

MARQUE SOLOGNE

"Une parenthèse inattendue"

En 2023, la marque Sologne a poursuivi l'installation de son image et a intensifié la diffusion de ses contenus et par conséquent sa présence.

Les outils de communication de la marque se professionnalisent pour affirmer son positionnement sur les marchés touristiques.

- À l'écoute de la nature,
- À l'ombre des châteaux,
- Un repas en Sologne,
- Une maison élégante et cosy

Les quatre thèmes de la marque, sont autant de promesses à tenir pour nos visiteurs et nos Ambassadeurs.

Les enjeux :

Faire rayonner la marque **sur le territoire comme à l'extérieur**.

Porter un **plan marketing ambitieux**, au service des Ambassadeurs.

2023

Hiver

- Organisation de **13 ateliers de formation pour les Ambassadeurs** avec des séances en visio et en présentiel sur diverses thématiques : VIT-Tourinsoft, Place de Marché, Canva, Tourisme Durable, contrôler sa E-réputation , etc.
- Organisation de **2 ateliers à destination des prestataires à conquérir** afin de présenter la marque et ses actions.

Printemps

- Réalisation d'un **nouveau spot promotionnel "Printemps"** à destination de nos deux cibles (trentenaire chic francilienne et jeune sénior) en prévision d'une diffusion en 2024.
- Du 14 au 20 avril : **campagne de diffusion du spot printemps** (réalisé en 2021) sur les plateformes de replay de France TV et TF1 à destination de nos deux cibles en Ile de France.
- **Campagne de sponsorship** sur les réseaux sociaux.

Été

- Adaptation du **matériel pour les événements** à la dernière version de la charte graphique et mise à disposition durant la période estivale pour les Offices de Tourisme et les ADT sur différentes manifestations d'envergure.
- **Campagne de sponsorship** sur les réseaux sociaux.



2

semaines de campagne

2

plateformes de replay

1 295 752

affichages

11 284

clics générés sur
sologne-tourisme.fr

Automne

- Réalisation d'un **nouveau spot promotionnel "Automne"** à destination de la cible "trentenaire chic francilienne" en prévision d'une diffusion en 2024.
- Du 6 au 13 octobre : **campagne de diffusion du spot automne** (réalisé en 2021) sur les plateformes de replay de France TV et TF1 à destination de notre cible "jeune sénior" en Île-de-France.
- Installation d'une **borne d'information touristique** au Center Parcs des Hauts de Bruyères à Chaumont-sur-Tharonne.
- **5^e rendez-vous des ambassadeurs** de la marque pour se rencontrer, créer du réseau et présenter le travail de la marque.
- Lancement de la refonte de notre **stratégie de référencement naturel** pour le site web Sologne (actualisation de nos personas, diagnostic et préconisations, etc.).

Tout au long de l'année

- **Recrutement** de nouveaux ambassadeurs et **renouvellement** des engagements.
- Envoi régulier de **newsletter**.
- Création de **goodies** : affiches, cartes postales, sacs en tissu, vitrophanies.
- **Animation de nos réseaux sociaux** : Facebook et Instagram
- **Animation de notre site web** et rédaction de 16 expériences mettant en avant les ambassadeurs et le territoire.

Parlons chiffres 2023

Fin novembre 2023 - Par rapport à décembre 2022

8 communautés de communes investies dans le tourisme



Sologne
VAL DE LOIRE **260**

prestations
marquées "Sologne"
39 nouvelles prestations



130 000

visiteurs sur
le site web
+ 17 %



7 369

abonnés à la
page Facebook
+ 6 %



4 119

abonnés à la
page Instagram
+ 23 %

2024

COMMUNICATION

- Diffusion des vidéos réalisées en 2023 « printemps » et « automne » sur des plateformes nationales de replay (France TV et TF1).
- Gestion du site et des réseaux sociaux, en collaboration avec les offices de tourisme et les services Tourisme.
- Campagne de sponsoring des publications sur les réseaux sociaux.
- Création d'une série de podcasts pour une diffusion 2025.
- Création d'un magazine digital à destination des prospects pour une diffusion 2025.
- Création d'un chéquier "avantages" (à condition de réunir suffisamment d'offres pertinentes).

ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS

- Programme d'ateliers de formation d'une dizaine de séances sur les trois départements.
- Développer les rencontres, les newsletters, etc : Speed meeting en avril, 6^e rendez-vous des ambassadeurs en décembre et poursuite de l'édition de la newsletter professionnelle.

DÉVELOPPEMENT DU MATÉRIEL DE NOTORIÉTÉ ET DES OUTILS D'ACCUEIL

- Goodies (selon budget disponible).
- Actualisation et réimpression de la carte touristique Sologne.



