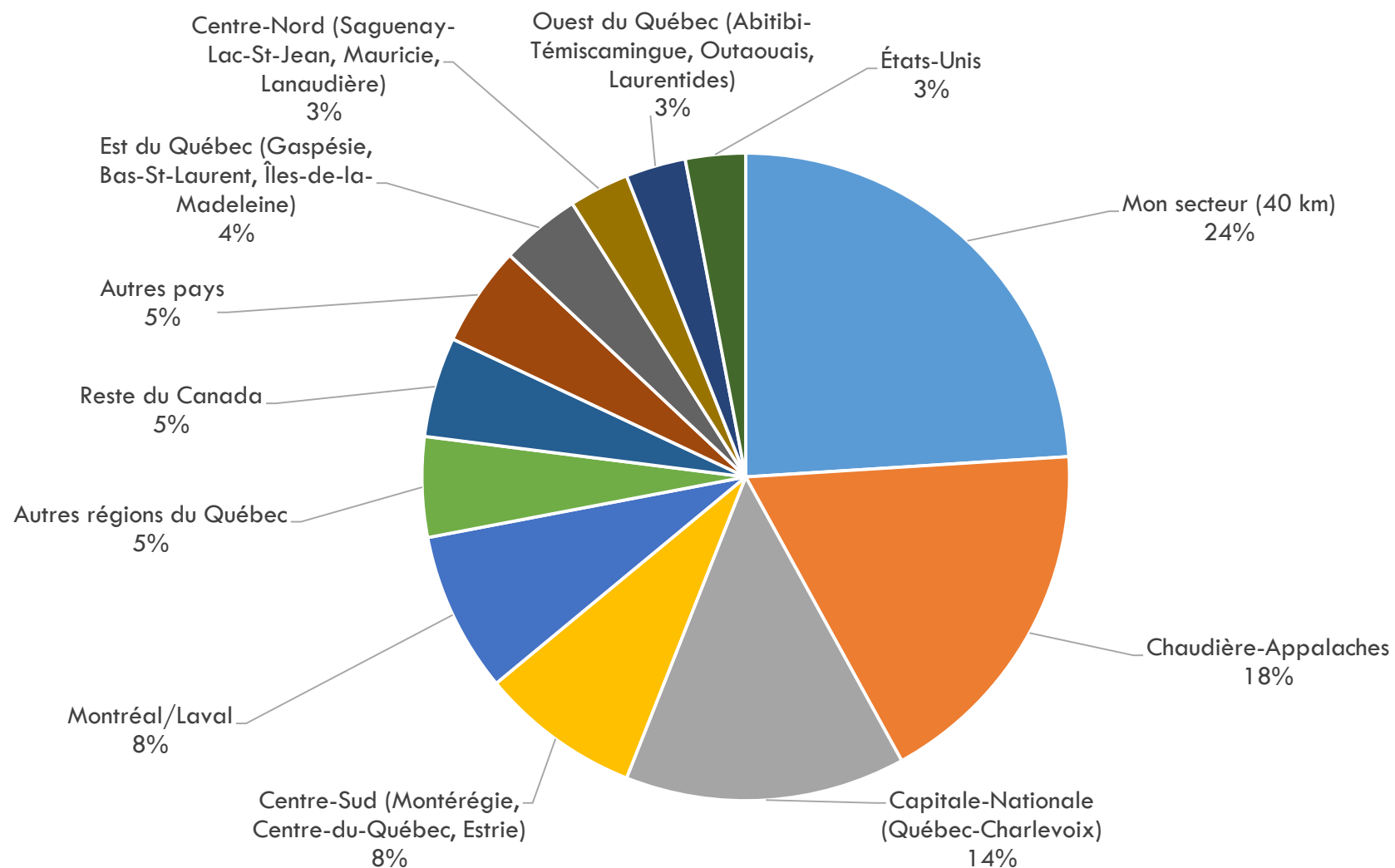
# SYSTÈME À L'INTERNE POUR CONNAÎTRE « OÙ LA CLIENTÈLE A ENTENDU PARLER DE L'ENTREPRISE »



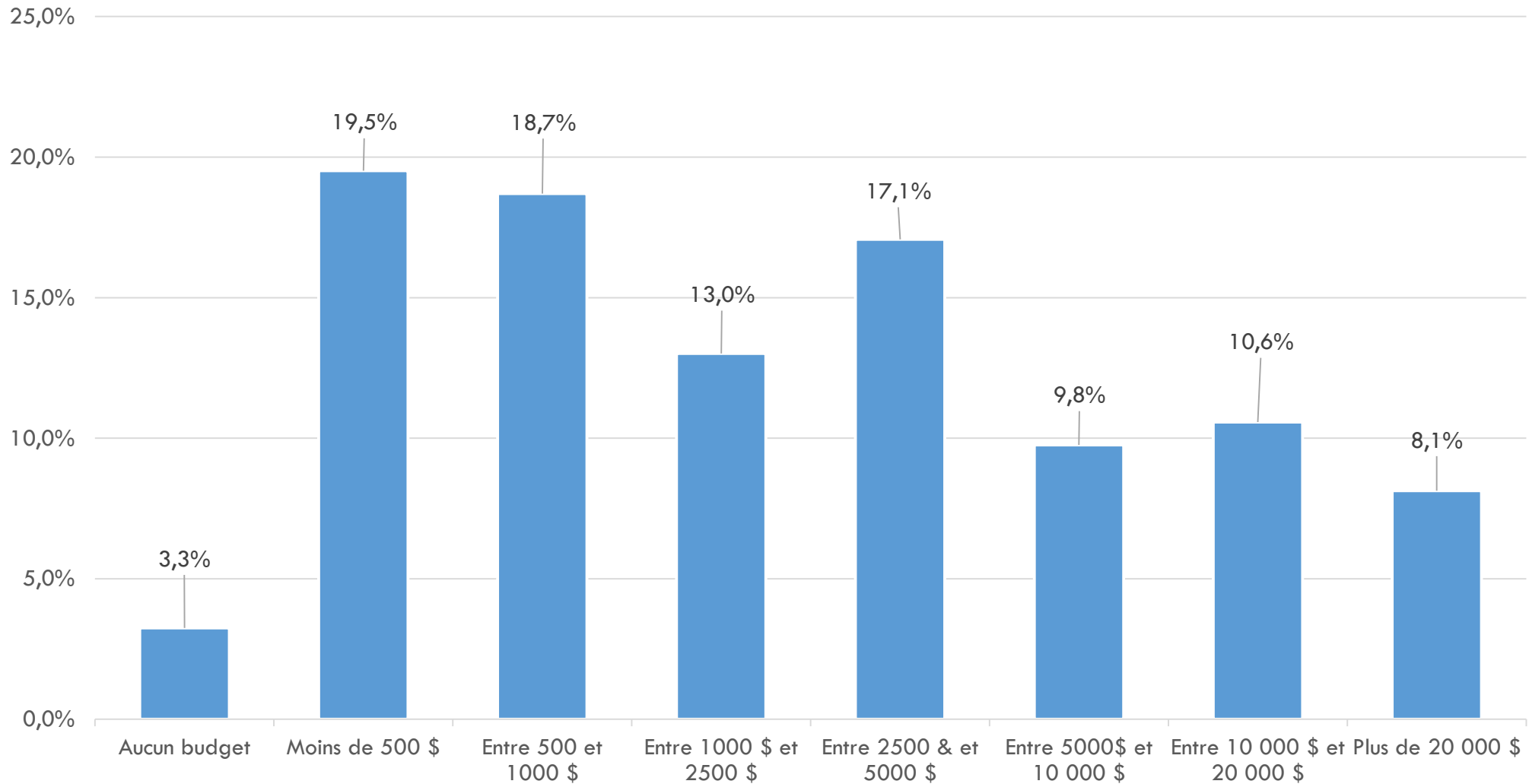
# SYSTÈMES DE DONNÉES INTERNE SUR LA PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE DES CLIENTS



# PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



# BUDGET MARKETING DES MEMBRES POUR LA SAISON ESTIVALE 2017

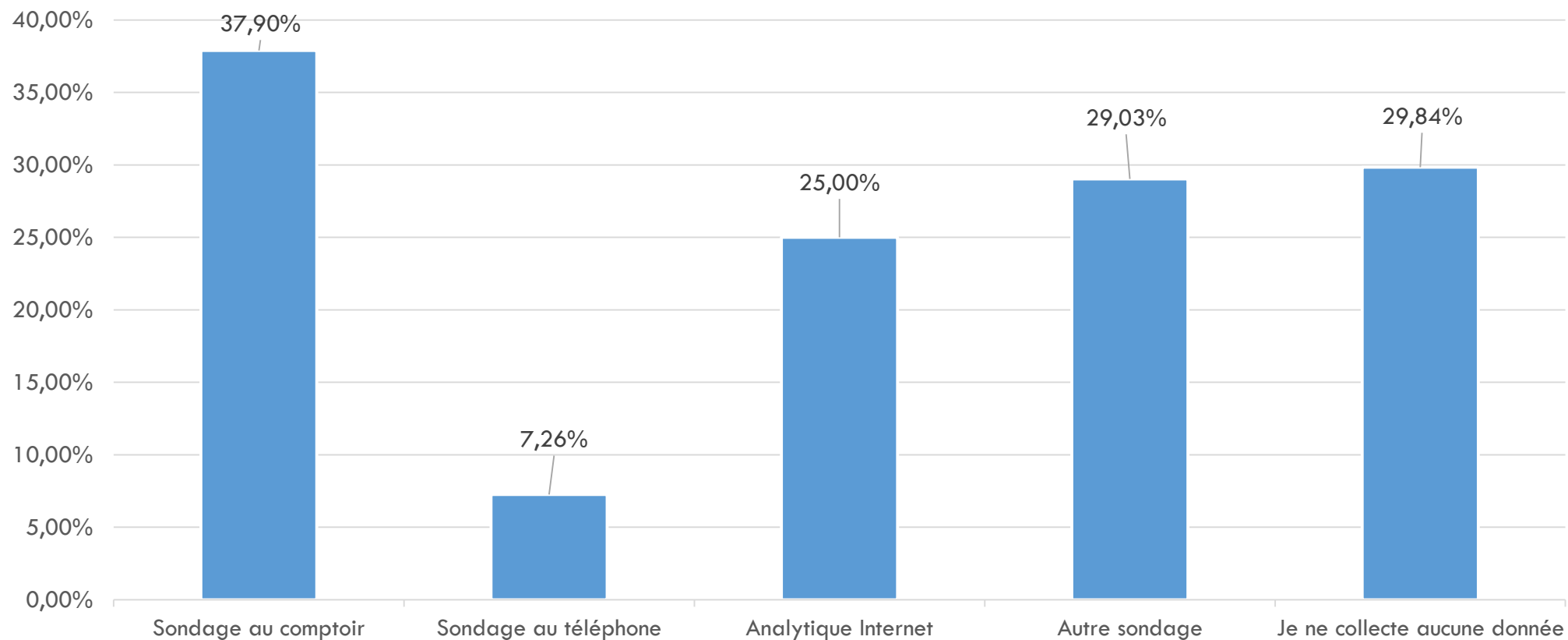


# TOP 10 DES ACTIONS MARKETING RÉALISÉES PAR LES MEMBRES POUR LA SAISON ESTIVALE 2017

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

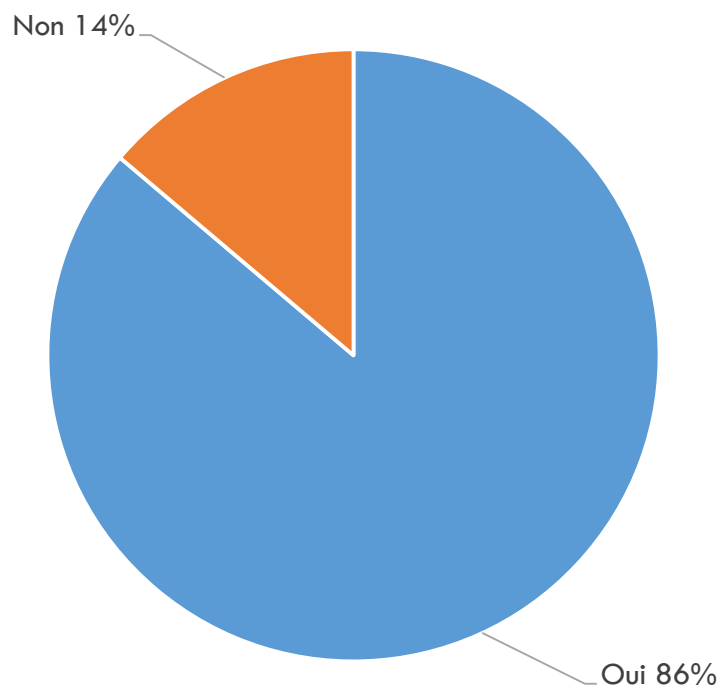
Autres : Promotion sur mon prix, Représentation dans des festivals  
Salon, Site réservation en ligne, Affichage, Relation de presse, email marketing, Événements, Membre d'associations sectorielles, etc.

# OUTILS DE MESURE POUR CONNAÎTRE LA CLIENTÈLE

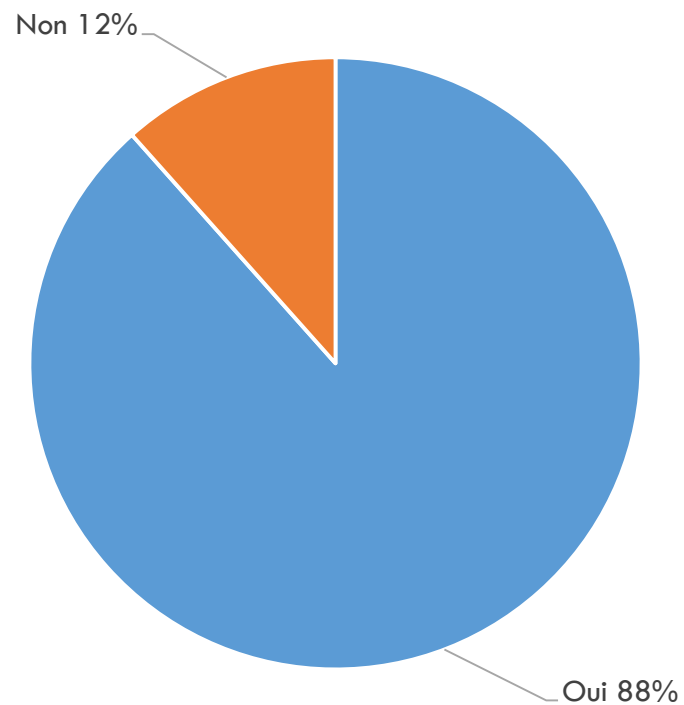


# SITE INTERNET ET PAGE FACEBOOK

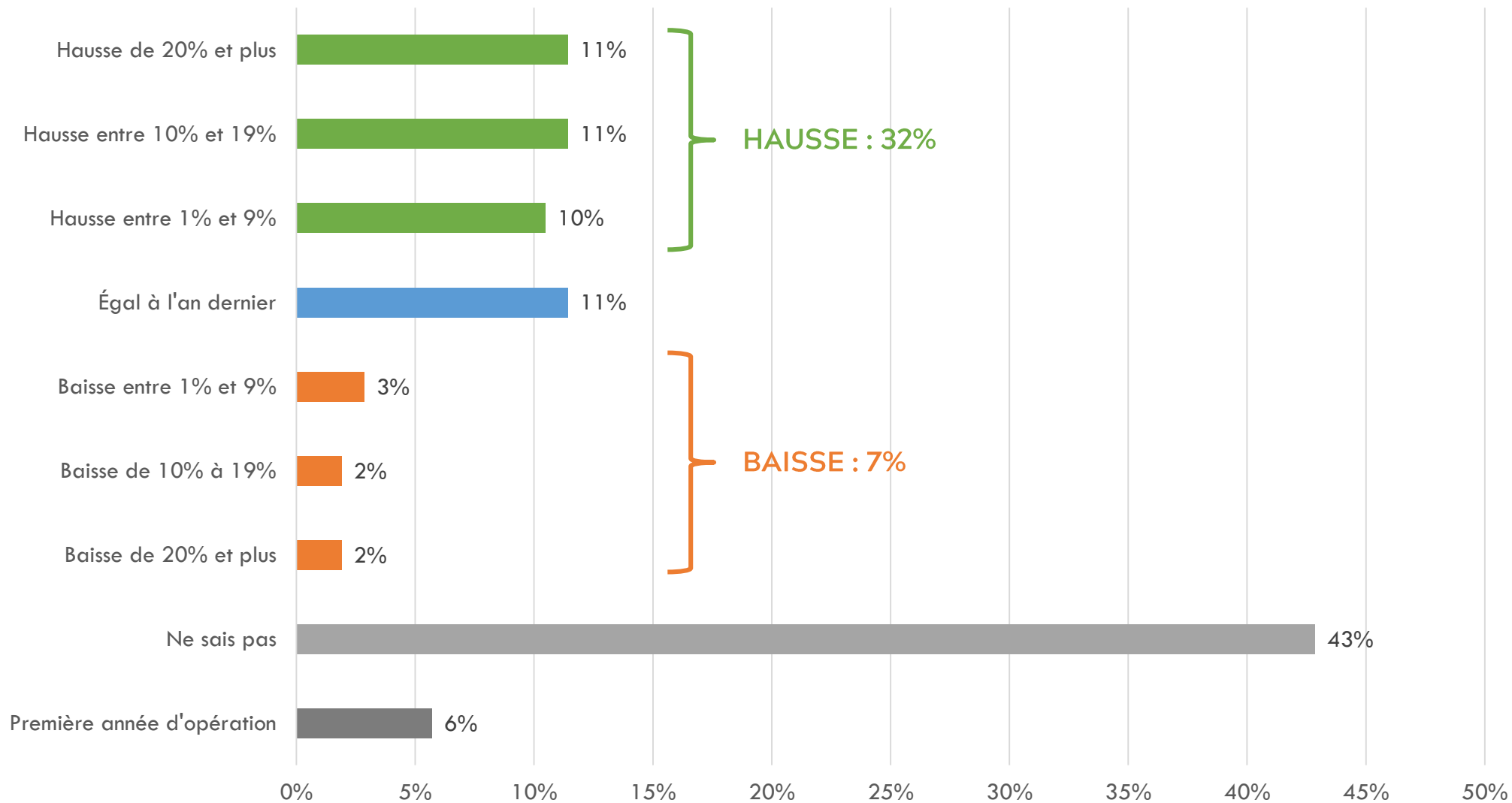
Site Internet



Page Facebook

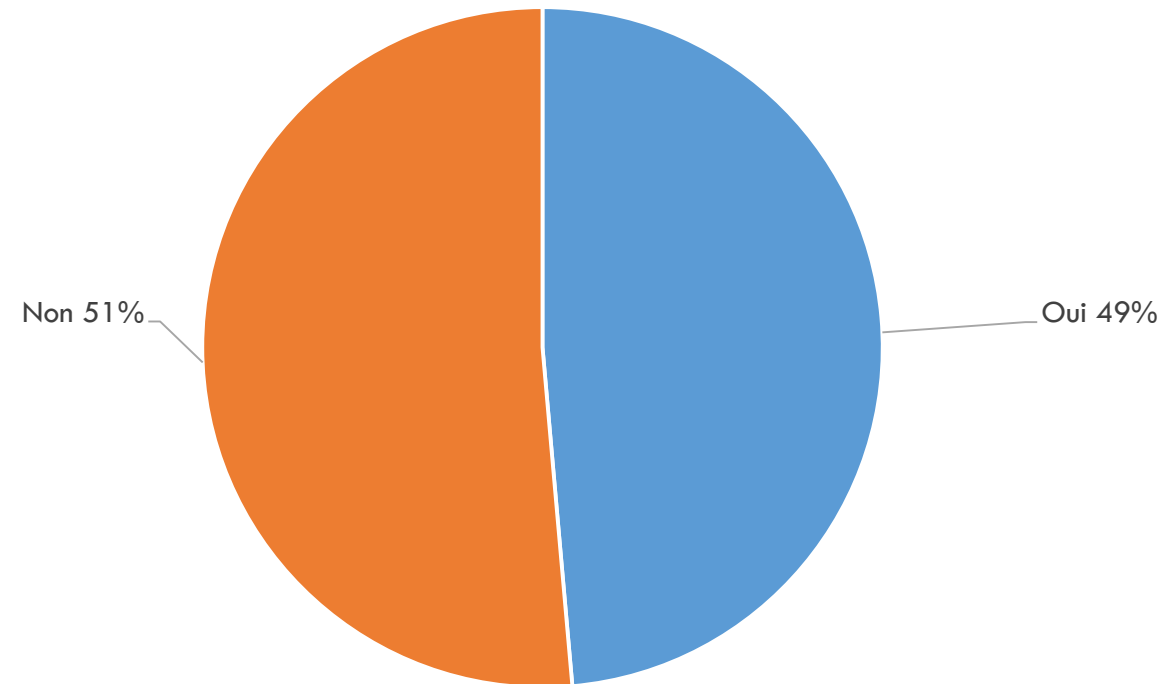


# ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION SITE INTERNET 2017 PAR RAPPORT À 2016



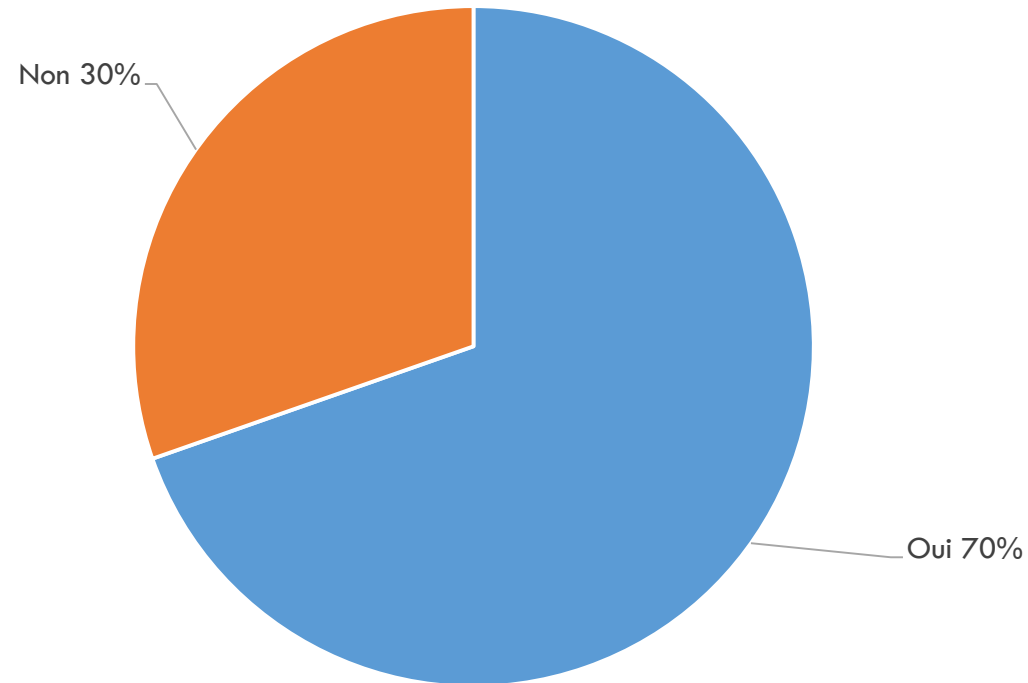


# HYPERLIEN VERS LE SITE DE TCA



123 répondants

# PRIS CONNAISSANCE DU NOUVEAU SITE INTERNET DE TCA



# PRIS CONNAISSANCE DE LA NOUVELLE CAMPAGNE RÉGIONALE

