Agraf
Marketing direct ▪ Publicité ▪ Design graphique
Cherche et rapporte

Ma publicité, ma brochure sont-elles efficaces et rentables ?

Vous avez effectué l'envoi postal de votre nouvelle brochure, placé une publicité dans le guide touristique régional, distribué votre dépliant dans un bureau d'information touristique et vous vous demandez si ces actions sont efficaces et rentables ?

L'importance de l'évaluation

Quand il est question d'investissements en marketing et en communication, de nombreuses actions sont remises en cause sans même que l'on puisse évaluer, ne serait-ce que sommairement, leur rendement en terme de retombées. Étonnamment, on peut observer cette situation autant dans un hôtel de 1000 chambres, possédant un service de ventes et de marketing, que dans un gîte touristique ou un petit centre d'interprétation.

Posez des questions

L'un des moyens les plus élémentaires d'évaluer vos investissements en marketing et en communication consiste à poser à votre clientèle ces simples questions : Où avez-vous entendu parler de nous ? Où avez-vous pris connaissance de ce forfait ? À quel endroit vous êtes-vous procuré notre brochure ? Ces questions peuvent être posées par le personnel à la réception, lors d'une réservation, d'une demande d'information, etc. En cumulant ces renseignements, il vous sera possible, sans toutefois mesurer toutes les variables, de savoir où vos investissements sont les plus et les moins profitables. Ces renseignements vous permettront aussi de mieux établir votre plan média et la distribution de vos outils de communication et, peut-être même, d'éviter de ne pas renouveler un placement publicitaire très efficace pour vous, et ce, sans que vous le sachiez…

Claude Galarneau,
directeur de projets, secteur tourisme

105, côte de la Montagne, bureau 402, Québec (Québec) G1K 4E4
Téléphone : (418) 692-4437 ▪ Télécopieur : (418) 692-3743 ▪ Internet : www.agraf.com ▪ Courriel : info@agraf.com