

L'avis des experts

Décisif: le mix de communication équilibré





Auteur
Emch Urs

urs.emch@switzerland.com
<http://www.MySwitzerland.com>

Depuis août 2000, Urs Emch est membre de la direction de Suisse Tourisme. Jusqu'à fin 2004, il était le responsable de Marketing Services & Brand Management. Depuis le 1er janvier 2005, il est à la tête de tout le marketing de Suisse Tourisme.

Les flux d'informations font partie de notre quotidien. L'appel direct avec offres spécifiques à un segment ou à des personnes intéressées acquiert une importance toujours croissante. Malgré cela, la publicité traditionnelle continue de jouer un rôle de premier plan dans la branche touristique. Elle est en effet idéale pour susciter le désir d'un produit et communiquer une marque. Un bon mix de communication est donc un élément décisif.

Suisse Tourisme

Suisse Tourisme est l'organisation nationale de marketing et de vente pour voyages, vacances et congrès en Suisse. Entièrement au service du client, elle travaille étroitement avec des partenaires et des prestataires touristiques en Suisse ainsi qu'avec leurs succursales dans le monde entier, dans le but d'offrir aux hôtes de notre pays une expérience inoubliable.

Plate-forme de communication et pool de connaissances pour nos membres

Nos membres ont la possibilité de participer à des campagnes communes, à des foires et à des événements, mais aussi à utiliser notre plate-forme électronique. De plus, ils tirent parti de notre travail médiatique ainsi que de nos expériences et de nos pronostics de marché (qui sont publiés). Nos recommandations relatives à la communication se basent sur les connaissances que nous avons acquises grâce à notre présence sur différents marchés et concernent avant tout les canaux de communication et de distribution.

Le mix de communication bien pesé de Suisse Tourisme

Pour communiquer nos atouts, nous utilisons aussi bien des médias de marketing direct que des médias classiques. Un mix de communication bien équilibré est décisif. Pour ce qui est du MD, nous tablons sur des instruments tels que le mailing et la Newsletter en ligne. Le bon moment, les adresses de qualité ainsi qu'un message et un appel conçus pour le groupe-cible jouent ici un rôle de premier plan.

La branche du tourisme communique de manière à la fois classique et directe

Les médias publicitaires traditionnels continuent de revêtir une grande importance dans toute la branche du tourisme. Les raisons? Une loyauté en chute libre des clients et une modification de leur comportement face aux loisirs. Il est donc primordial d'éveiller l'envie pour un produit et de communiquer une marque au moyen de mesures traditionnelles. Le marketing direct, pour sa part, se caractérise par la mesurabilité de ses résultats et la rapidité de son feedback. En outre, il permet d'adresser aux destinataires des messages spécialement conçus pour eux. Pour le suivi des clients en particulier, le marketing direct ne cesse de gagner en importance.

Importance croissante du MD

Ces dernières années, l'usage du marketing direct, dans la branche du tourisme aussi, s'est professionnalisé et intensifié. Dans un quotidien marqué par les flux d'informations, l'appel direct avec informations et offres spécifiques à des segments ou des personnes intéressées va acquérir de plus en plus d'importance.

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint