

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



Une formation
proposée par

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



Le visiteur devient blasé & versatile

Les anciens discours «avantages concurrentiels » sont insuffisants
L'hyper offre banalise le produit



La création d'expériences permet d'engager le visiteur dans une relation positive

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



Objectifs du Marketing de l'expérience



- Créer de la valeur
- Se différencier
- Fidéliser
- Aider à mémoriser la marque
- Rassurer



Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



En s'immergeant dans la découverte
oenotouristique



Le visiteur participe à la diffusion de la marque
& entre dans sa chaîne de valeur

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



De la relation humaine : L'expérience induit du bouche à oreille

92% des voyageurs dans le monde font confiance aux recommandations de la famille ou des proches plus que toute autre source d'information !

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



De la relation humaine



Intensité de l'engagement



Le marketing expérientiel pour un œnotourisme réussi !



De la relation humaine

C conviction

P Laisir

C onf I ance

S E ntiment

E xpé rie N ce

P o si T if



Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



De la relation émotionnelle

Accueil
authentique

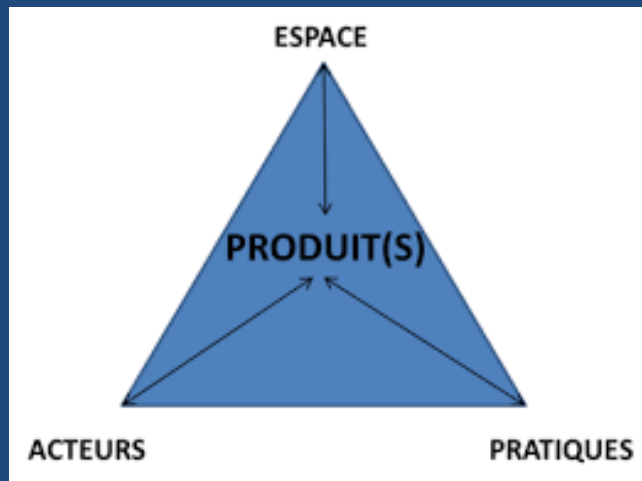
Agents formés à
l'expérience
client

Attachement à
la marque

Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



Le marketing de l'expérience implique une réorientation stratégique des opérateurs oenotouristiques



Le marketing expérientiel pour un oenotourisme réussi !



Conseil Oenotourisme pour vous aider à orienter votre organisme vers une stratégie marketing Expérientielle

"Marc Jonas consultant oenotourisme et incubateur d'oemotion"



Marketing expérientiel

La beauté des paysages - le temps libre que l'on s'octroie - l'opportunité d'approfondir des liens avec des proches ou de faire de nouvelles rencontres ... voilà le moteur de l'oenotourisme. Développer le marketing expérientiel est la clé du succès !

[Lire plus](#)



Stratégie digitale

L'évolution permanente des technologies entraîne une adaptation nécessaire aux techniques de communication. Les activités oenotouristiques sont entrées de plain pied dans l'ère de la relation personnalisée, avec de nouveaux et excitants défis à relever !

[Lire plus](#)



Oenotourisme 3.0

Oenotourisme 3.0 = la valorisation des Savoirs + la compréhension de la demande et de son marché + la mise en oeuvre des techniques de communication digitales : voilà le défi oenotouristique des années à venir

[Lire plus](#)

CONSULTANT OENOTOURISME



Depuis 15 ans, Marc Jonas conseille les professionnels du vin et du tourisme pour la valorisation de leur potentiel et de leur projet oenotouristique. Précurseur en oenotourisme, il a travaillé avec des institutionnels comme dans le secteur marchand. Issu à la fois des mondes du vin et du tourisme, il profite de cette double Culture pour suivre les évolutions de ce secteur en permanente mutation.

RESEAUX SOCIAUX

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Abonnement

A LIRE

Bonnes pratiques
Connaissance du client
International
Marketing émotionnel
oenotourisme 3.0