



ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE — ÉTÉ 2016

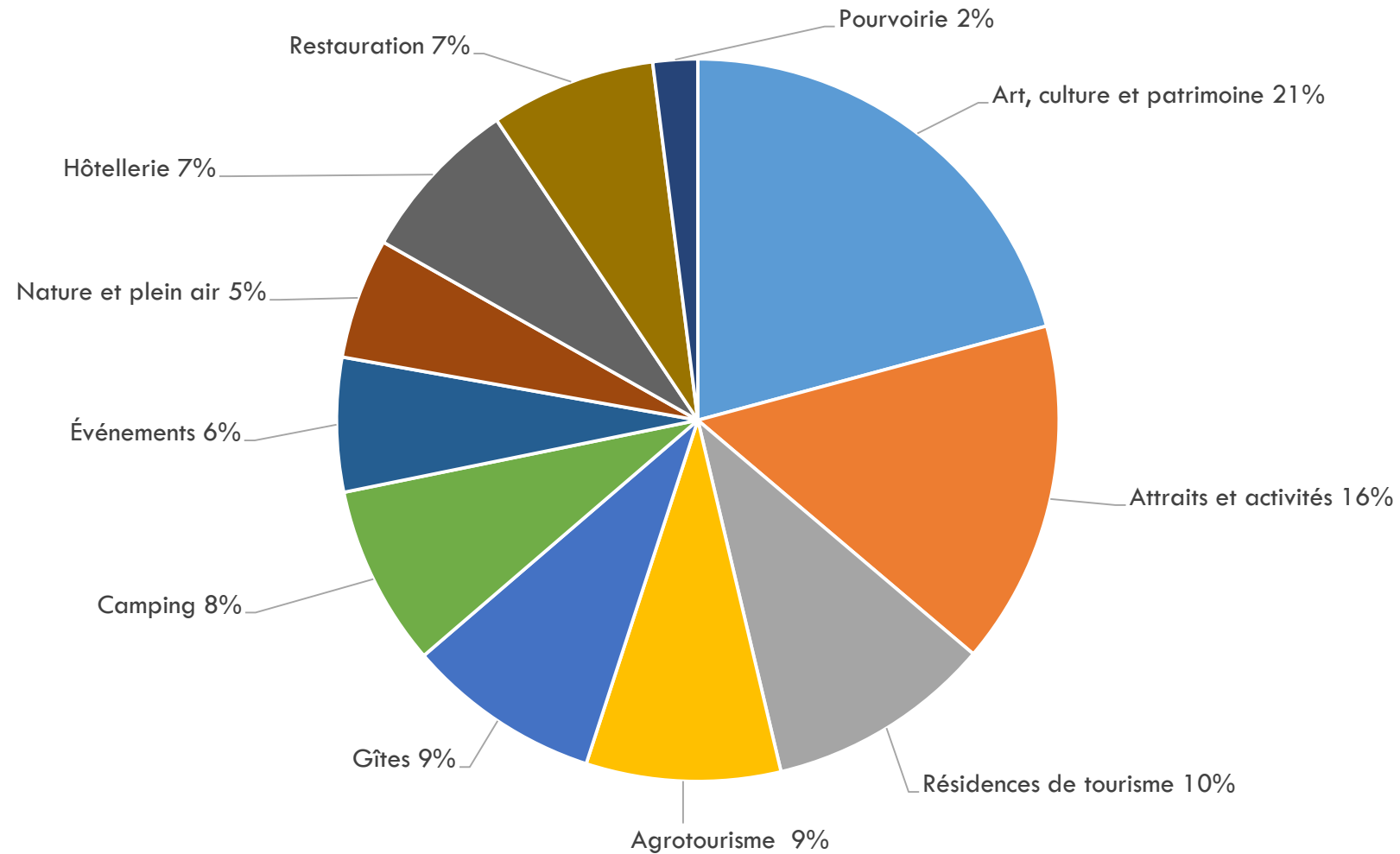




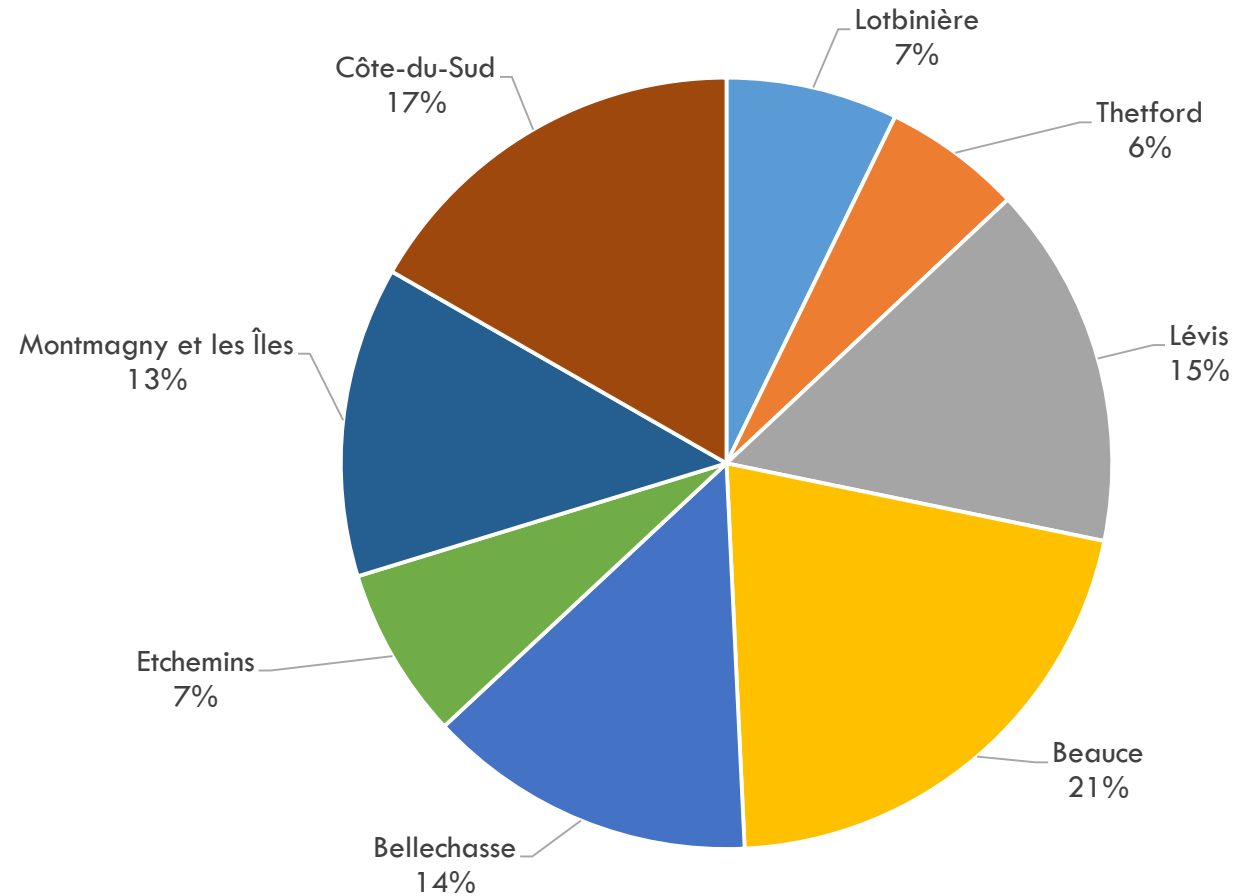
ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE — ÉTÉ 2016

- Réalisée auprès des membres de Tourisme Chaudière-Appalaches
- Couvre la période du 1^{er} mai 2016 au 30 septembre 2016
- 150 répondants

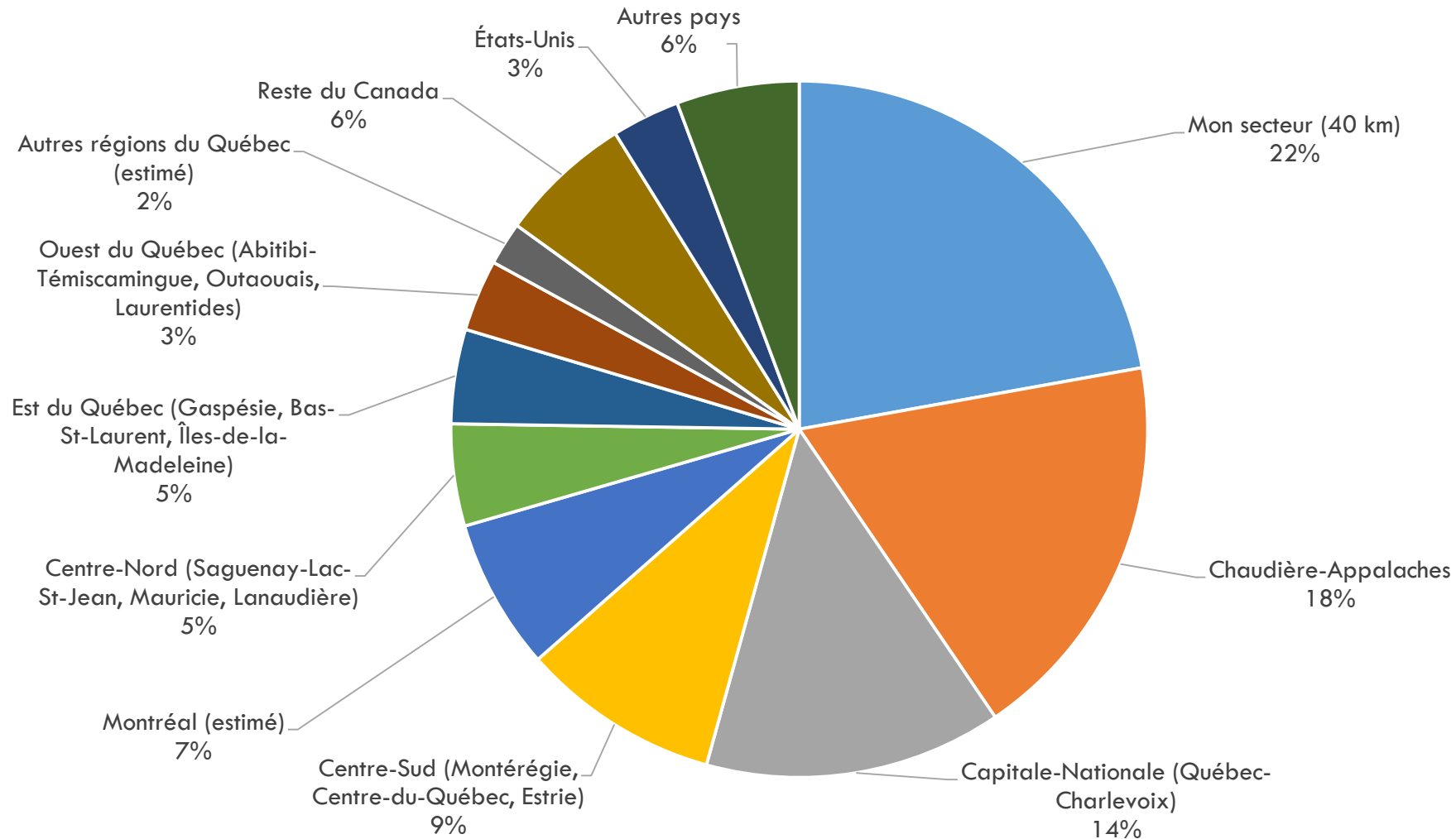
1. TYPE D'ENTREPRISE



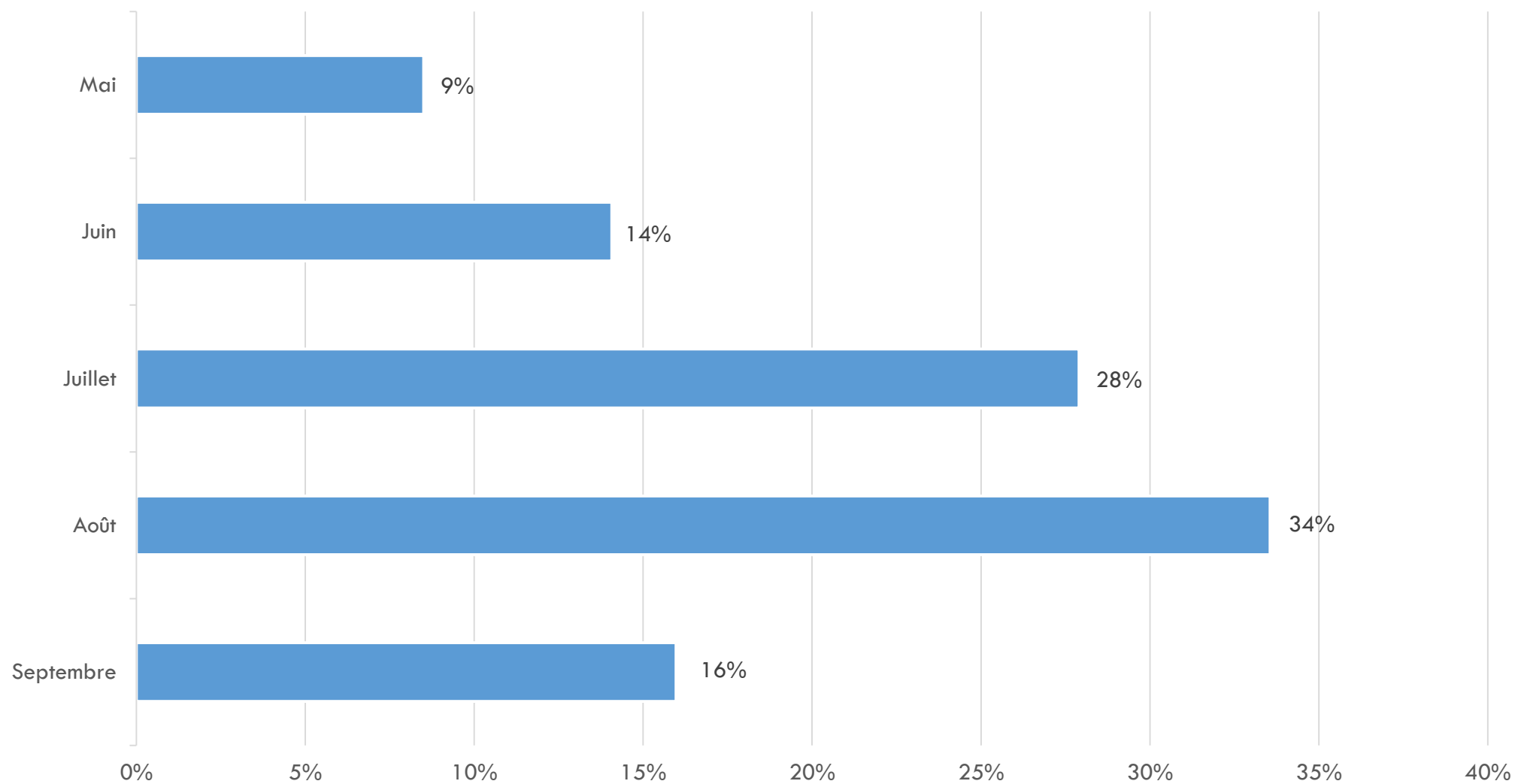
2. SECTEURS TOURISTIQUES DES RÉPONDANTS



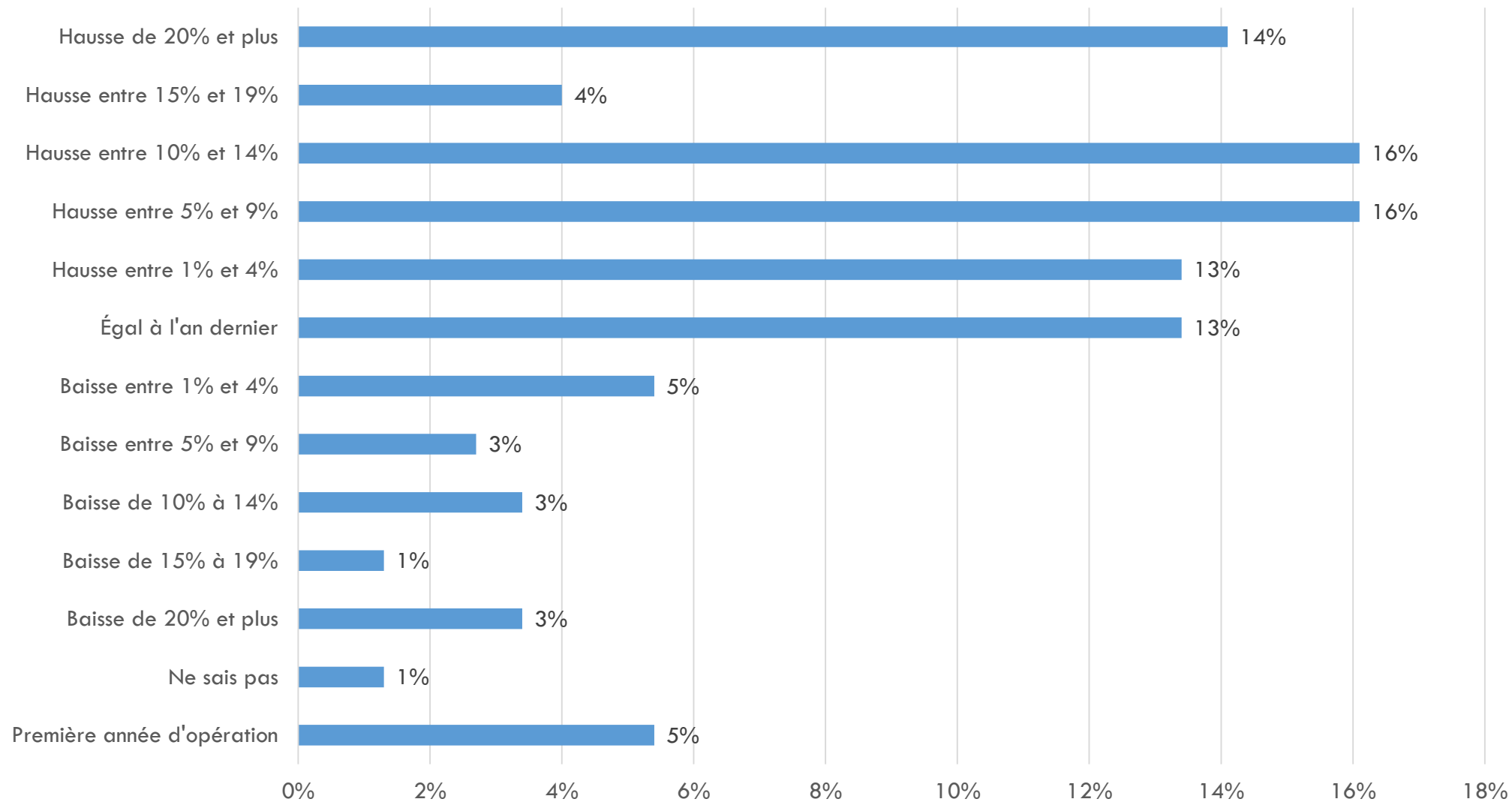
3. PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



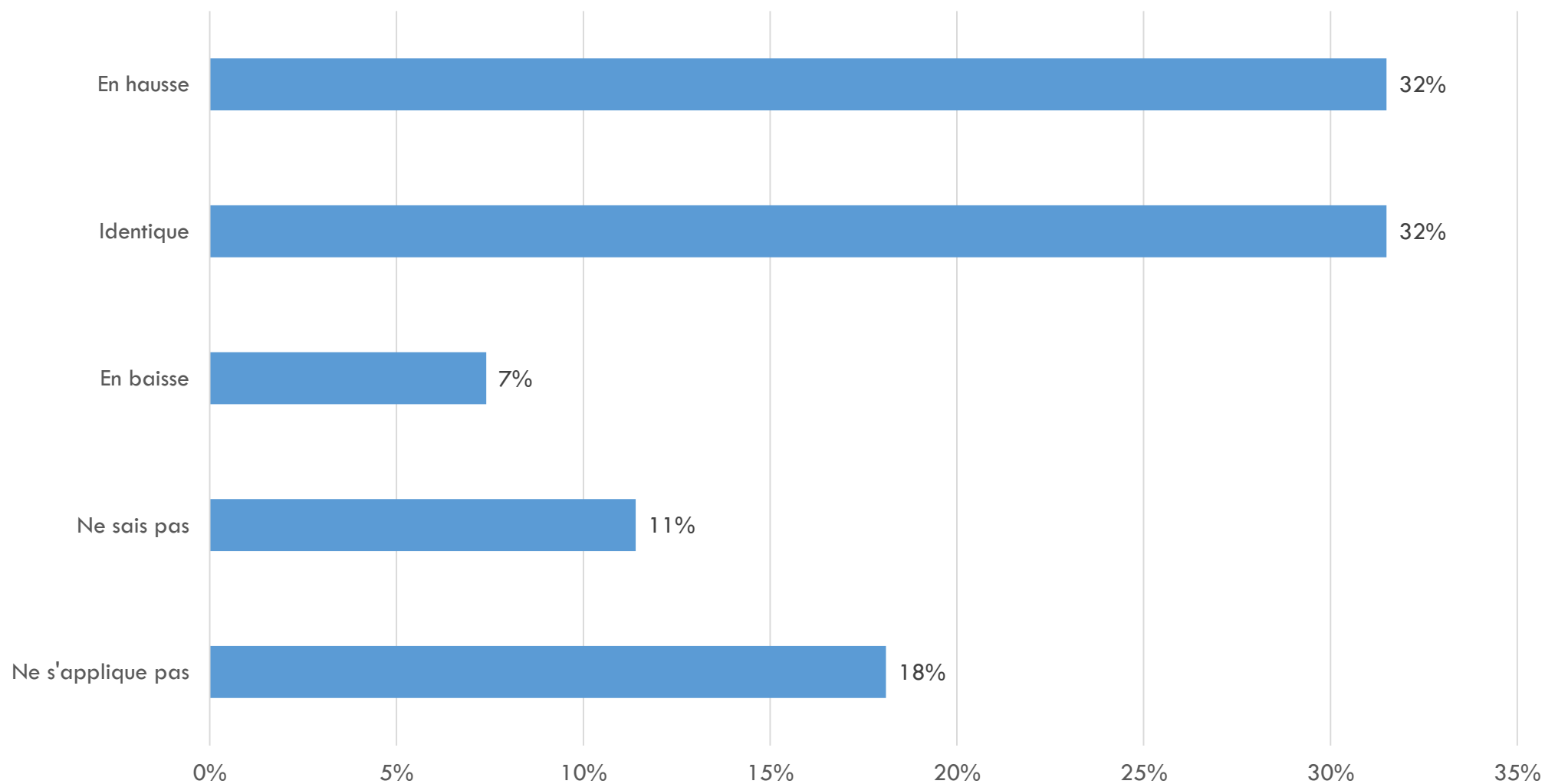
4. POURCENTAGE DE L'ACHALANDAGE SELON LE MOIS



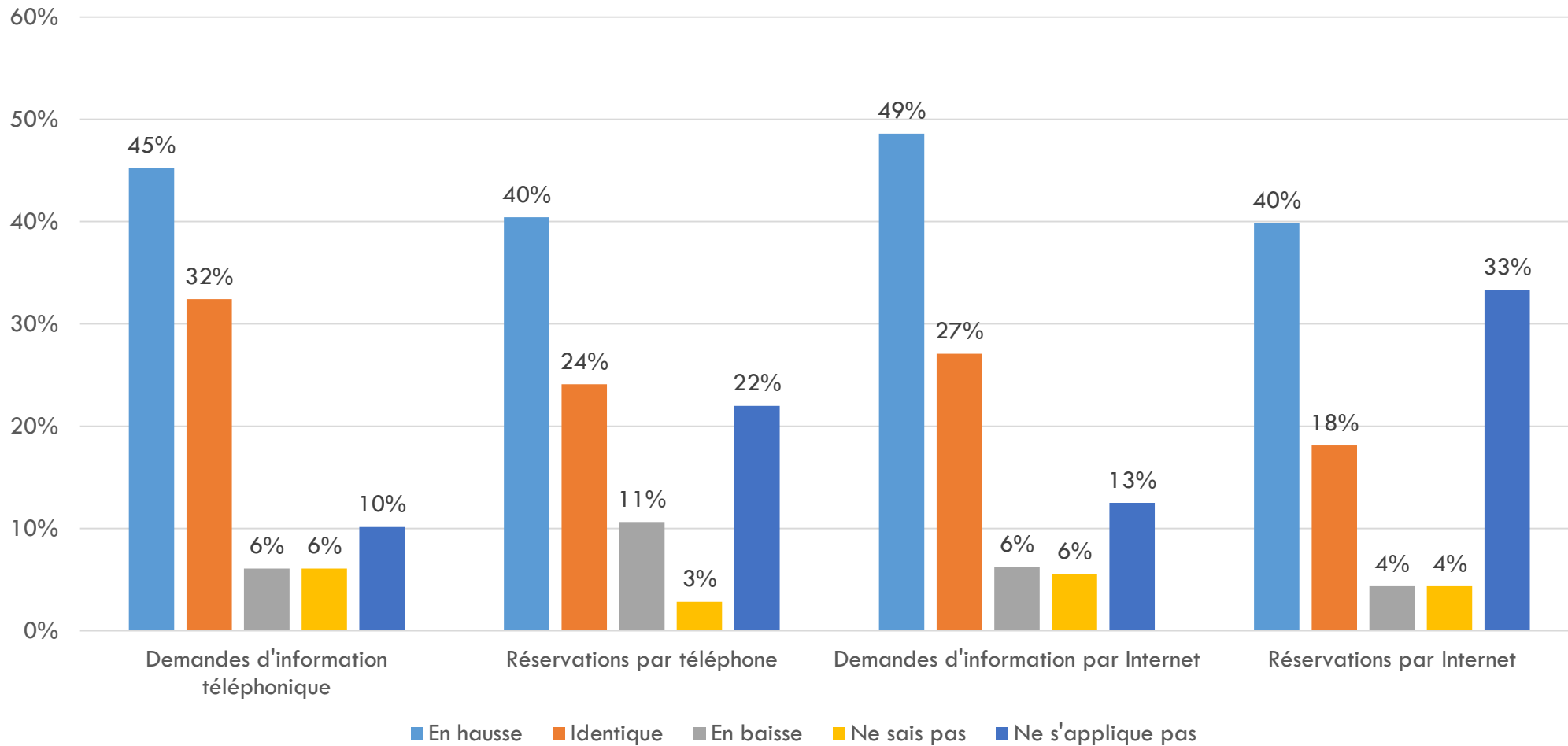
5. ACHALANDAGE 2016 PAR RAPPORT À 2015



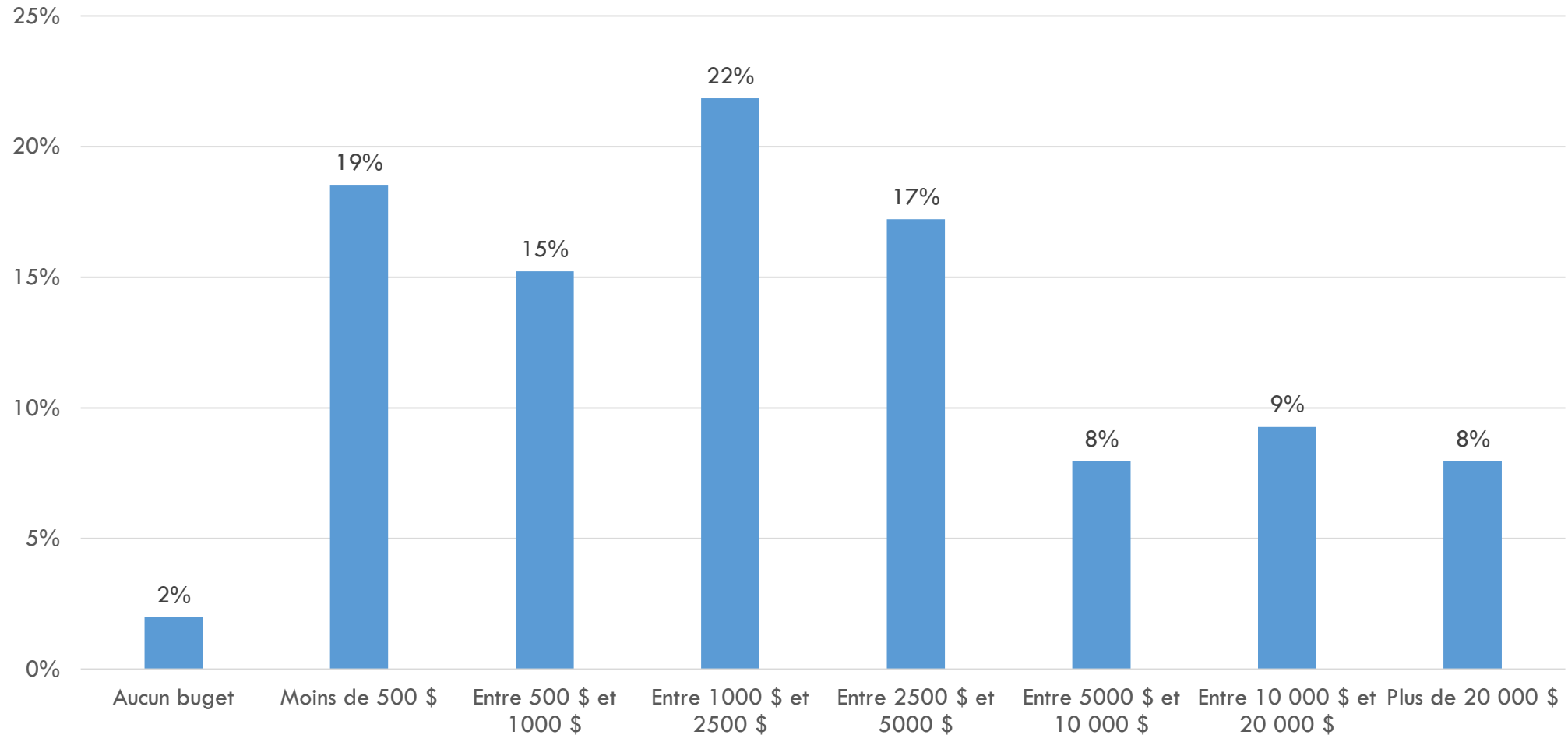
6. DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE 2016 PAR RAPPORT À 2015



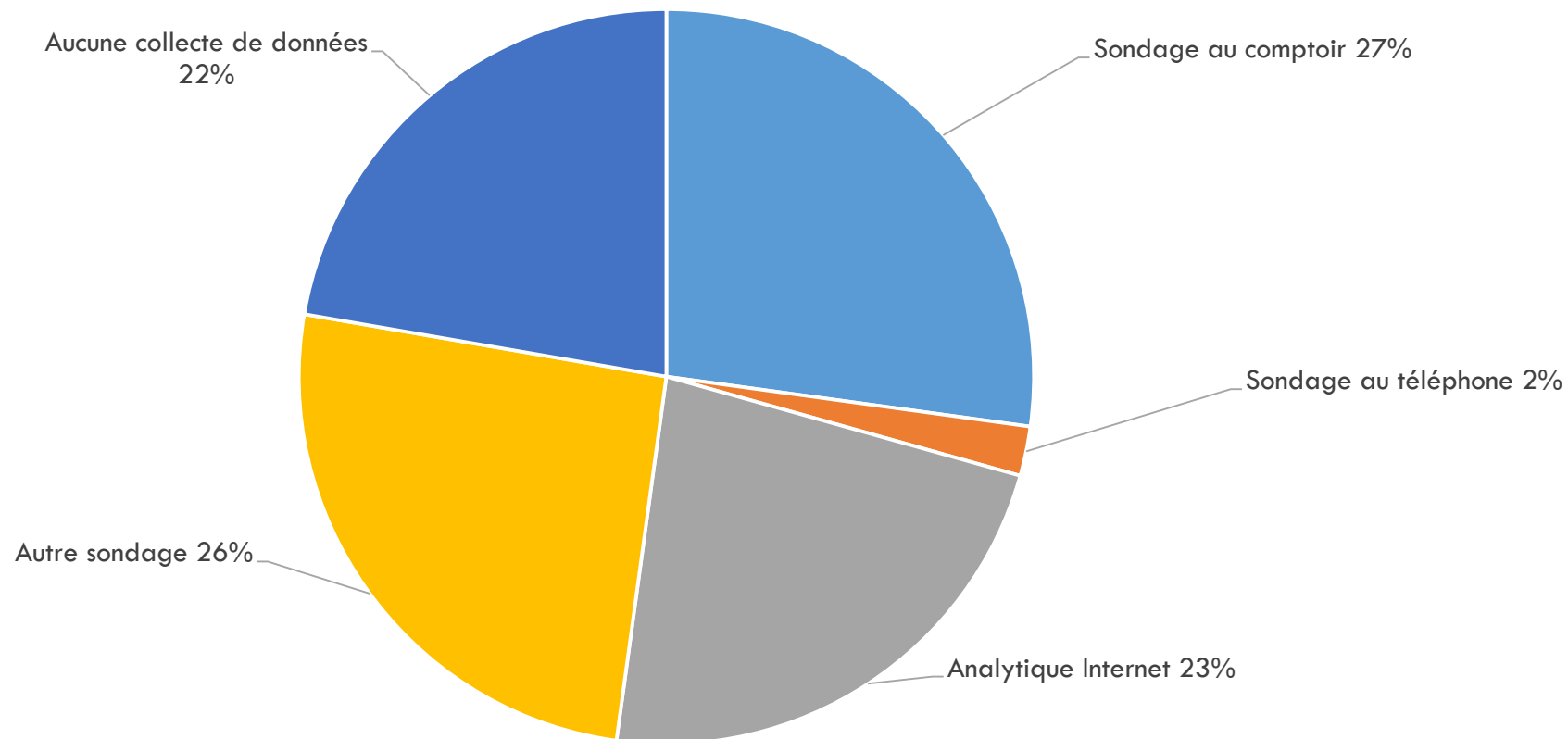
7. DEMANDES D'INFORMATIONS ET DE RÉSERVATIONS 2016 PAR RAPPORT À 2015



8. BUDGET MARKETING POUR LA SAISON ESTIVALE

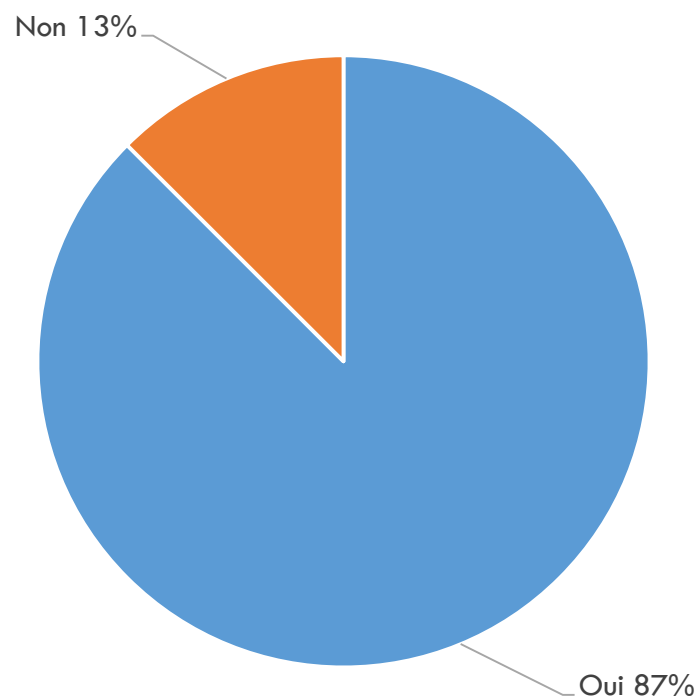


9. OUTILS DE MESURE POUR CONNAITRE LA CLIENTÈLE

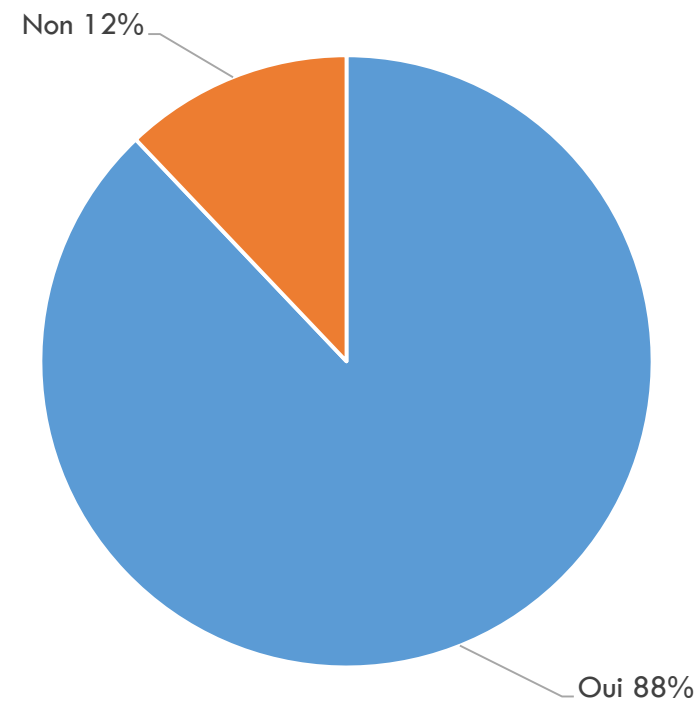


10. A UN SITE WEB ET/OU UNE PAGE FACEBOOK

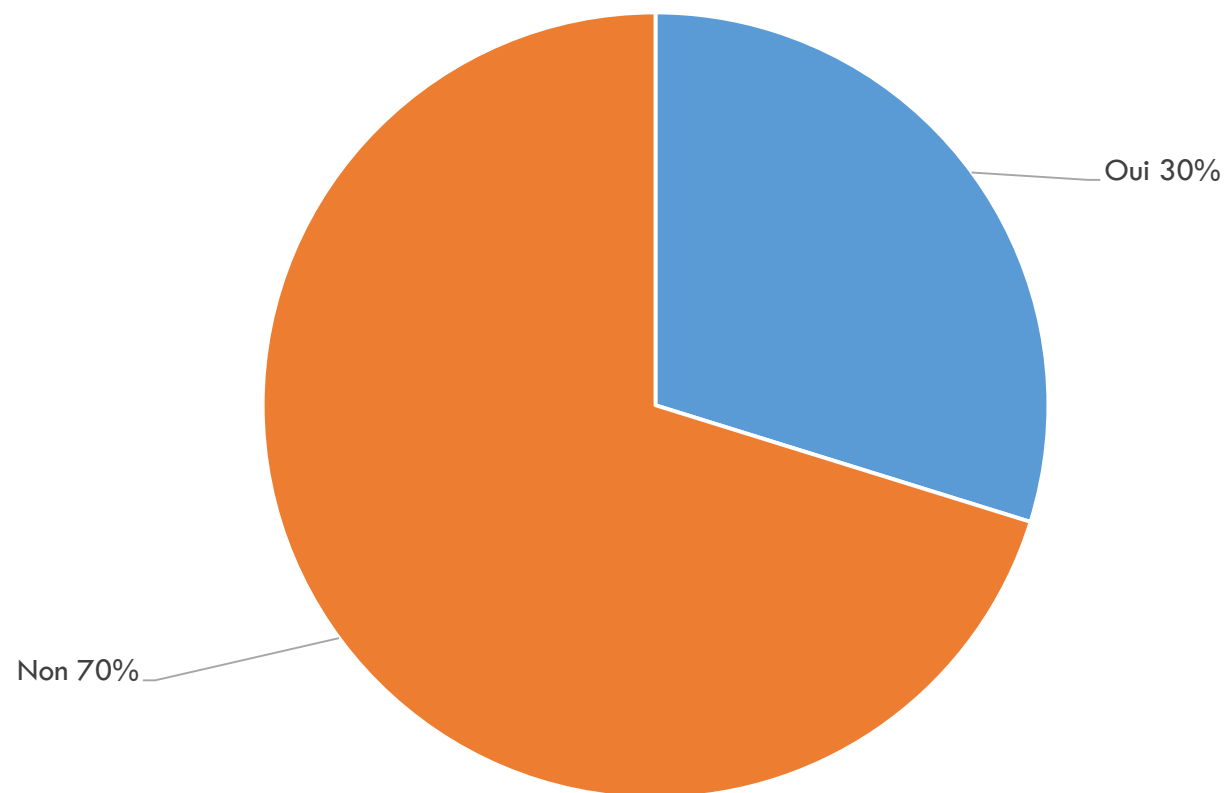
Site Internet



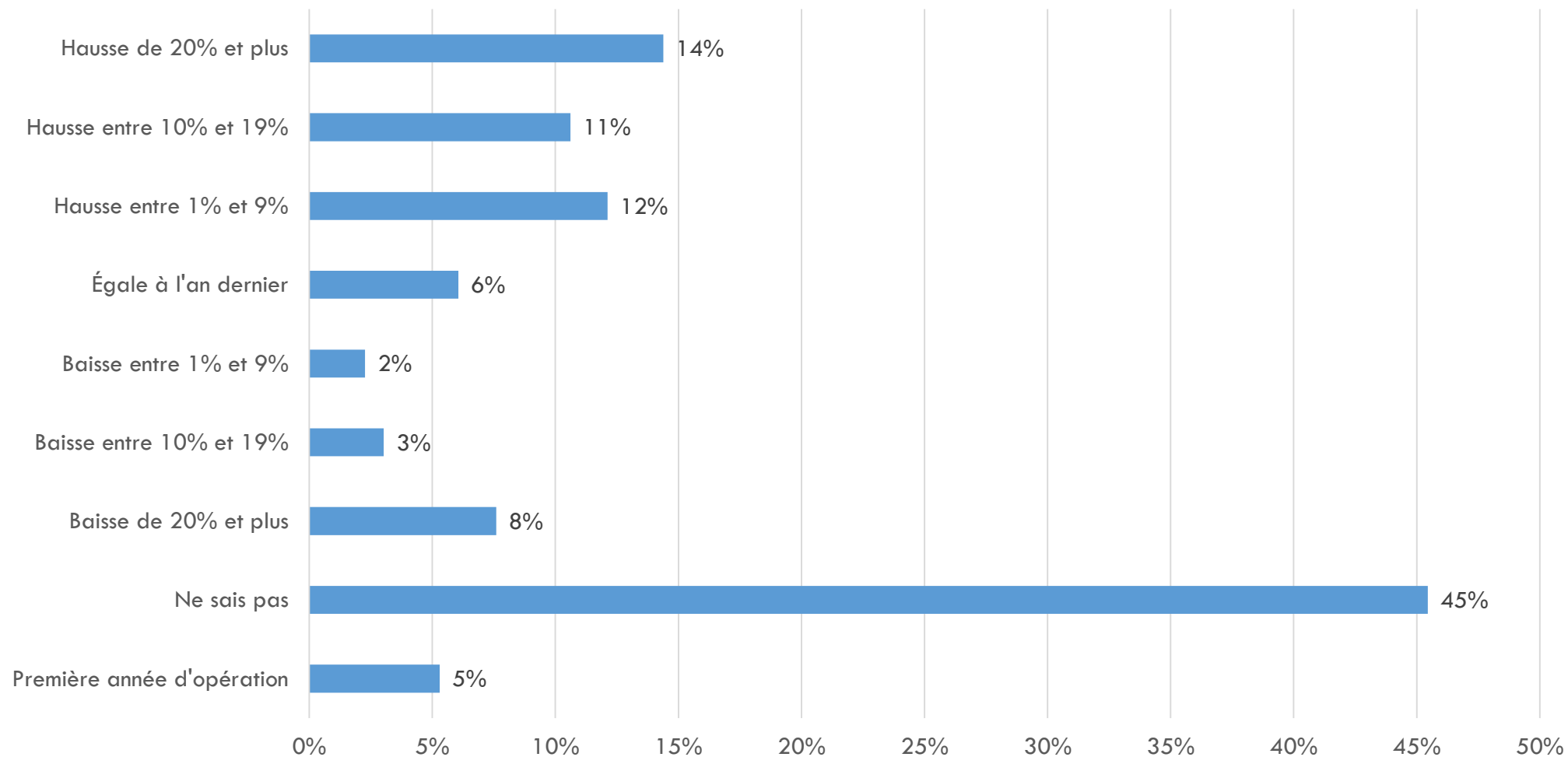
Page Facebook



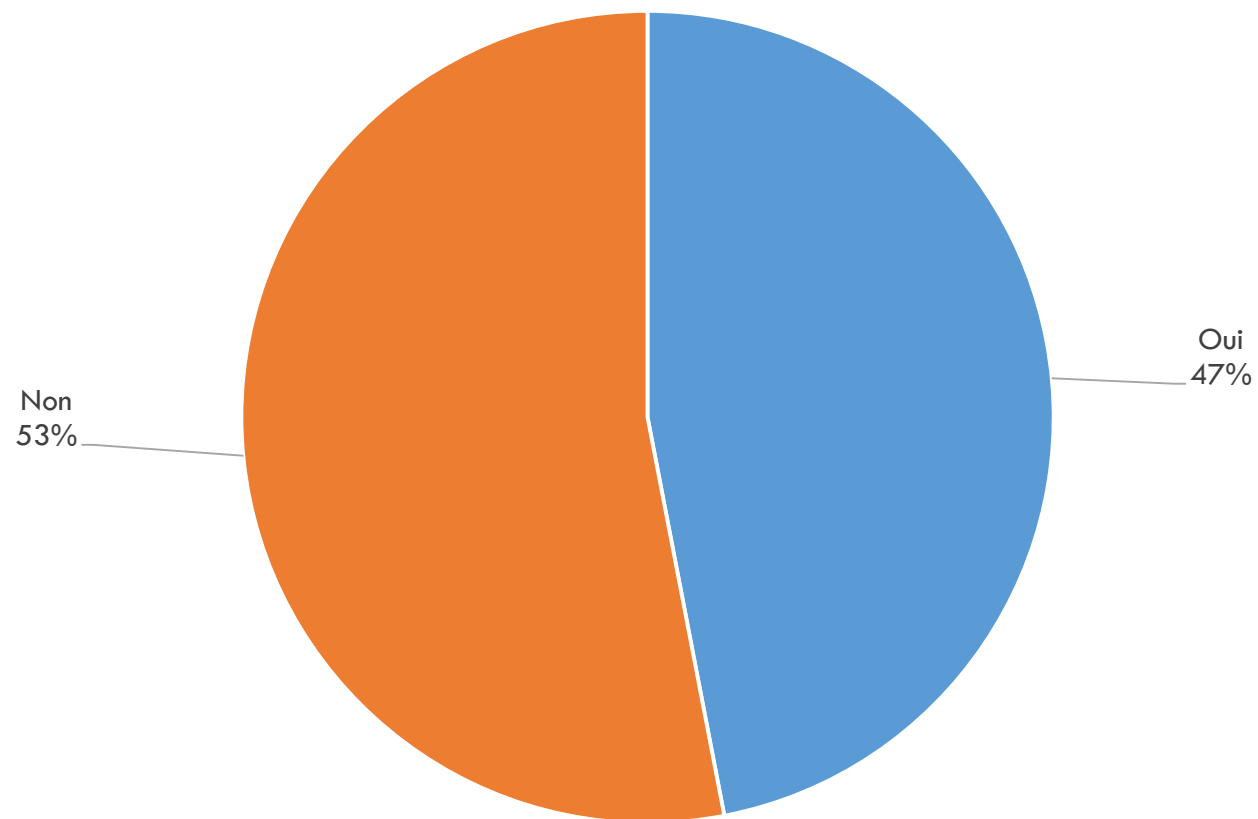
11. POSSÈDE UN SYSTÈME DE DONNÉES INTERNES/PROFIL CLIENT



12. FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET POUR L'ÉTÉ 2016 PAR RAPPORT À 2015



13. AFFICHE SUR SON SITE INTERNET UN HYPERLIEN QUI DIRIGE VERS LE SITE INTERNET DE TOURISME CHAUDIÈRE-APPALACHES



14. NIVEAU D'INFLUENCE DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION DE TOURISME CHAUDIÈRE-APPALACHES

1. Guide touristique officiel de la Chaudière-Appalaches (Moyenne pondérée de 2,80)
2. Bureau d'information touristique (Moyenne pondérée de 2,73)
3. Site Web de votre ATR : www.ChaudiereAppalaches.com (Moyenne pondérée de 2,72)
4. Achat de mots clés sur Google spécifique au produits touristiques (Moyenne pondérée de 2,61)
4. Page Facebook de votre ATR (publications sur le fil d'actualités (Moyenne pondérée de 2,61)
4. Relation de presse (Moyenne pondérée de 2,61)
5. Campagne estivale commune avec les secteurs touristiques (Moyenne pondérée de 2,53)
6. Autres publications papiers (Moyenne pondérée de 2,46)
7. Publicités payantes sur le web et sur les réseaux sociaux (Moyenne pondérée de 2,44)
8. Campagne estivale 2016 de l'ATR proposant 5 itinéraires (Moyenne pondérée de 2,40)
9. Infolettre hebdomadaire de votre ATR (Moyenne pondérée de 2,36)

15. LES 5 MOYENS DE COMMUNICATION EN ORDRE D'IMPORTANCE QUI GÉNÈRENT LE PLUS D'ACHALANDAGE DANS LES ENTREPRISES

1. Site Web et/ou page Facebook de l'entreprise
2. Bouche à oreille
3. Bureau d'information touristique
4. Site Web et page Facebook de Tourisme Chaudière-Appalaches
5. Guide touristique officiel de la Chaudière-Appalaches