

# Qu'on me donne l'envie!

## ■ Cela mérite réflexion

Il suffit parfois de quelques bonnes idées, simples à mettre en oeuvre, pour toucher le public et lui donner l'envie de vous préférer à d'autres attractions concurrentes.

## ■ Bon, mais encore ?

Communiquer, c'est faire connaître et aussi convaincre le public cible. Le marketing affinitaire doit être développé. Il s'agit de segmenter l'offre et la communication en fonction de «communautés» qui se créent autour de valeurs ou de passions communes ou de types de loisirs.

## ■ Soyons concrets

Il faut donner l'envie.

Il faut communiquer sur des émotions, sur une expérience et pas sur un espace technique.

Communiquer, c'est aussi mettre en scène. Le storytelling est une technique qui permet d'apporter de la vie et de l'originalité à votre communication.

## ■ Retenez bien ceci

- Le conseil: "Nous sommes condamnés à bien communiquer".
- Toute communication doit laisser une place importante à l'image.
- Le client a souvent besoin de donner un sens à sa démarche de visiteur-consommateur.

## ■ Les tuyaux du net

- Le marketing affinitaire expliqué : <http://pro.walloniebruxellestourisme.be/fr/atelier-tourisme-affinitaire.html?IDC=1059&IDD=6642>
- Du bon usage du storytelling dans une campagne promotionnelle : <http://veilletourisme.ca/2012/02/24/le-pouvoir-du-storytelling-dans-une-proche-marketing/>
- Trois exemples de campagnes marketing inspirées par le storytelling : <http://veilletourisme.ca/2013/01/08/3-campagnes-marketing-inspirees-du-storytelling/>
- Dix bonnes idées pour promouvoir son site touristique: <https://rimi9.wordpress.com/2013/09/03/10-idees-pour-mettre-en-valeur-son-territoire-ou-site-touristique/>
- Une réflexion sur l'importance du marketing affinitaire: <http://www.e-marketing.fr/Thematique/Tendances-1000/Breves/Tribune-Libre-marketing-demain-sera-affinitaire-sera-pas-232711.htm>

## ■ Le mot : storytelling

Cette technique narrative consiste à communiquer par des histoires à fort pouvoir de séduction, afin d'entrer en contact direct avec l'univers émotionnel du public ciblé. De plus en plus, les destinations touristiques adoptent ces principes dans leur campagne de marketing, au détriment des méthodes traditionnelles de communication parfois linéaires ou sans émotion.

## Résumons-nous

- Communiquer, c'est donner l'envie en suscitant les émotions
- La communication créative doit devenir la règle