Agraf
Marketing direct ▪ Publicité ▪ Design graphique
Cherche et rapporte

Qui trop embrasse mal étreint

En tourisme, les recherches démontrent que vouloir fidéliser tous les clients est incompatible avec l'objectif d'augmenter la profitabilité des investissements. Conséquemment, la segmentation via des activités de marketing direct est indispensable puisque les clients ont des besoins, des attentes et des moyens financiers différents. La valeur de l'offre est donc primordiale en tourisme. De là, l'importance également du «Tailor Made» (forfait «ajusté», «sur mesure») destiné à une clientèle particulière ayant des intérêts spécifiques.

Claude Galarneau,
Directeur de projets, secteur tourisme, Agraf

105, côte de la Montagne, bureau 402, Québec (Québec) G1K 4E4
Téléphone : (418) 692-4437, poste 28 ▪ Télécopieur : (418) 692-3743 ▪ Internet : www.agraf.com/tourisme ▪ Courriel : cgalarneau@agraf.com