



CAMPAGNE MARKETING HIVER 2019-2020

OUTAOUAIS

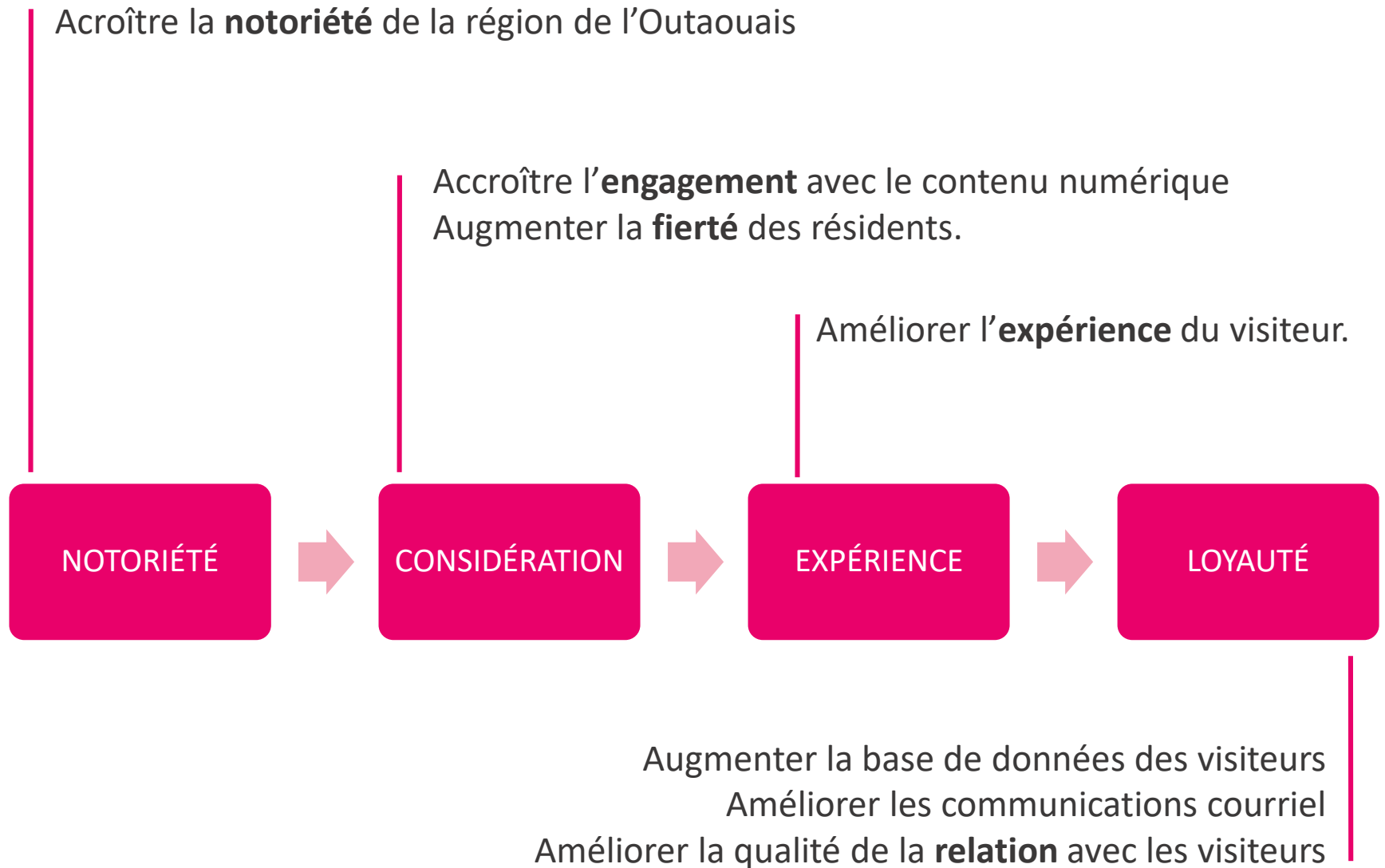
tourismeoutaouais.com

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES



| 2019-2020

OBJECTIFS MARKETING



STRATÉGIES COMMUNICATION MARKETING – 2019-20

NOTORIÉTÉ

Poursuivre avec la stratégie média et de création de l'été 2019

Mettre de l'avant les attraits et les événements phares de chaque expérience

Créer des coups d'éclat

Campagne de fierté Outaouais

CONSIDÉRATION

Investir massivement en numérique

Créer un écosystème de contenu par expérience

Promouvoir de nouveaux ambassadeurs locaux

EXPÉRIENCE

Rehausser la qualité de service aux visiteurs

- Formation des premières lignes
- Récompenser leur travail
- Améliorer les communications

Améliorer l'accessibilité à l'information sur le site web

Miser sur les locaux.

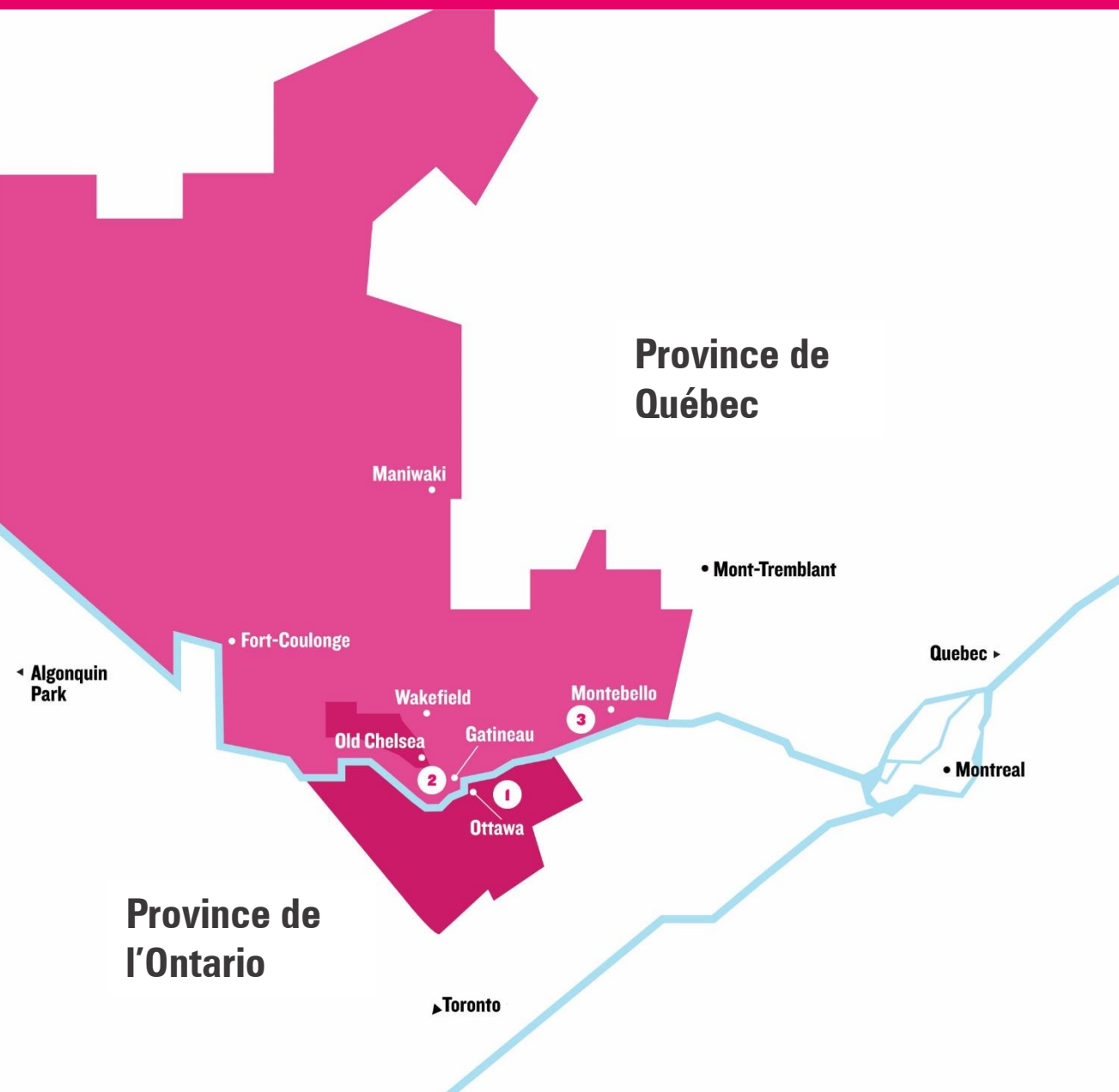
LOYAUTÉ

Se doter d'outils performants de gestion et d'analyse

- Segmenter la base de données visiteurs
- Accumuler de l'information sur le comportement des utilisateurs
- Créer des envois personnalisés

Faire un audit de nos plateformes sociales

MARCHÉS PRIORITAIRES



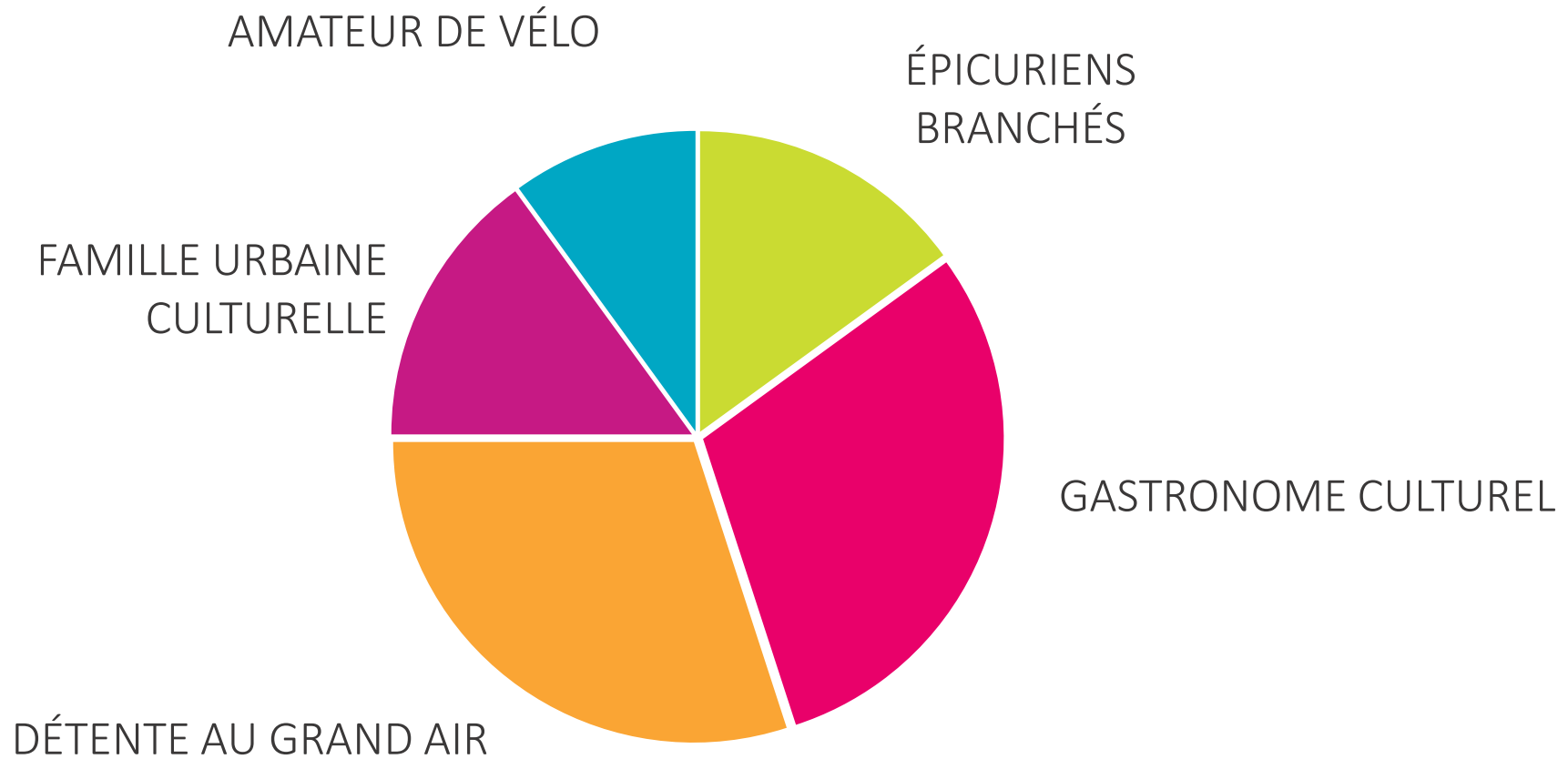
60%

Montréal et les environs

40%

Ottawa et les environs

CLIENTÈLES PRIORITAIRES





STRATÉGIE DE COMMUNICATION

| Raconter de courtes histoires pour mettre
| l'expérience de l'avant.

MESSAGE

SIGNATURE DE MARQUE

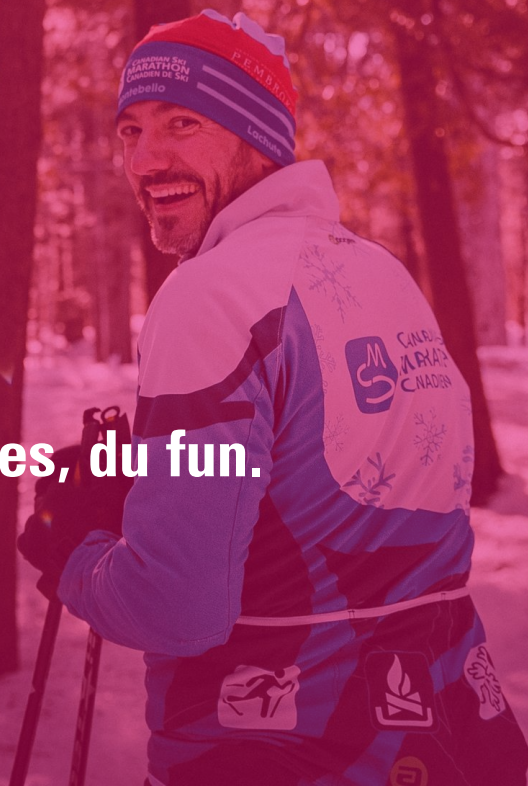


SIGNATURE DE CAMPAGNE

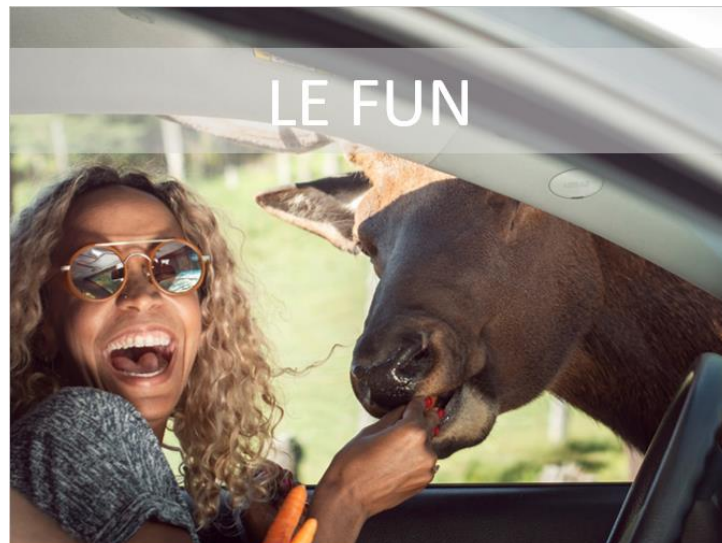


STRATÉGIE DE CRÉATION

| Des belles images, des expériences vécues, du fun.



NOS PILIERS CRÉATIFS



STRATÉGIE MÉDIA

Connecter avec chacune de nos cibles sur les différents points de contact selon leur parcours via les différents médias.

CYCLE DU VISITEUR

FIDÉLITÉ ET ENGAGEMENT (LOYAUTÉ)

Le visiteur apprécie son expérience et le partage avec sa communauté.

INSPIRATION (NOTORIÉTÉ)

Le visiteur recherche une escapade, à proximité de Montréal ou d'Ottawa.

DÉCOUVERTE ET EXPÉRIENCE (EXPÉRIENCE DU VISITEUR)

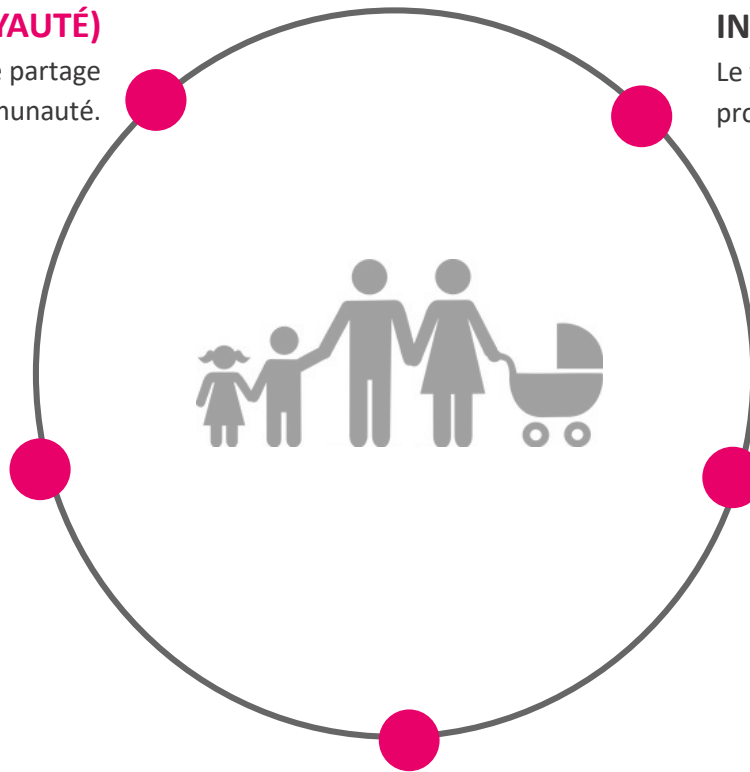
Le visiteur découvre la région de l'Outaouais, les activités, le mélange de nature et de culture.

RECHERCHE ET PLANIFICATION (CONSIDÉRATION)

Le visiteur se familiarise avec la région de l'Outaouais.

RÉSERVATION

Le visiteur réserve son hôtel, ses attractions et ses activités.



STRATÉGIE MÉDIA

1

Présenter notre message à des audiences pertinentes.

- Ciblage comportemental
- Ciblage contextuel
- Démographique
- Intérêt
- *Custom intent*
- Plateforme Marché Privé



1. Pré-roll
2. SEM
3. Vidéos sur les réseaux sociaux



2

Bâtir des audiences de reciblage et de « look-a-like ».



3

Joindre une cible préqualifiée avec un message différent.

Audience qualifiée de 2018-2019
Visiteurs site web TO
Audience qualifiée suite aux actions 2019-2020



1. Bannières web
2. Articles de blogue
3. Publicités réseaux sociaux

STRATÉGIE MÉDIA

CIBLAGE



Pré-roll



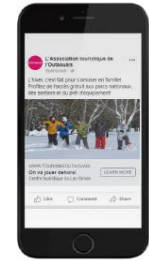
Instagram & Facebook : blogue, circuit, vidéo



RECIBLAGE



Bannières



Instagram & Facebook

STRATÉGIE MÉDIA

CANAUX	TACTIQUES
PROPRIÉTAIRES	• Site Web / Blogue • Facebook / Instagram / Twitter • Activation terrain - RH • Maison du tourisme • Infolettre
ACQUIS	• Journalistes / Blogueurs • Partenaires • Personnel de première ligne
PAYÉS	• Pré-roll ciblés • Bannières web • Publicité Facebook / Instagram • Magazine • Publicité Adwords

TACTIQUES MÉDIA PAR EXPÉRIENCE

A first-person perspective shot from a snowmobile on a long, straight wooden bridge covered in snow. The bridge has wooden railings on both sides. In the distance, another snowmobile is visible. The background shows a snowy landscape with trees and a clear sky. The entire image has a purple color overlay.

| Marché Ottawa et Montréal

LES EXPÉRIENCES

Expérience	Route touristique (culture/nature)	Gourmand	Festif	Plein Air	Vélo - SDFO	Pourvoirie	Motoneige
Objectifs	Notoriété	Expérience	Expérience	Notoriété	Considération	Notoriété, Considération	Considération
Cible	Gastronome culturel	Épicuriens branchés	Épicuriens branchés	Détente au grand air	Plein Air de luxe Familles	Groupe d'amis	Motoneigiste
Marchés	RMR Montréal	Ottawa, Gatineau	Ottawa	RMR Montréal Ottawa	Montréal, Ottawa	Montréal, Gatineau, Ottawa	Ontario
AITQ	France		Chine	Ontario, US		Ontario et E-U	Ontario, US, Maritime, MM
Motivation du voyageur	Beauté du paysage	La découverte pour tous les sens	Plaisir	Les étoiles	Bouger, accessibilité	Être	Neige et plaisir entre amis



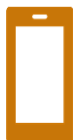
CULTURE



**GUIDE DES VACANCES AU
QUÉBEC - HIVER (NUMÉRIQUE)**



CONCOURS MULTI-EXPÉRIENCES



**RÉFÉRENCEMENT MOTEUR
DE RECHERCHE**



**PUBLICITÉ FACEBOOK &
INSTAGRAM**



PARTENARIAT AVEC AITQ



MONTRÉAL



**NOTORIÉTÉ &
CONSIDÉRATION**



**FAMILLE URBAINE
CULTURELLE**



JANVIER À MARS





GOURMAND



MARKETING D'INFLUENCE



CONCOURS MULTI-EXPÉRIENCES



RÉFÉRENCEMENT MOTEUR DE RECHERCHE



**PUBLICITÉ RECIBLAGE
FACEBOOK & INSTAGRAM**



**OTTAWA
MONTRÉAL**



**NOTORIÉTÉ &
EXPÉRIENCE DU VISITEUR**



ÉPICURIENS BRANCHÉS



NOVEMBRE - MARS





FESTIF



OTTAWA



**NOTORIÉTÉ &
CONSIDÉRATION**



ÉPICURIENS BRANCHÉS



DÉCEMBRE - FÉVRIER



VIDÉOS PRÉ-ROLL
• 6 SEC. ET 15 SEC.



PUBLIREPORTAGE
QUEBECVACANCES.COM



**RÉFÉRENCEMENT MOTEUR DE
RECHERCHE**



CONCOURS MULTI-EXPÉRIENCES



PARTENARIAT AVEC AITQ



**PUBLICITÉ FACEBOOK &
INSTAGRAM**



PLEIN AIR



VIDÉO PRÉ-ROLL



RÉFÉRENCEMENT MOTEUR DE RECHERCHE



PUBLICITÉ FACEBOOK & INSTAGRAM



**SALON PLEIN AIR DE MONTRÉAL
+ DÉPLIANT PLEIN AIR**



PARTENARIAT AVEC AITQ



**MONTRÉAL
OTTAWA**



**NOTORIÉTÉ &
CONSIDÉRATION**



**DÉTENTE AU
GRAND AIR**



NOVEMBRE - MARS



SKI DE FOND



**MONTREAL
OTTAWA**



**NOTORIÉTÉ &
CONSIDÉRATION**



**GENS ACTIFS
ADEPTES DE SKI DE FOND**



NOVEMBRE À FÉVRIER



VIDÉO PRÉ-ROLL



**PROMOTION DES
ÉVÉNEMENTS SKI DE FOND**
Vidéo promotionnel
Bannières web



**PUBLICITÉ IMPRIMÉ DANS
UN MAGAZINE**



**RÉFÉRENCEMENT MOTEUR
DE RECHERCHE**



PUBLICITÉ FACEBOOK



MOTONEIGE



CAMPAGNE MOTONEIGE AVEC L'AITQ
SITE WEB SNOWMOBILEINQUEBEC.COM
APPLICATION IMOTONEIGE



CARTE MOTONEIGE OUTAOUAIS



RÉFÉRENCEMENT MOTEUR DE
RECHERCHE



PUBLICITÉ VIDÉO SUR FACEBOOK



PARTENARIAT AVEC AITQ



ÉTATS-UNIS
ONTARIO



CONSIDÉRATION



ADEPTES DE MOTONEIGE



JANV. À MARS



HÉBERGEMENTS



MONTRÉAL



CONSIDÉRATION



DÉCEMBRE - MARS

FORFAIT VIP – OFFRE CONJOINTE AVEC LE PASSEPORT DES MUSÉES



VIDÉOS FACEBOOK



RÉFÉRENCEMENT MOTEUR DE RECHERCHE



PUBLICITÉS SUR FACEBOOK



LANDING PAGE FORFAIT VIP



RECIBLAGE BANNIÈRES WEB

A winter scene featuring a red cabin with a white railing and a snow-covered roof, nestled in a snowy landscape. The background is a dense forest of snow-covered evergreen trees. The entire image is overlaid with a magenta tint. The text 'PROGRAMME AMBASSADEURS' is written in large, bold, white capital letters across the middle of the image.

PROGRAMME AMBASSADEURS

| Calendrier



PROGRAMME AMBASSADEUR



Ambassadeur du mois d'octobre

Serge Lussier

- Publicité télé 30s
- Publireportage Le Droit
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo



Ambassadeurs du mois d'octobre

Martin Paquette et Daniel Gingras

- Publireportage Le Droit
- Publireportage Les 2 Vallées
- Publications FB & IG
- Texte de blogue

Rencontrez d'autres ambassadeurs passionnés sur notre site web :

<https://www.tourismeoutaouais.com/ambassadeur/>



PROGRAMME AMBASSADEUR



Ambassadeur du mois de novembre
Frédéric Ménard

- Publicité télé 30s
- Publireportage Le Droit
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo



Ambassadeurs du mois de février
Romain Riva et Cyril Lauer

- Publicité télé 30s
- Publireportage Le Droit
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

Rencontrez d'autres ambassadeurs passionnés sur notre site web :

<https://www.tourismeoutaouais.com/ambassadeur/>



PROGRAMME AMBASSADEUR



Ambassadeur du mois de février

Yannick LaSalle

- Publireportage Le Droit
- Publireportage Les 2 Vallées
- Publications FB & IG
- Texte de blogue

Ambassadeurs du mois de mars

Scott Judd et Jennifer Dale Judd

- Publicité FB vidéo
- Publireportage Le Droit
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

Rencontrez d'autres ambassadeurs passionnés sur notre site web :

<https://www.tourismeoutaouais.com/ambassadeur/>

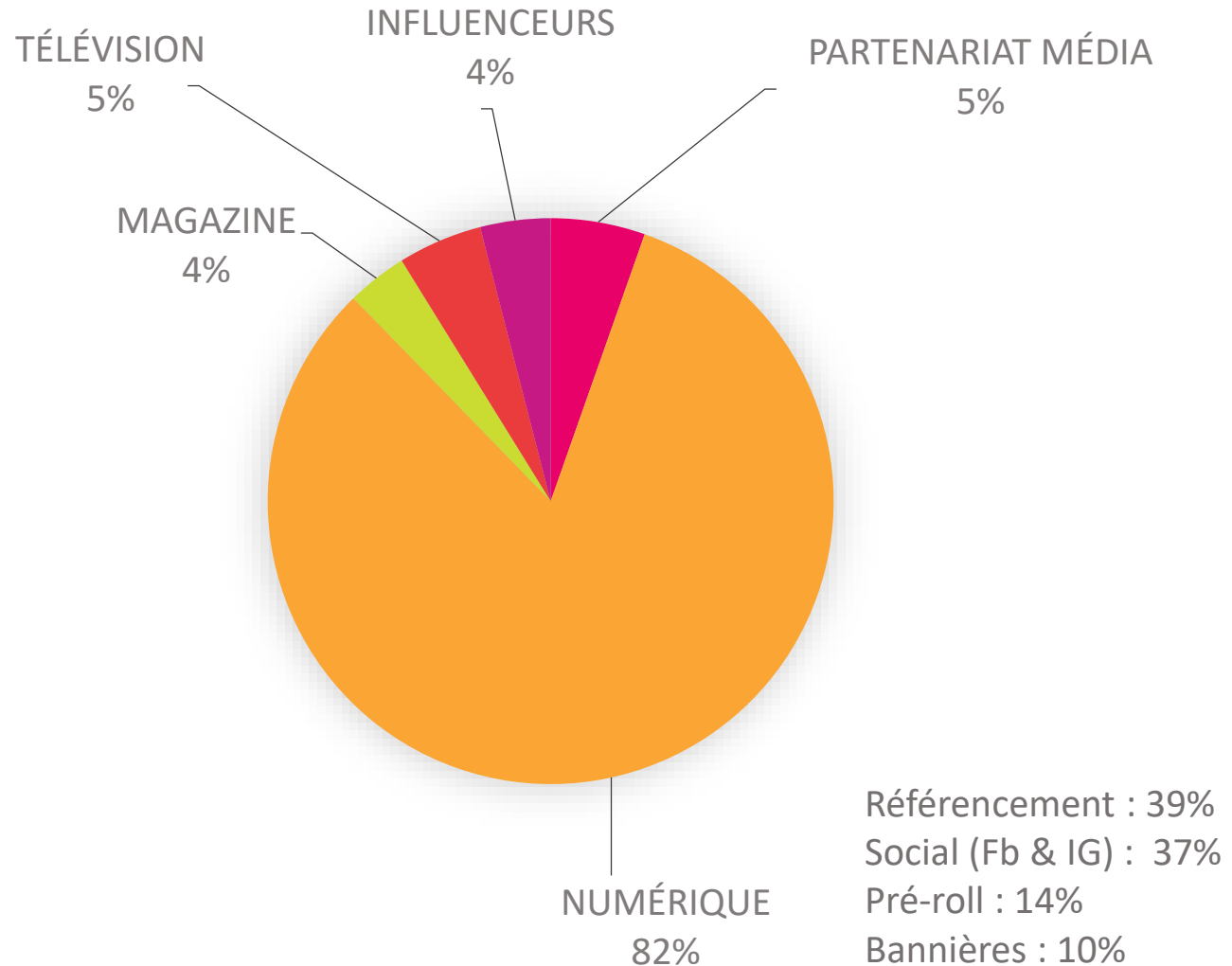


BUDGET ANNUEL PUBLICITAIRE 2019-2020

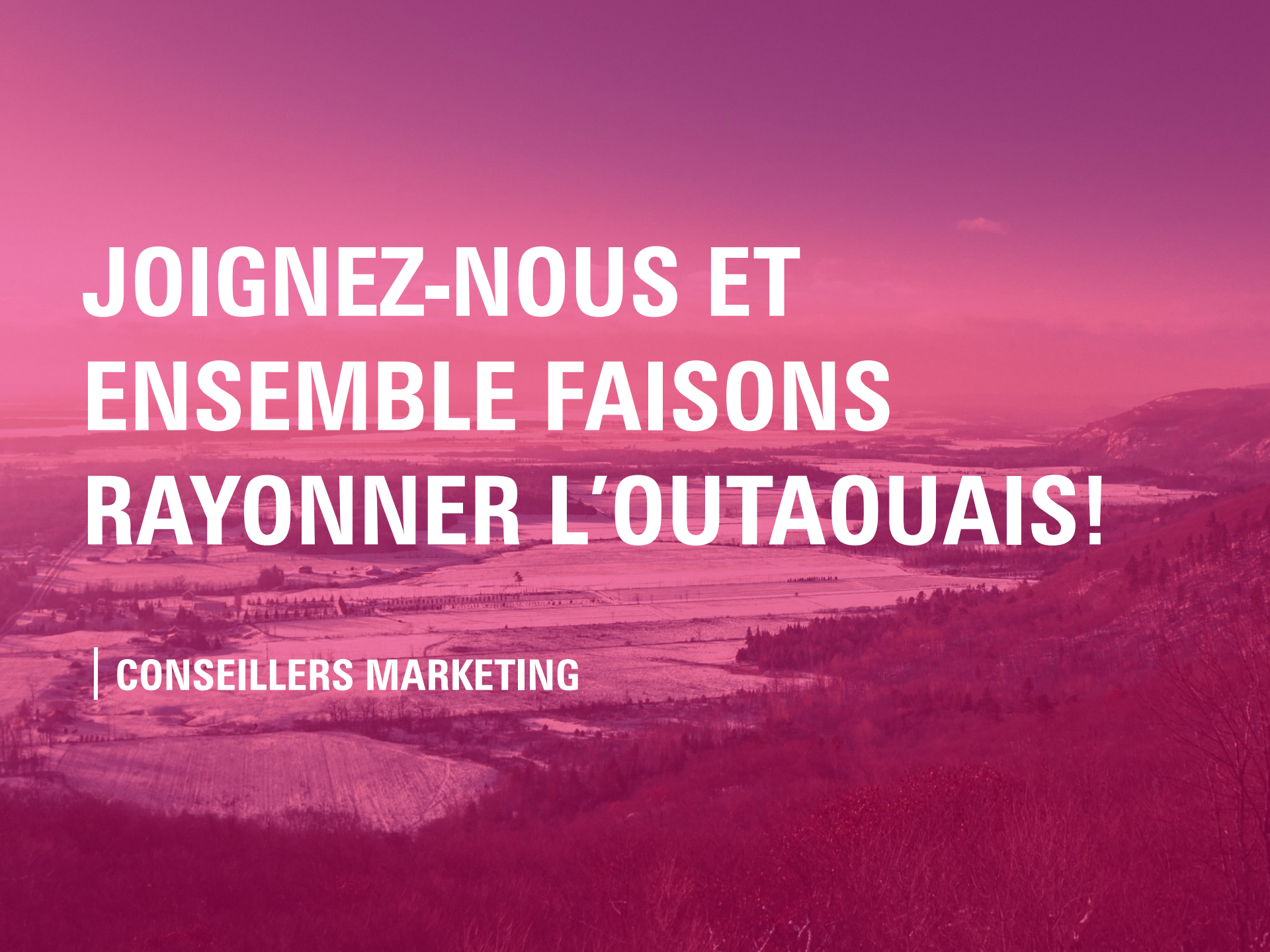
| 1 313 000\$



BUDGET PUBLICITAIRE



Les frais de production et d'honoraires sont inclus dans le budget total.



**JOIGNEZ-NOUS ET
ENSEMBLE FAISONS
RAYONNER L'OUTAOUAIS!**

| CONSEILLERS MARKETING



VOS CONSEILLERS MARKETING



Culture, festif et gourmand
msavoie@tourisme-outaouais.ca
819 778-2530 poste 249



Hébergements
mnickner@tourisme-outaouais.ca
819 778-2530 poste 246



Plein air
vtetreault@tourisme-outaouais.ca
819 778-2530 poste 233