



DESTINATION  
**SAINT-ÉMILION**  
OFFICE DE TOURISME  
DU GRAND SAINT-ÉMILIONNAIS



# Comment définir mon offre touristique ?

*En vue d'établir une  
stratégie pour développer  
mon chiffre d'affaires*



Jean-Daniel DEBART

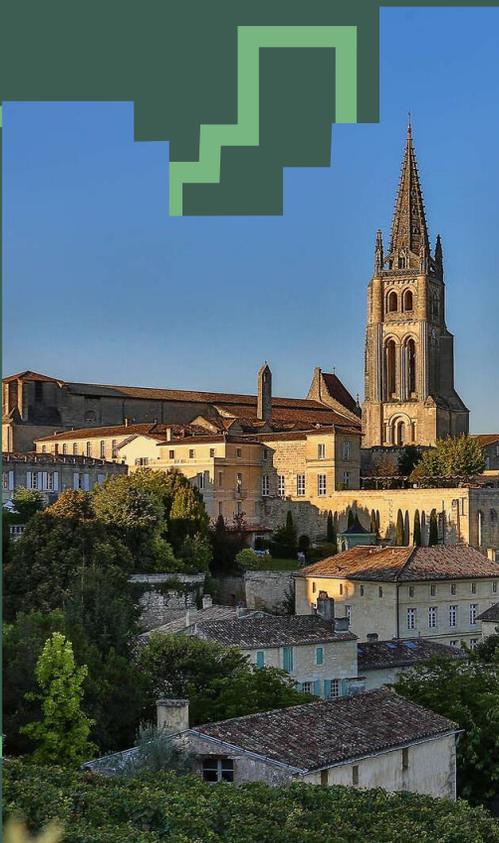
*Co-Président de l'Office de Tourisme*

*Vice-président de la Communauté de Communes du Grand Saint-Émilionnais en charge du  
Tourisme et de la culture*

*Directeur de programme ESG LUXE Bordeaux - filière Luxe, vin et Tourisme*

*Consultant en stratégie marketing Tourisme et Vin*

# Les questions que je dois me poser pour avancer pas à pas dans la définition de mon offre touristique



1- Qui suis-je ?

*Comment je définis ma  
propriété*



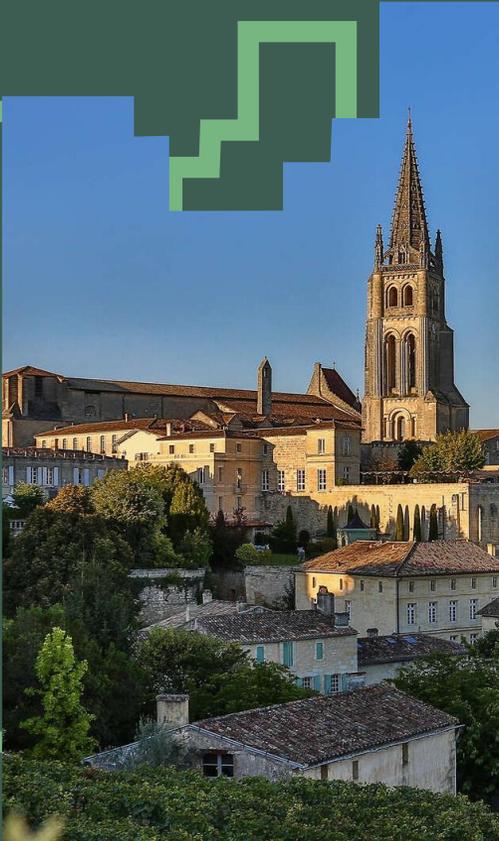
## *L'U.S.P.*

*Le concept marketing de l'USP (« Unique Selling Proposition ») permet à une entreprise de se démarquer de ses concurrents. En travaillant la rédaction de son USP, la marque présente la valeur ajoutée de son produit et le positionne sur un bénéfice client qui lui est propre.*



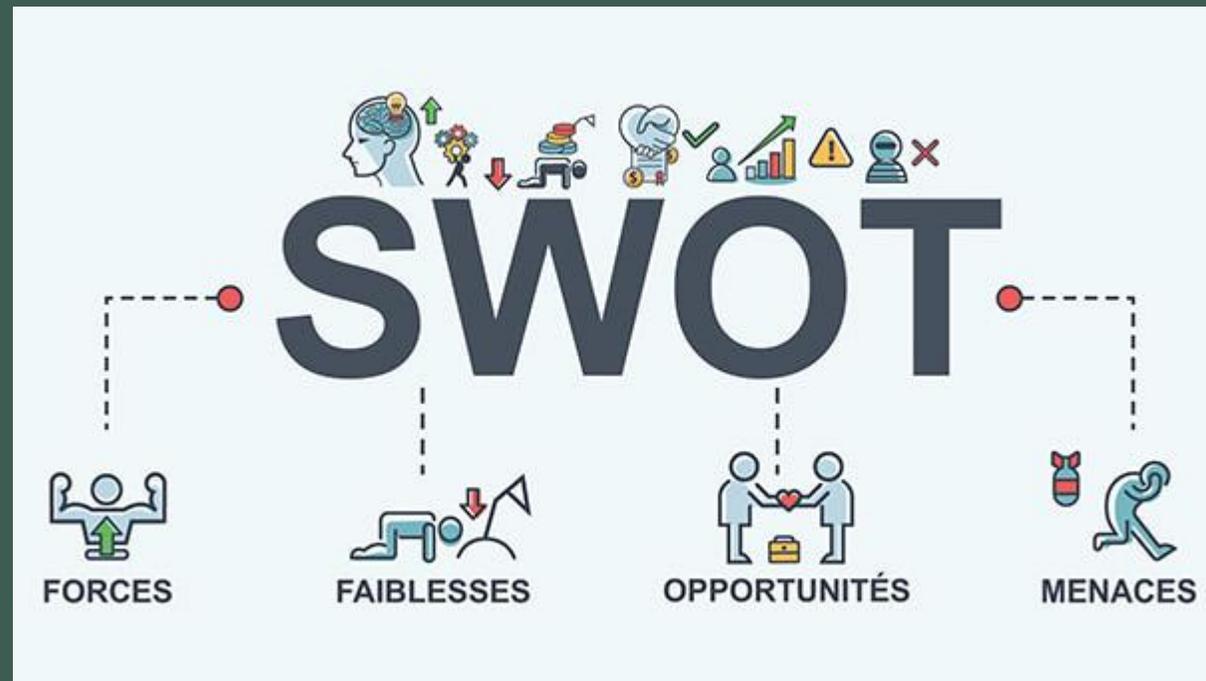
Exercice : en une phrase, je définis mon entreprise en mettant en avant ce qui me différencie des autres.

*Qu'est ce qui me rends unique ?*



## 2- Quelles sont mes forces et mes faiblesses ?

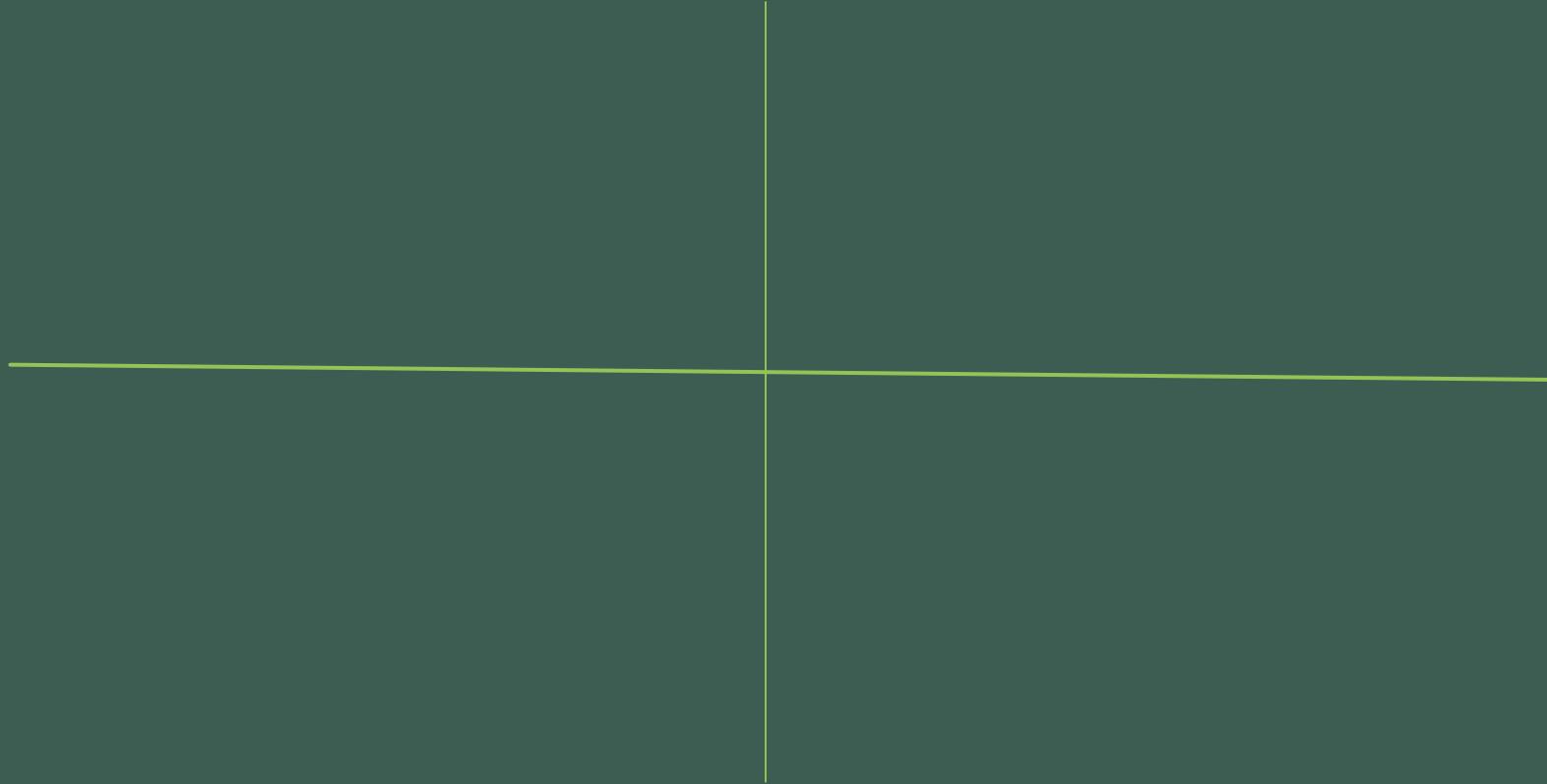
# *Forces et faiblesses, menaces et opportunités*





*Forces et faiblesses = en interne*

*Menaces et opportunités = dans mon environnement*



*Exercice : je prends le temps de remplir les 4 cases*



## 3- Qui je regarde ?

*Qui je suis sur les réseaux ?*

*Quels sont mes modèles ?*

*Qui j'ai envie d'imiter ?*

*Quels sont les collègues / concurrents qui me font rêver ?*

*Quels modèles ai-je envie de reproduire ?*

*Exercice : je réponds à ces questions = benchmarking*



*Chercher l'inspiration !*







VINO LOVERS



**CAROLINE DECOSTER**

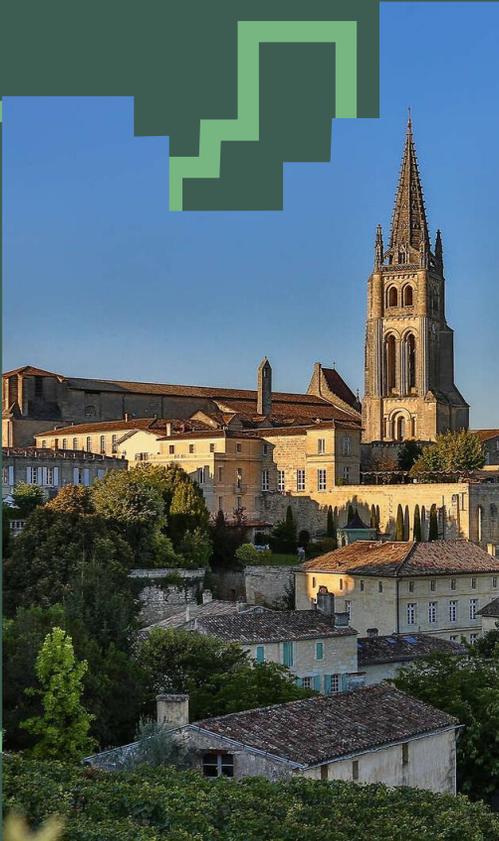
**CHÂTEAU FLEUR CARDINALE**



SAINT-ÉMILION GRAND CRU



*Mais aussi partout en France et à l'étranger !*



## 4- Quels sont mes moyens ?

*Quel est le montant que je peux dégager pour investir dans le développement de mon activité ?*



*Exercice : je répons à cette question sans mettre en péril ma situation financière et cette phase est cruciale dans le développement de ma stratégie*

## *Les différents postes :*

- *Création et installation*
- *Animation et ressources humaines*
  - *Communication*
- *Frais de fonctionnement annuels*
  - *fidélisation*

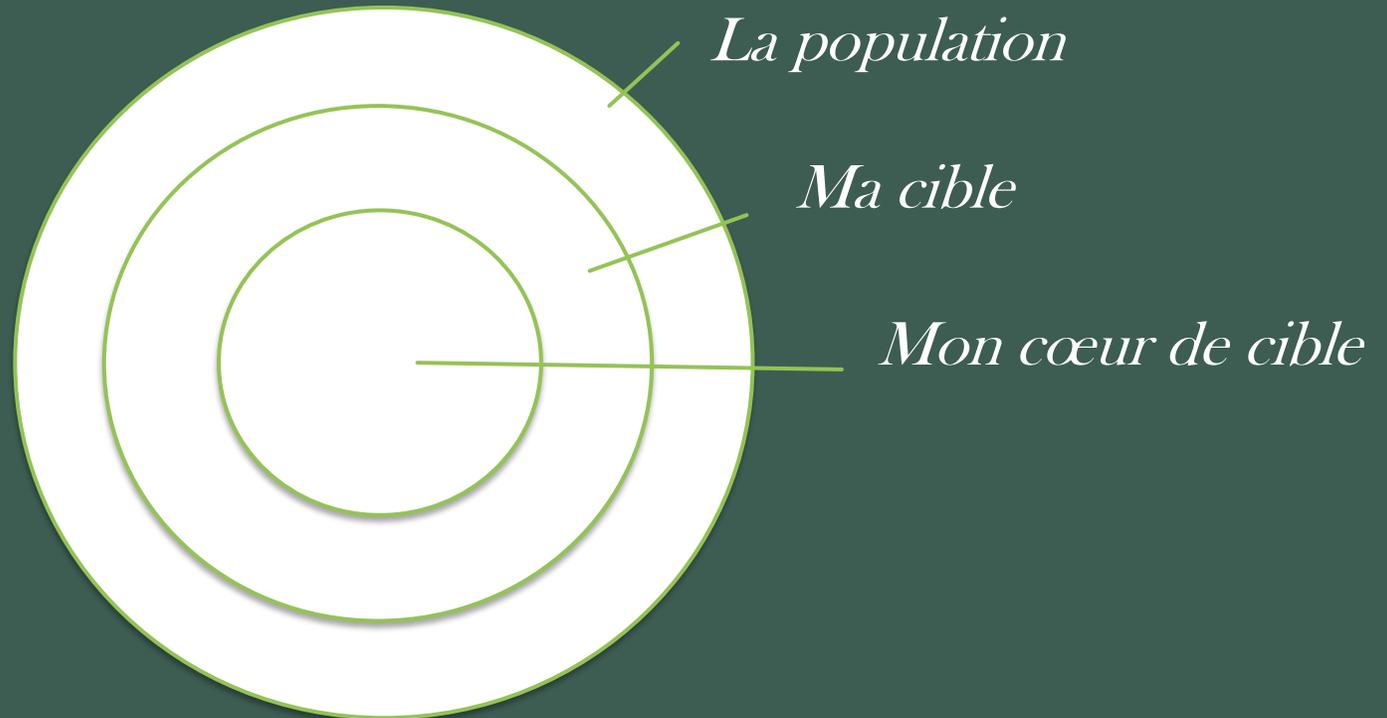
*Exercice : je fais un budget prévisionnel*



Je prends une pause  
*Je résume qui je suis, ce que je  
veux, à qui j'aimerais  
ressembler, ce que je peux  
mettre dans mon activité*



## 5- Qui je cible?



*Exercice : quel typologie de clients je souhaite viser ?  
Je fais attention aux moyens mis en œuvre pour l'atteindre*



*Quelle stratégie je souhaite mettre en place pour cette clientèle ?*

*Stratégie d'écrémage*

*Stratégie d'alignement*

*Stratégie de pénétration*



## 6- Phase d'idéation

*Je brainstorme !*

*Quels produits pourrais-je mettre en place pour attirer la clientèle ciblée ?*





*1 offre de base (visite + dégustation)*

*Une offre complémentaire*

*Exercice : quelle offre supplémentaire peut rentrer dans mon domaine d'activité ? Ai-je envie d'ouvrir d'autres domaines d'activité stratégiques (DAS) ?*



# *Rappel sur les différentes formes d'oenotourisme*

*Présentation de l'année dernière à retrouver dans l'espace adhérent de votre Office de  
Tourisme*

<https://www.saint-emilion-tourisme.com/uploads/brochure/les-initiatives-oenotouristiques-en-france-et-dans-le-monde-65a7ab31a2c11414375061.pdf>



## 7- Une activité durable qui doit être RENTABLE



## *Rentabilité par*

*Des retombées financières*

*Des retombées d'images*

*Une valorisation par les prestataires*

*Une revenue de la clientèle*

*Un positionnement affiché et affirmé*



*Est-ce que je suis prêt (e) à...*

*Gagner ?*

*...*

*Perdre ?*



## 8- Je mets en place une feuille de route (Plan d'Action)



*Pour chaque action*

*Qui*

*Fait quoi*

*Comment*

*Avec qui*

*Pourquoi*

*Pour quels objectifs*

*Avec quel budget ?*



© 1980 Paramount Pictures. All Rights Reserved.

## 9 – Je pilote



## 10 – Derniers TIPS



*Je me diversifie... mais pas trop*

*... au risque de noyer mon image*



*Mes moyens étant limités, je fais attention*

*... surtout aux sirènes de la communication*



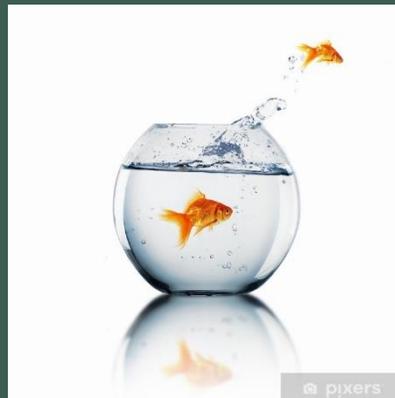
*Mon temps étant limité, je fais attention*

*... surtout aux sirènes de la communication*

*Je fais le maximum pour rester en harmonie*

*... par rapport à mon appellation, à mon positionnement, à ma clientèle.*

*Pas besoin de casser systématiquement les codes pour se faire connaître*





**MERCI**

*Pour votre attention*

[www.saint-emilion-tourisme.com](http://www.saint-emilion-tourisme.com)