

Feuille de travail : 02

Webinaire : Développement des expériences multisensorielles

Voici une approche en sept étapes et des questions à vous poser pour le développement d'expériences multisensorielles.

Étape 1 : Dresser l'inventaire des expériences touristiques existantes et les évaluer

a. En quoi consiste mon offre ou mon service à l'heure actuelle?

b. Quel est mon marché actuel et quels marchés aimerais-je attirer?

c. Que proposent les entreprises de ma région ou d'autres destinations similaires?

Étape 2 : Cerner les opportunités de développement de nouvelles expériences ou d'amélioration des expériences existantes

a. En quoi consistent mes expériences multisensorielles à l'heure actuelle?

b. Puis-je les améliorer en y intégrant une ou plusieurs composantes sensorielles?

c. Quelles nouvelles expériences puis-je créer?

d. Puis-je établir des partenariats avec des entreprises locales ou des fournisseurs d'expérience?

Étape 3 : Développer un concept

a. Quelle est mon idée?

b. S'agit-il de développer une nouvelle expérience ou d'améliorer une expérience existante?

c. Quelles sont les ressources disponibles dans ma région ou province?

d. Qui sont les partenaires potentiels, y compris pour l'approvisionnement, la prestation, le marketing et la promotion?

Étape 4 : Mener une étude de marché

a. Qui sont mes principaux clients?

b. Quels sont les besoins de ces clients?

c. De quelle manière mon idée répond-elle à ces besoins?

d. En quoi mon expérience est-elle différente des autres expériences offertes dans ma région ou les destinations similaires?

Enrichir l'expérience canadienne

Dans le cadre de l'étude, ai-je repéré trois expériences similaires offertes dans les destinations canadiennes ou étrangères?

e. Quelles leçons puis-je tirer de ces expériences et destinations?

f. Que demandent les concurrents pour cette expérience?

g. Quel sera le coût de la prestation des nouvelles expériences?

h. Combien puis-je demander dans mon marché?

i. Quel est le coût de viabilité de l'expérience, y compris la prise en compte des risques?

Étape 5 : Concevoir et développer l'expérience

a. Quelles sont les principales activités de l'expérience?

b. Quelles en sont les composantes sensorielles spécifiques? Cela comprend le goût, la vue, l'odorat, le toucher et l'ouïe, ainsi que la tête, la main, le cœur et le ventre.

c. À quels moments de l'expérience raconte-t-on une histoire? Cela comprend des histoires personnelles, celle de l'entreprise ou l'histoire de la région.

Enrichir l'expérience canadienne

d. À quel moment puis-je mettre de l'avant d'autres entreprises de ma région?

e. Sur la base de l'étude de marché et de mes coûts d'exploitation, combien puis-je demander pour l'expérience?

f. De quelles ressources ou capacités ai-je besoin? Par exemple, pour de l'équipement personnel ou du soutien financier.

Étape 6 : Mettre à l'essai l'expérience nouvelle ou améliorée

a. Comment l'expérience fonctionne-t-elle concrètement?

b. Qu'est-ce qui fonctionne bien?

c. Les moments sensoriels *wow* correspondent-ils à ce qui a été prévu?

d. Que faut-il changer?

e. À quels moments l'engagement des visiteurs est-il faible et à quels moments peut-il être augmenté?

Étape 7 : Mettre en place le marketing et la commercialisation

a. Où mes marchés cibles se renseignent-ils?

b. L'information sur la nouvelle expérience est-elle à jour dans les sites Web et les réseaux sociaux de l'entreprise?

c. Lorsqu'applicable, est-il facile de réserver l'expérience en ligne?

d. Quel contenu les partenariats promotionnels peuvent-ils contribuer?

e. Existe-t-il des initiatives communes de marketing dans ma région ou destination?
