

BONJOUR!

La présentation commencera
sous peu!

Merci d'être avec nous ce matin



La
Mauricie

CAMPAGNE HIVER 2024-2025

STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ



La
Mauricie

AUJOURD'HUI, ON ABORDE ...

- Sondage Raymond Chabot Grand Thornton 2024
- Concept de la campagne
- Présentations des produits de la campagne
- Présentation des forfaits de la campagne

On répond à vos questions tout au long de la presentation
(Il y aura aussi une période de questions à la fin)



LA RECHERCHE RCGT



DÉMARCHE DE SONDAGE

- Questionnaires autoadministrés sur la plateforme SurveyMonkey
- Clientèle visée : population québécoise âgée de 18 ans et plus, ayant déjà visité la Mauricie ou pas
- 35 questions relatives à :
 - leur profil
 - leurs intérêts de voyage
 - leurs séjours en Mauricie (si applicable)
 - leur perception de la Mauricie
- Diffusion du sondage du 22 février au 24 mars 2024
- 894 répondants

LA PROVENANCE DE NOS CLIENTÈLES

Confirme le nouveau positionnement de marches cibles en 2024

Collecte de données auprès des entreprises membres Achalandage et clientèle

Estimation des jours-visites

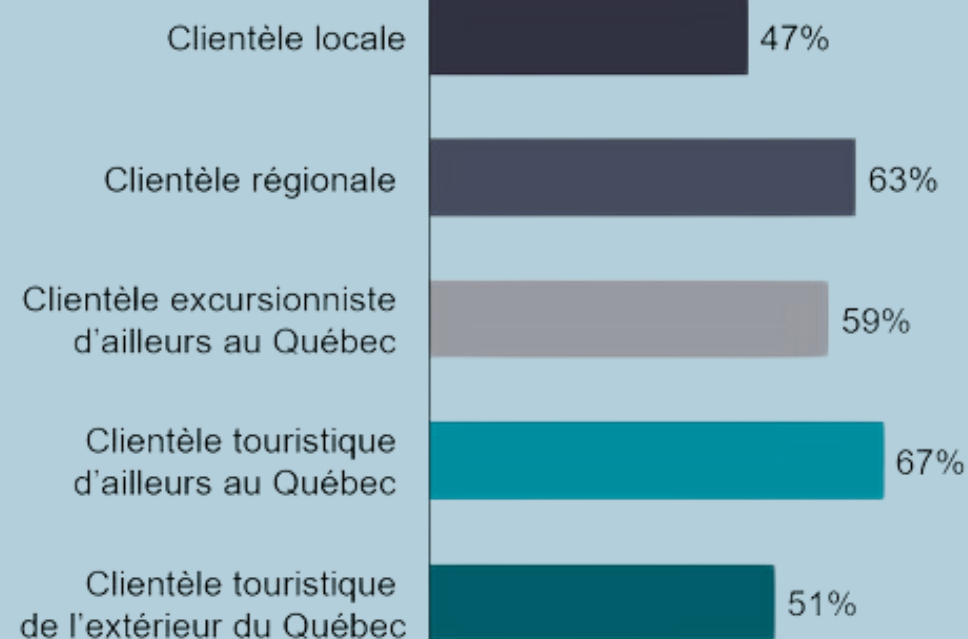
33 140

Achalandage moyen des répondants

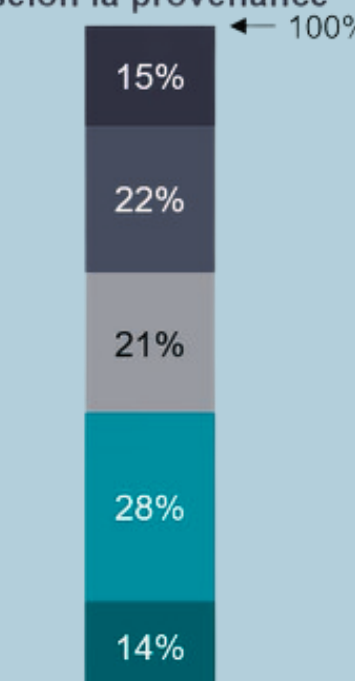
6 000

Achalandage médian des répondants

Part d'entreprises accueillant les clientèles selon leur provenance



Répartition moyenne selon la provenance



Principales régions de provenance des clientèles québécoises

- Montréal : 82 %
- Capitale-Nationale : 66 %
- Mauricie : 58 %
- Centre-du-Québec : 55 %
- Lanaudière : 48 %

Principaux secteurs de provenance des clientèles hors-Québec

- France : 80 %
- Ontario : 57 %
- Ailleurs en Europe : 56 %
- États-Unis : 44 %



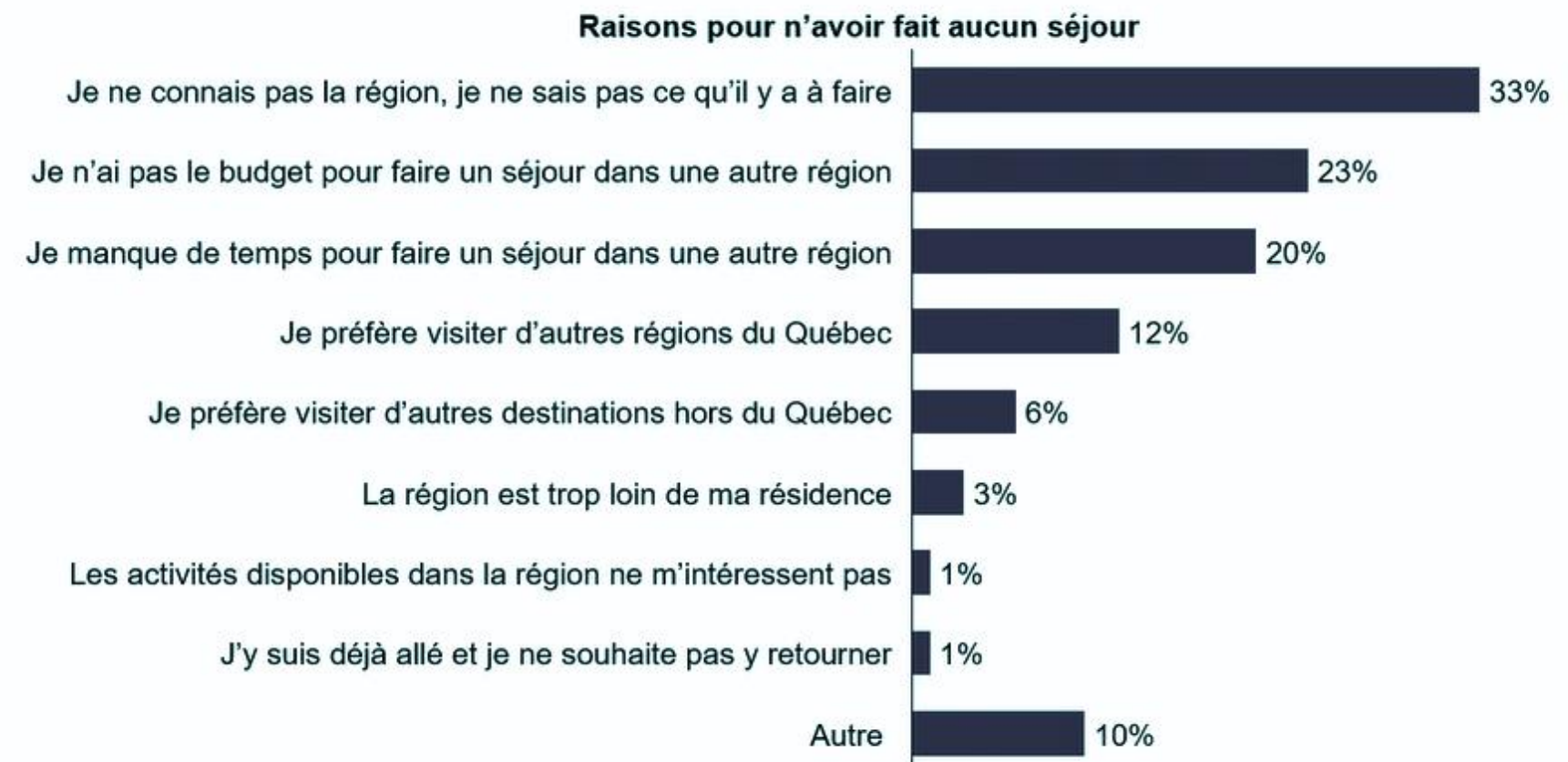
UNE MESURE ZERO SUR LES RAISONS DE CONSIDÉRATION DE LA DESTINATION RÉGIONALE

Si on compare avec les chiffres provincial, on a un pourcentage de 31%*

*2023, Chaire de Tourisme Transat

Collecte de données auprès des clientèles actuelles et potentielles

Absence de séjours passés en Mauricie



Les répondants qui n'habitent pas en Mauricie sont beaucoup plus nombreux à ne pas connaître ce que la région a à offrir (44 %)

Un peu moins de la moitié d'entre eux (46 %) avait effectué un séjour dans la région il y a plus de trois ans.

LA GASTRONOMIE ET LA NATURE RESSORT TRÈS FORT, PARTOUT.

Pour le profil du consommateur touristique dans son ensemble

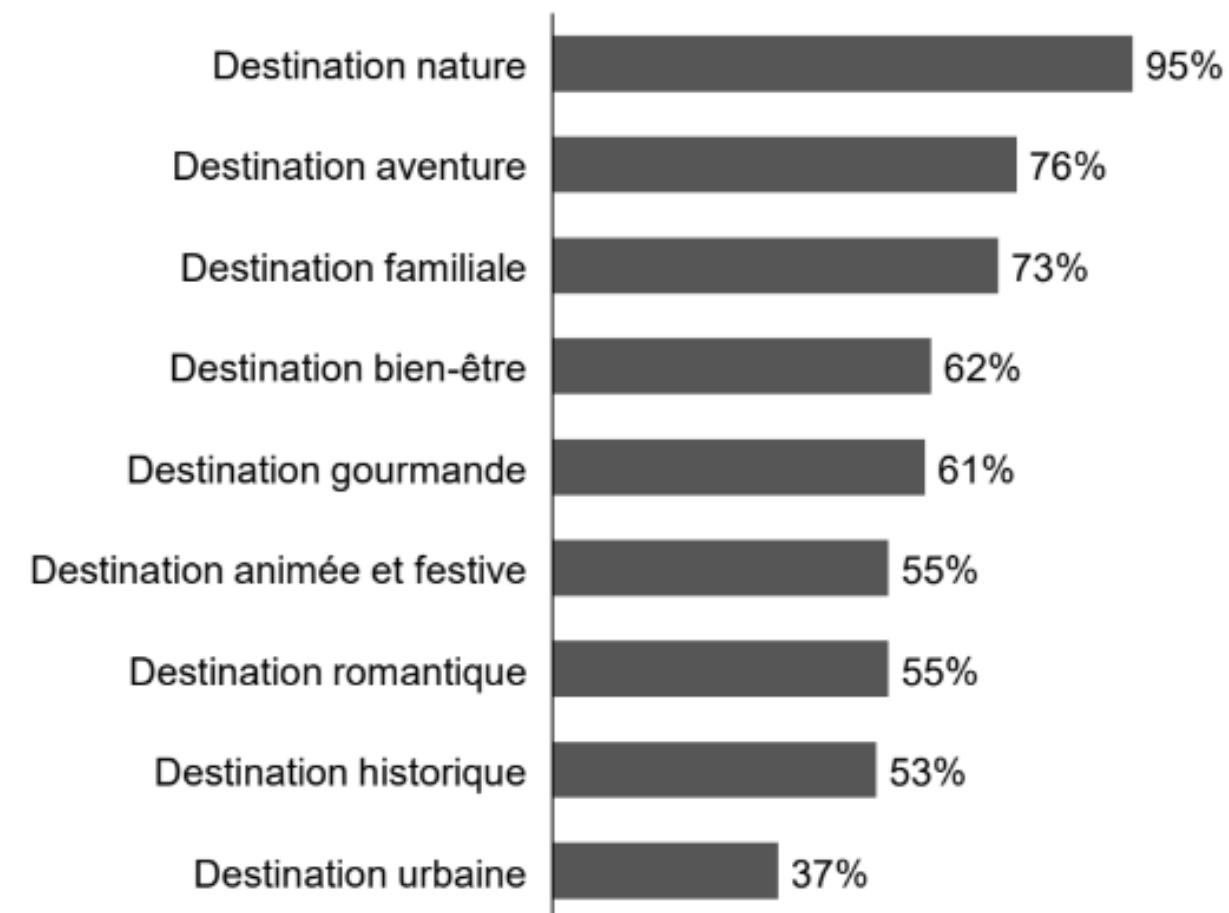


Par le sondé . Absence de séjours passés en Mauricie

ET CE QU'ON OFFRE EST ALLIGNÉ AVEC LEURS SOUHAITS

Ce qui représente bien la Mauricie

Caractéristiques qui représentent bien la destination selon les répondants



Ceux qui sont venus sont beaucoup plus nombreux à reconnaître que la Mauricie est une :

- Destination nature
- Destination animée et festive

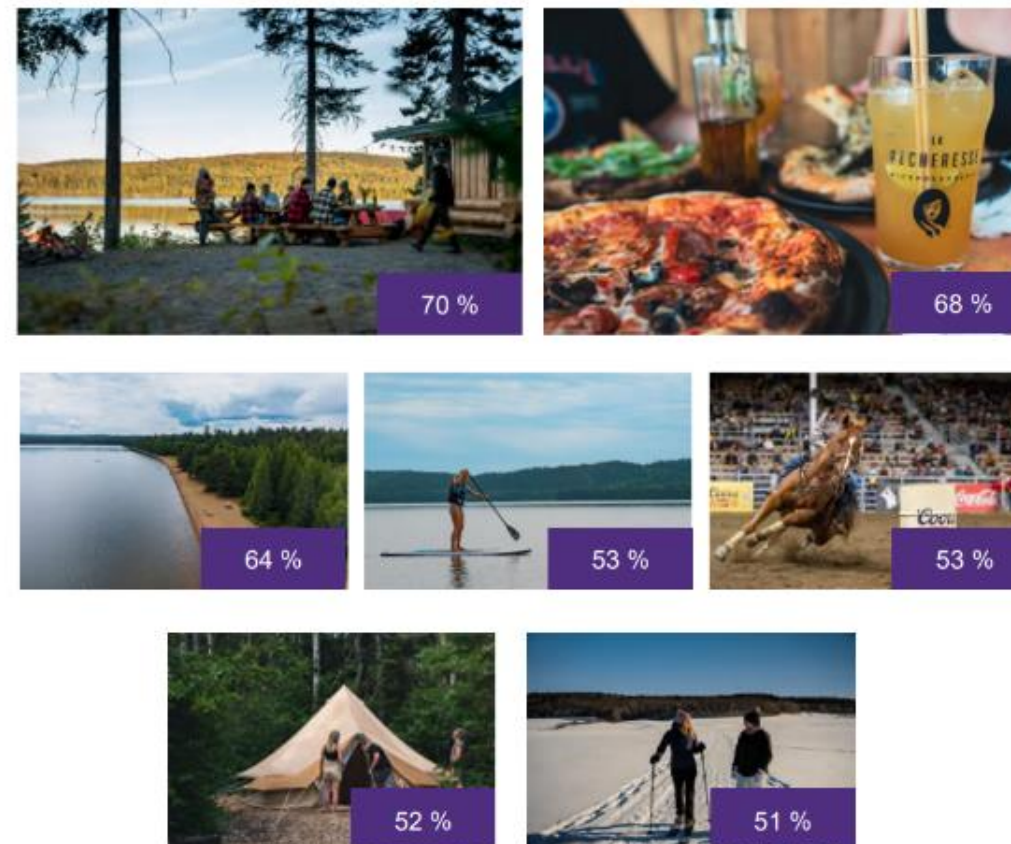
Par le sondé . Séjours passés en Mauricie

UN CHANGEMENT DE PERCEPTION DE LA RÉGION - POST VISITE

Collecte de données auprès des clientèles actuelles et potentielles

Séjours passés en Mauricie vs Absence de séjour

Images associées à la Mauricie par une majorité de répondants (plus de 50 %)



Images qui ont été identifiées plus fortement par ceux qui ont fait un séjour en Mauricie dans les trois dernières années



POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

HIVER 24-25

Positionnement : Sommaire de la recherche

Des vacances en hiver, de plus en plus rare!

46,3 % des Québécois prennent des vacances durant l'été et ne planifie pas de vacances en hiver au Québec

Malgré l'inflation, le budget vacances demeure stable

Le tourisme régénératif prend de plus en plus d'ampleur

Des Québécois difficile à faire décrocher!

Une proportion significative de Québécois (58 %) ne prend pas tous leurs jours de congé.

POSITIONNEMENT HIVER 24-25

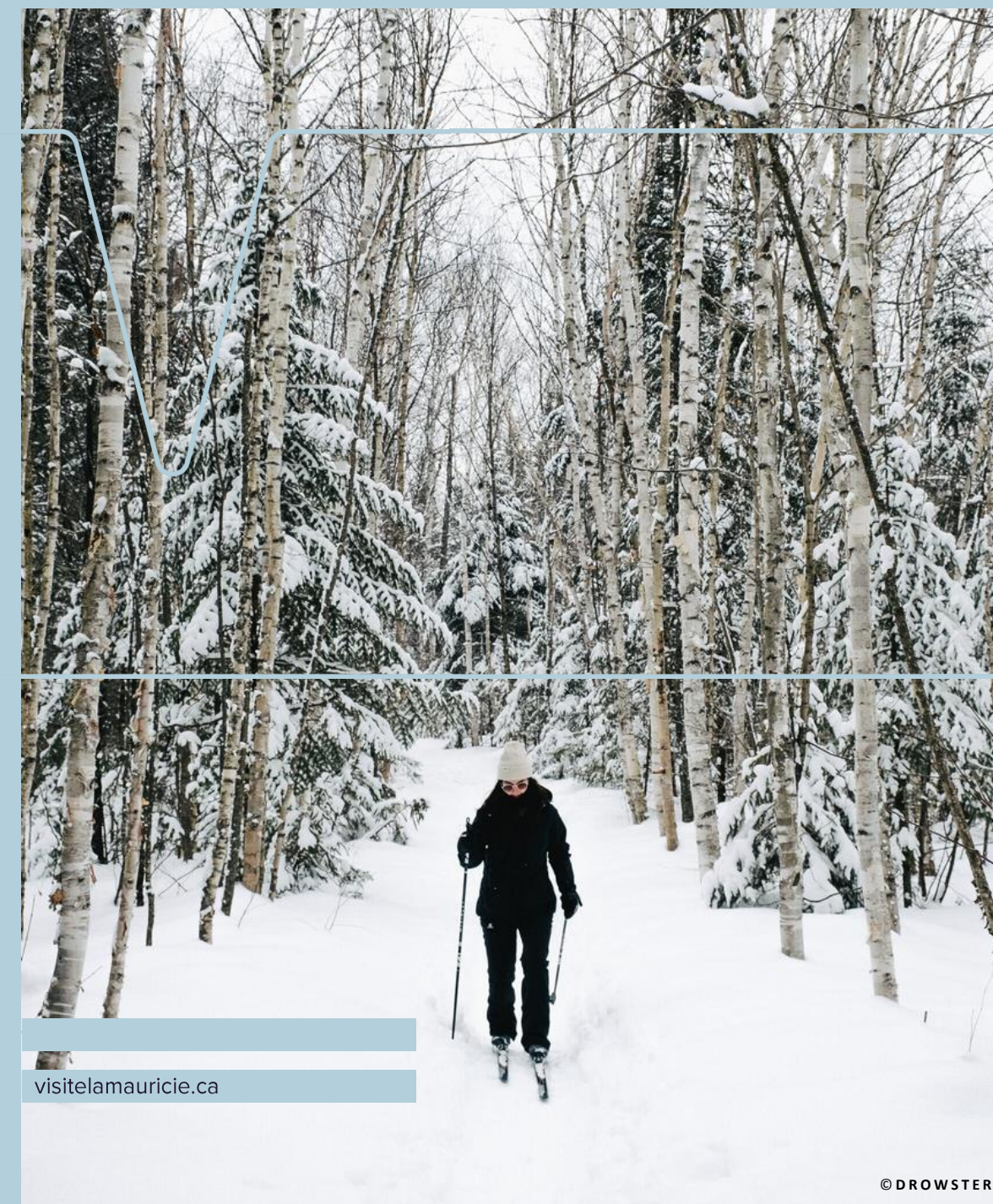
La campagne se déploiera sous deux volets

NOTORIÉTÉ

Inciter les québécois à prendre une pause, cultiver le pouvoir de la communauté et des bienfaits de décrocher. On mise sur l'humain

CONSIDÉRATION

13 mini-séjours, car nous croyons qu'il n'y a rien de mieux pour inciter un voyageur qu'une "formule prêt à partir" dans le contexte



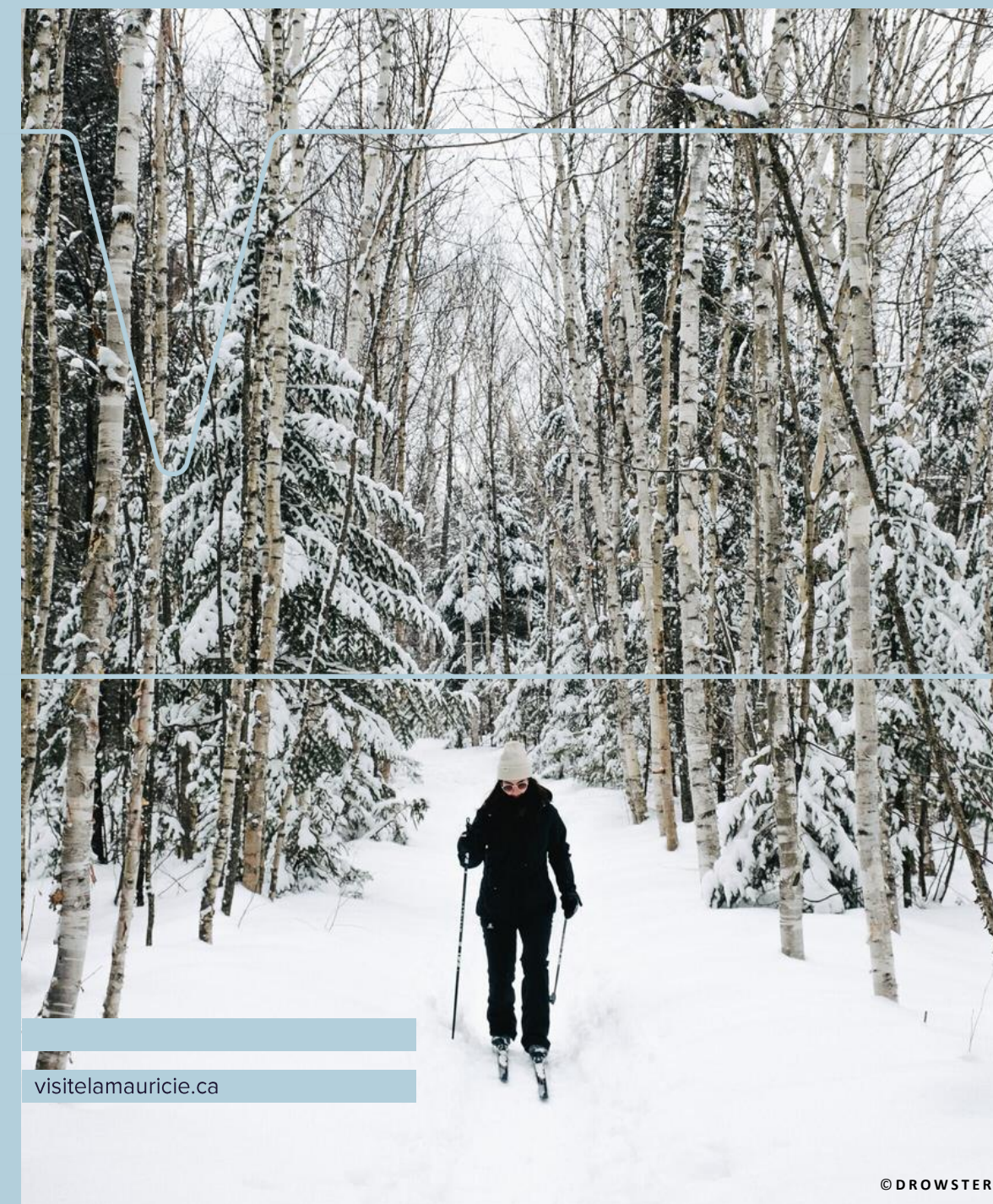
BUGDETS INVESTIS EN MÉDIA (100% visibilité)

NOTORIÉTÉ
70,000\$

CONSIDÉRATION
(membres participants à la
campagne)

90,000\$

TOTAL
160,000\$
NOVEMBRE À MARS



CAMPAGNE NOTORIÉTÉ

On souhaite rappeler aux gens le feeling que ça fait de prendre des vacances en hiver, par l'immersion, par le souvenir relié à la déconnexion.

Scénarios surprises

On surprend les gens dans un moment du quotidien

On présente la perspective et la richesse/variété de l'offre régionale hivernale

Offre d'un séjour

Parmi les gens ayant vécu une petite intervention de vacances par l'équipe de tournage, nous offrirons des séjours en région

Captation : Réaction Expérience

Non seulement nous capturons leur réaction, mais nous aurons l'occasion de prendre des images durant leur séjours en Mauricie



LA MISSION DE CAMPAGNE SERA ACCOMPLIE SI...



- On crée un tourisme plus durable, en augmentant la connectivité des services offert, via la création de séjours
- On joue sur les motivations qui vont plus loin que les besoins de plaisance et entre plus loin dans le besoin iné de décrocher.
- En capitalisant sur l'authenticité dans l'exécution du concept en vue d'induire la connexion et considération de l'offre

ON PROPOSE 13 MINI SÉJOURS

- Gastronomie hivernale
- Le repos, tourisme du sommeil
- La détente et nature hivernale
- Séjour urbain
- Plaisirs d'hiver en famille
- Temps des fêtes
- Sports d'hiver 1 (ex : amateurs sans équipement)
- Sports d'hiver 2 (ex : randonnée, ski de fond, raquette)
- Sports d'hiver 3 (ex : pêche)
- Sports d'hiver 4
- Sports d'hiver 5
- Saint-Valentin
- Semaine de relâche

LES PLACEMENTS QUI FERONT RAYONNER LA RÉGION ✨

Tout au long de la campagne, Tourisme Mauricie fera la promotion de la région et des mini-séjours à travers ces différents placements.

CAMPAGNE RADIO

Chroniques radio touristiques - Tourisme Mauricie

CAMPAGNE TÉLÉ NUMÉRIQUE

Une variété de partenaires medias québécois

PLACEMENTS FACEBOOK + INSTAGRAM

Contenu inspirationnel

PRÉSENCE DANS LE MAGAZINE RANDO QUÉBEC + GUIDE DES POURVOIRIES

PLACEMENTS YOUTUBE

Bannières en vidéo sur Youtube

PLACEMENTS BELL MÉDIA

Plateforme marketing d'inventaire numérique de Bell Média pour la livraison de bannières web

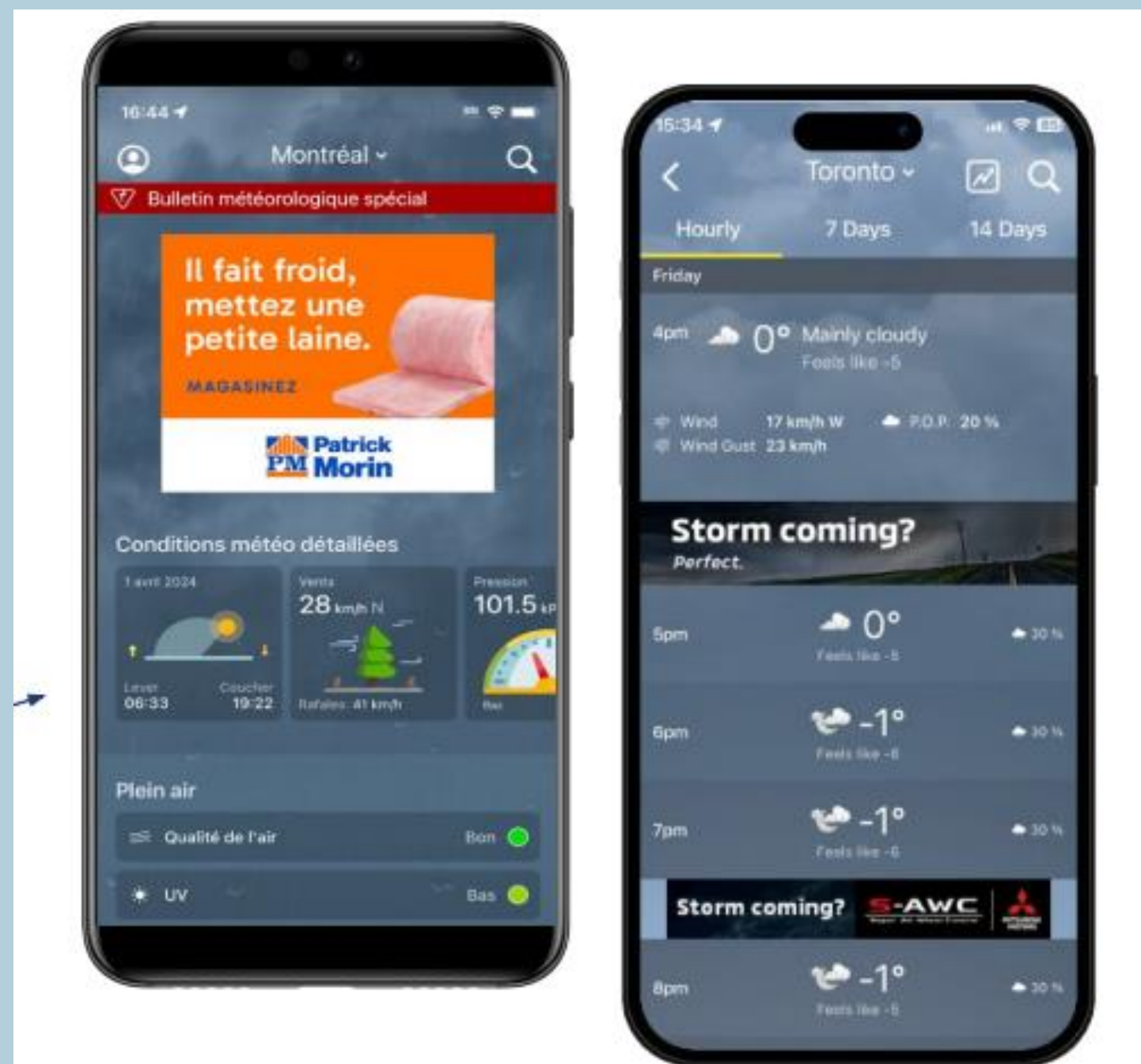
CAMPAGNE AVEC TRIGGER MÉTEO (Météomédia/Weather Network)

On vous en dit plus...



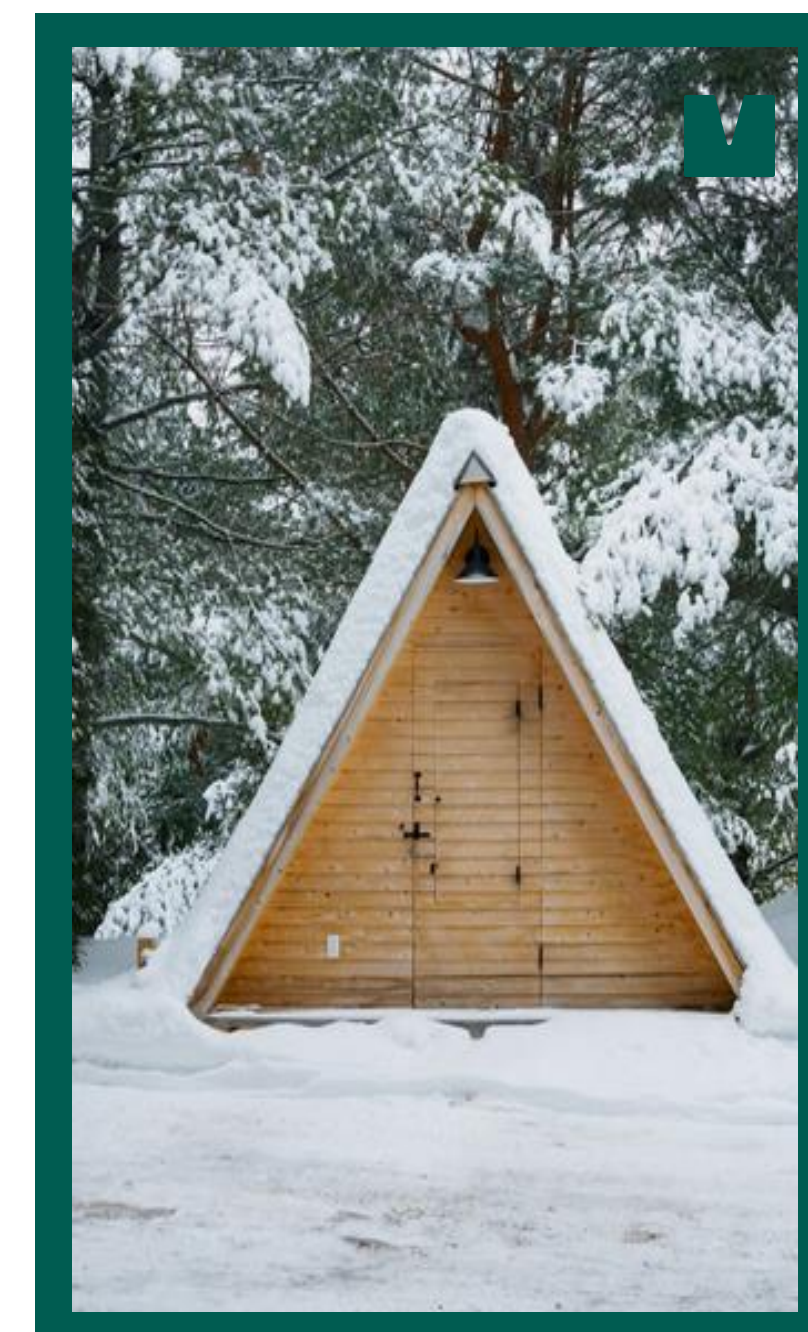
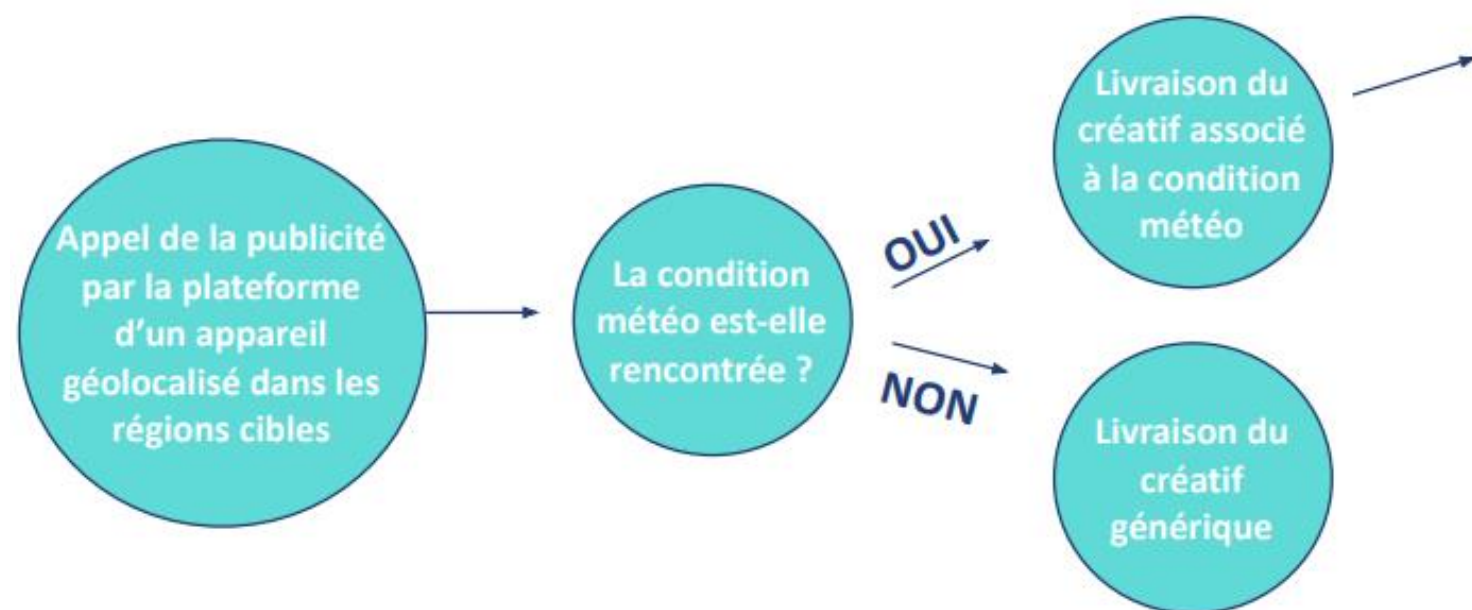
ON SE LANCE DANS UNE CAMPAGNE ... VRAIMENT COOL!

OÙ LA MÉTEO, DEVIENT NOTRE TERRAIN DE JEU POUR DEMEURER PERTINENT ET ATTRACTIF EN TOUT TEMPS



COMMENT ÇA FONCTIONNE

STRATÉGIE DE TRIGGER MÉTÉO



UNE CAMPAGNE PROGRAMMATIQUE SUR L'ENSEMBLE DU WEB

FORMATS 300X250, 300X600



PRÉSENTATION DES PRODUITS MEMBRES

ÉLÉMENTS SUR NOTRE LANDING PAGE

PRÉSENCE DANS UN DES MINI SÉJOURS

Quoi faire | Où dormir | Où manger | Cocktail de la Mauricie | MRC | Blogue | REPERTOIRE DES ATTRAITS

Hiver en culture →

Plaisir d'hiver en famille →

Nature givrée →

Détente hivernale →

Des mini séjours
pour un hiver sans pareil en Mauricie. Découvrez nos parcours pour vous faire découvrir les plaisirs d'hiver, que ce soit en gastronomie, en culture, en sorties urbaines ou en activités d'hiver.

SECTION PLEINE LARGEUR

Quoi faire | Où dormir | Où manger | Cocktail de la Mauricie | MRC | Blogue | REPERTOIRE DES ATTRAITS | PLANIFIE TON SÉJOUR

Le titre de votre élément pleine largeur se trouve ici

Tu ne connais pas vraiment Trois-Rivières si tu n'as pas parcouru cette liste de petits moments incontournables que tu ne vivras nulle part ailleurs! On a demandé aux Trifluviens de te donner leurs grands classiques, mais aussi leurs secrets les mieux gardés. Parce que la meilleure façon de découvrir ou redécouvrir T-R, c'est de la vivre de l'intérieur!

[LIEN VERS LE SITE WEB](#)

SECTION CARROUSEL D'ATTRAIT

Quoi faire | Où dormir | Où manger | Cocktail de la Mauricie | MRC | Blogue | REPERTOIRE DES ATTRAITS

Les attractions à ne pas manquer cet hiver

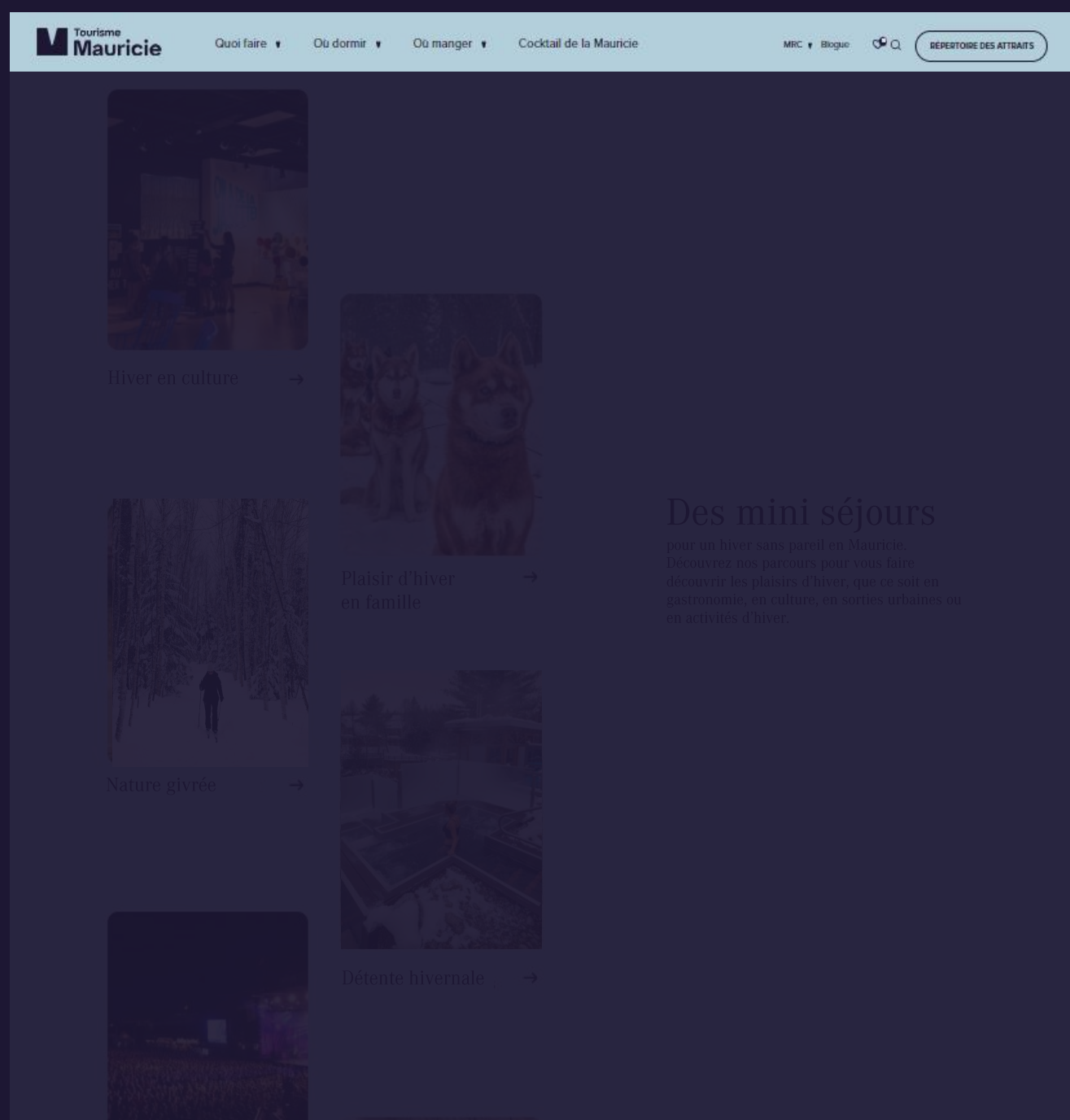
réservez fréquents et sa multitude de parcs et de plans d'eau propices à la pratique d'activités extérieures. Parce que des activités plein air en Mauricie, il y en a toujours à proximité. La preuve.

[VOIR TOUTS LES ATTRAITS](#)

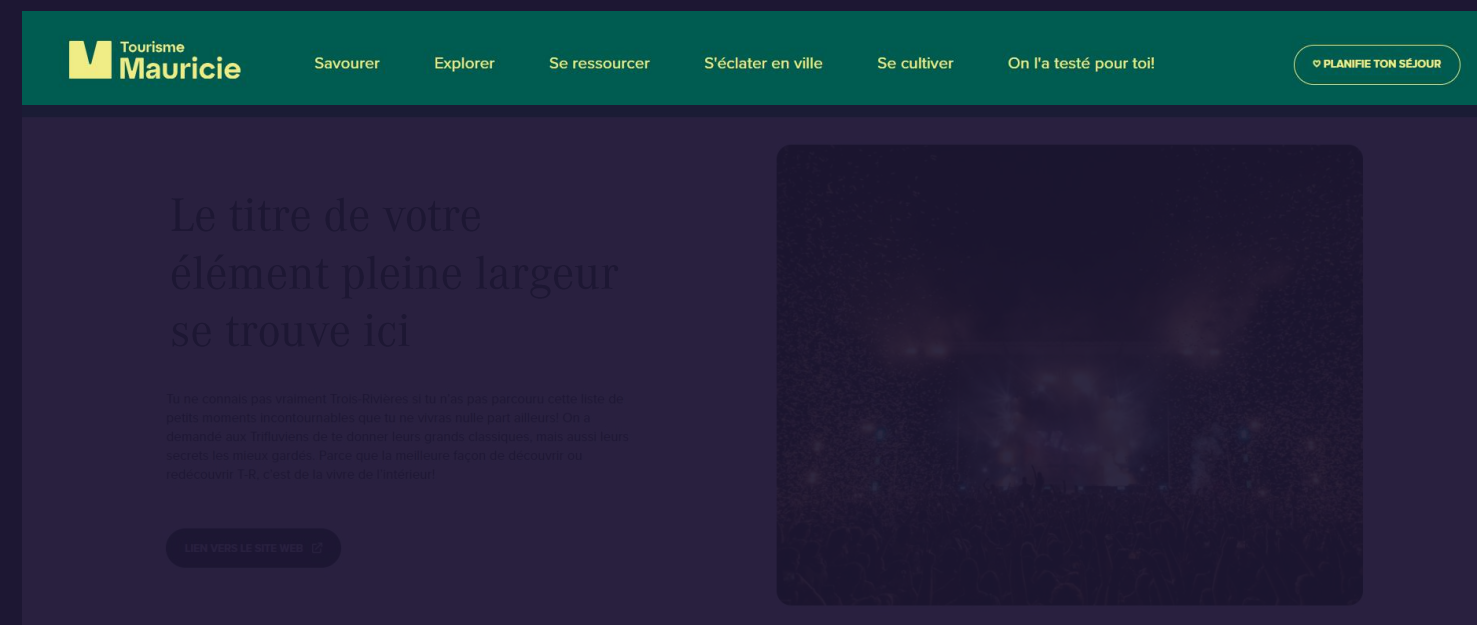
- AIR TAMARAC, POURVOIRIE**
La Tuque | 450 223-1298
- PARC NATIONAL DE LA MAURICIE**
Shawinigan | 888 773-8888
- MONT SM**
Saint-Mathieu-du-Parc | 819 534-3384
- PARC DE LA R...**
Saint-Narcisse | 418 328-2599

Des sections de page ancrées pour le potentiel de découvrabilité maximal

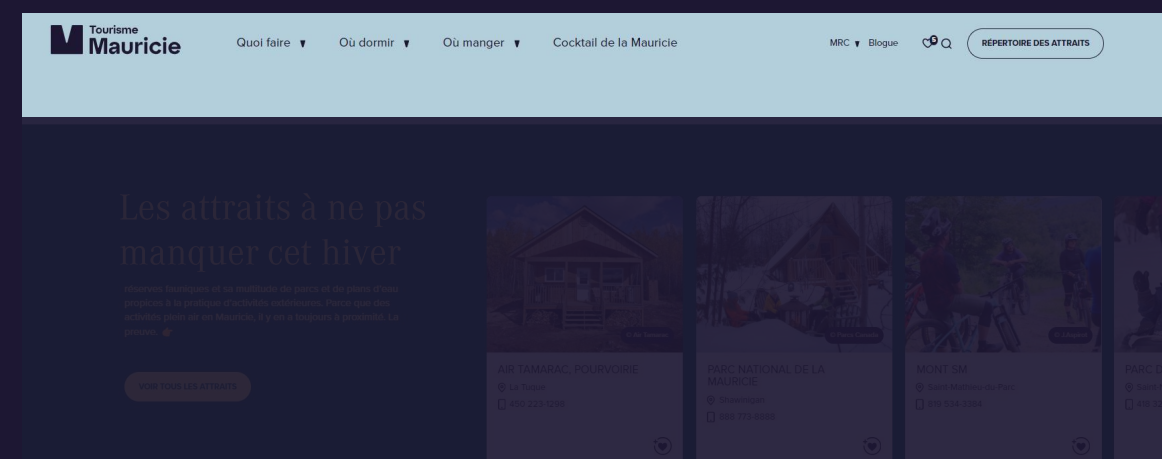
PRÉSENCE DANS UN DES MINI SÉJOURS



SECTION PLEINE LARGEUR

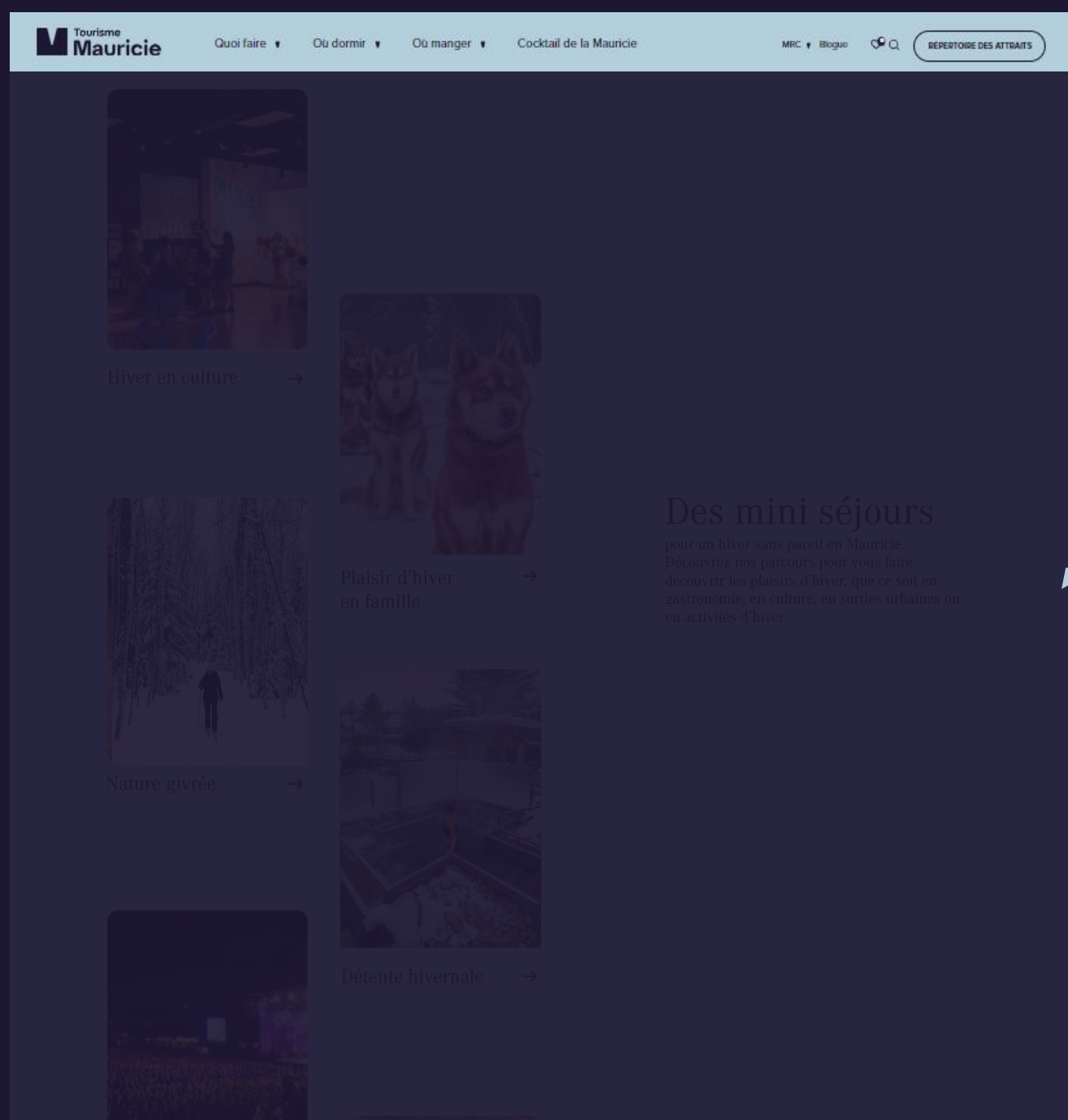


SECTION CARROUSEL D'ATTRAIT

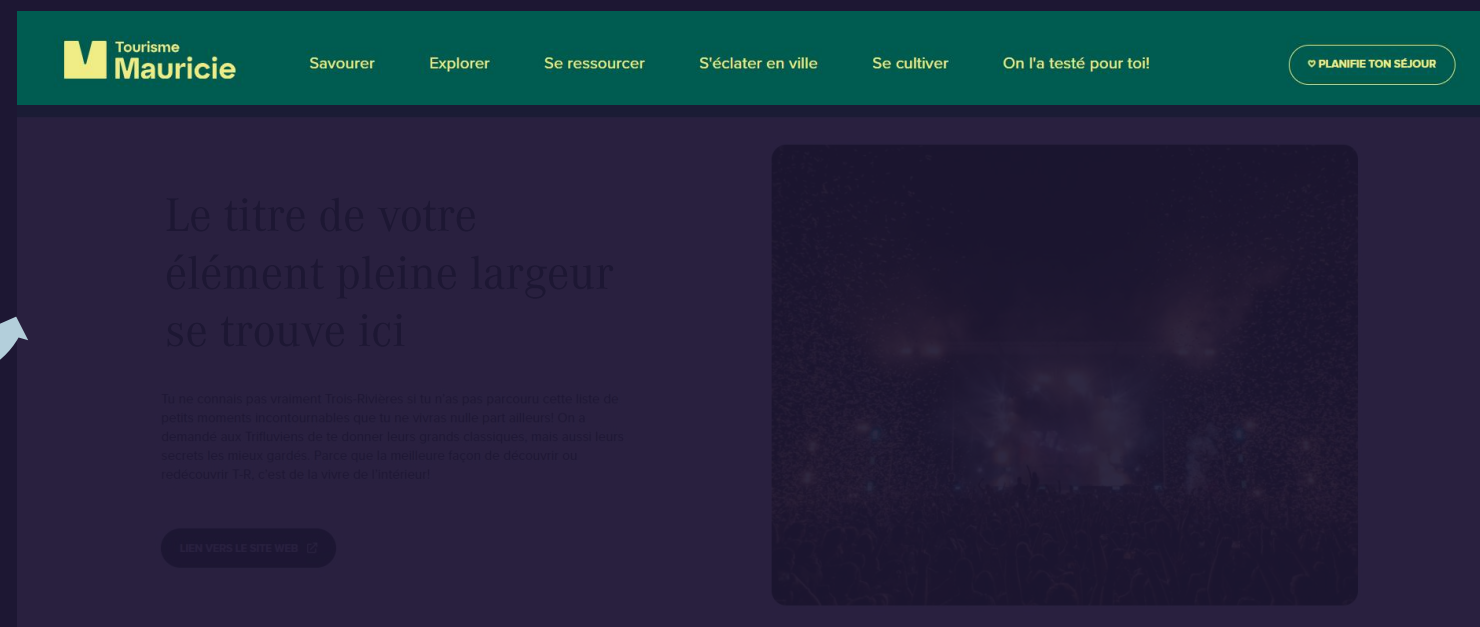


Pour chaque section, son investissement de redirection

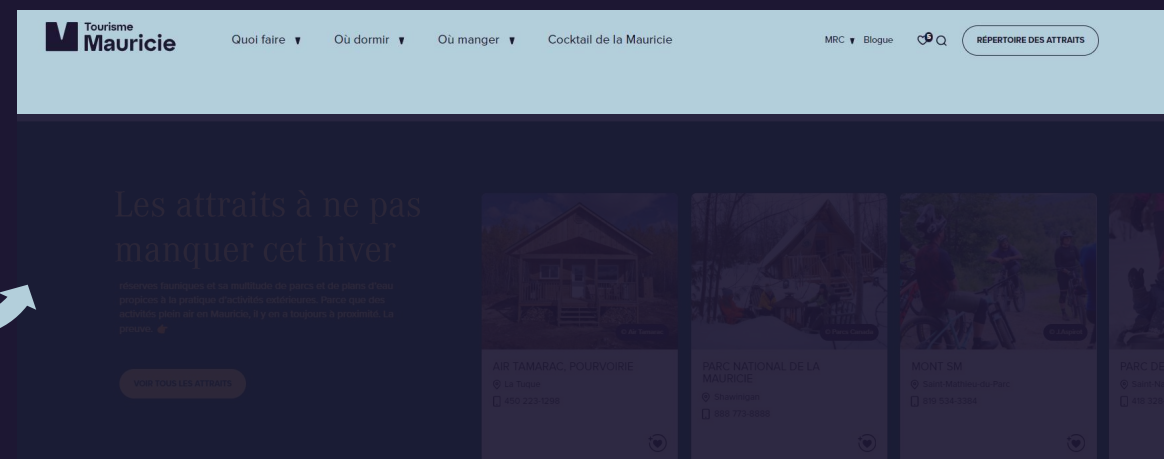
PRÉSENCE DANS UN DES MINI SÉJOURS



SECTION PLEINE LARGEUR



SECTION CARROUSEL D'ATTRAIT



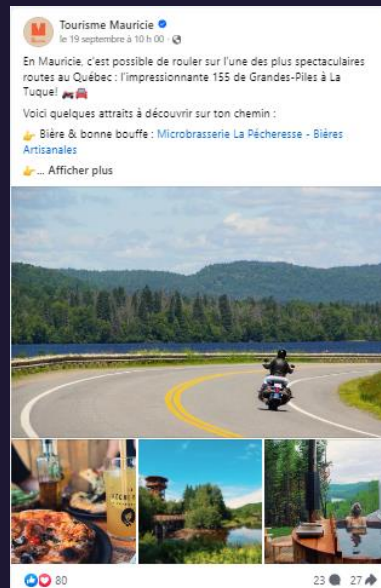
MÉDIAS SOCIAUX

accès à cinq niveaux d'expertises: rédaction, creation de contenu, SEO, Gestion de communauté
gestion publicitaire

PUBLICATION INSTAGRAM STATIQUE + BOOST

BANDEAU PUB INFOLETTRE

PUBLICATION FACEBOOK + BOOST



INFOLETTRE

ne rien manquer cet été...

LIRE L'ARTICLE

AMATEUR DE GRANDS ESPACES

RÉSERVE FAUNIQUE MASTIGOUCHE

NOS PLUS BEAUX SPAS

« L'été n'est pas fait pour être passé dans un spa à 40 degrés », nous diras-tu? Peut-être était-ce vrai à l'époque de nos parents (« dans not' temps, y faisait toujours beau »), mais ce n'est plus vrai avec les étés bipolaires qu'on connaît désormais! Garde ces bonnes adresses sous la main pour profiter pleinement des journées un peu plus fraîches.

LIRE L'ARTICLE

ARTICLES DE BLOGUES

ARTICLE DE BLOGUE EXCLUSIF + PUBLICATION FACEBOOK



Tourisme Mauricie
3j · 🌐

Il n'y a rien de plus tendance que dormir dans le confort douillet d'un dôme à contempler les couleurs se métamorphoser. 🌅 Jette un œil à nos suggestions de prêts-à-camper pour un séjour glamping hors du commun! 🏡



TOURISMEMAURICIE.COM
Prêts-à-camper en Mauricie: dômes, tentes, yourtes, microrefuges - Tourisme Mauricie



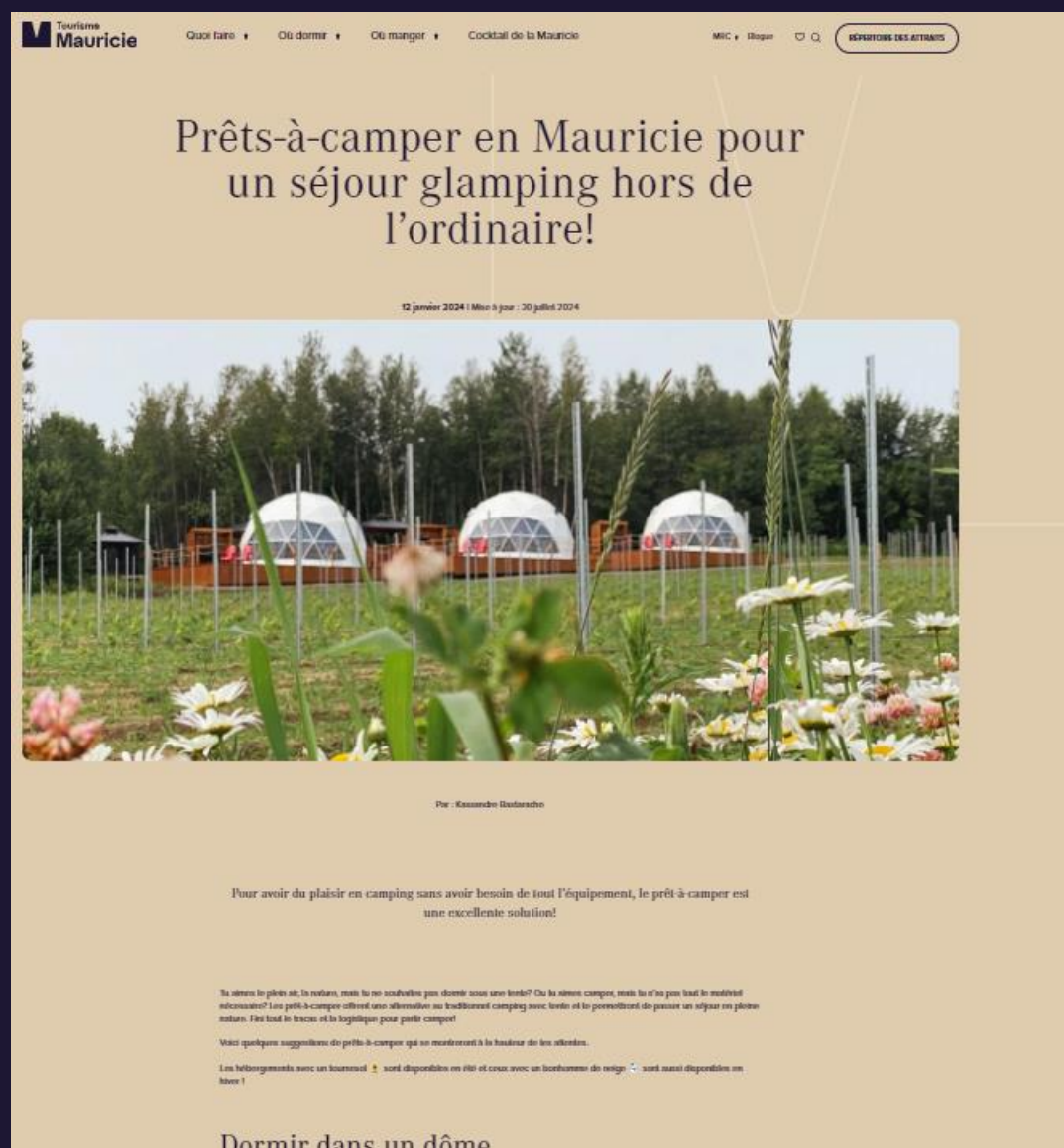
Tourisme Mauricie

BLOGUE

Tous nos articles sont rédigés par des Mauriciens et Mauriciennes passionnés. C'est à dire nous, qui nous sommes chargés de vous proposer des destinations gastronomiques, petites îles douillettes et activités en Mauricie afin de l'englober et de le faire part de nos expériences. Différemment, ce ne sont pas tous les liens qui portent des capes.

Tous les articles


Filtrer par nom de l'article: Filtrer par catégorie: Filtrer par MIC:



Tourisme Mauricie

Prêts-à-camper en Mauricie pour un séjour glamping hors de l'ordinaire!

12 janvier 2024 | Mise à jour : 30 juillet 2024



Par : [Kassandra Desrosiers](#)

Pour avoir du plaisir en camping sans avoir besoin de tout l'équipement, le prêt-à-camper est une excellente solution!

Te réveilles-tu grisés au réveil, mais tu ne souviens pas de quoi tu as fait? Ou tu réveilles-tu, mais tu n'as pas tout le matériel nécessaire? Les prêts-à-camper offrent une alternative au traditionnel camping avec toute la possibilité de passer un séjour en plein nature. Pas tout le matériel et la logistique pour partir camper!

Voici quelques suggestions de prêts-à-camper qui se trouvent à la hauteur de tes attentes.

Les hébergements avec un bonnet de sont disponibles en été et ceux avec un bonnet de sont aussi disponibles en hiver!

Dormir dans un dôme

EXPERTISE SEO
RÉFÉRENCIEMENT SEM
STRATÉGIE GEO

LES OFFRES D'INTÉGRATION À LA CAMPAGNE HIVER 24-25

DÉBUT DE LA CAMPAGNE
30 novembre 2024

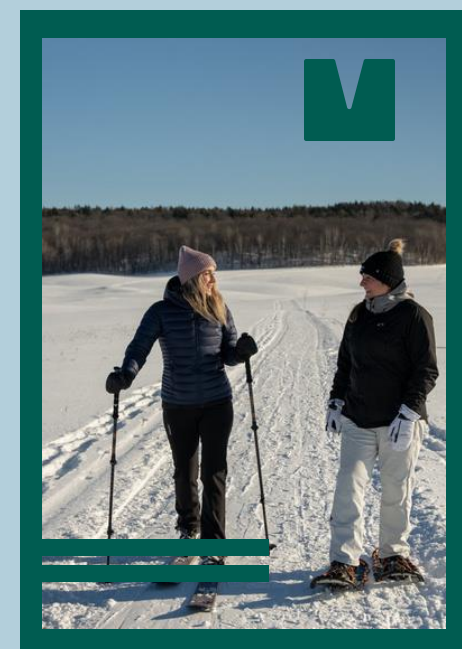
DURÉE DE LA CAMPAGNE
De décembre à mars

RÉSERVATION
Jusqu'au 7 novembre

**DATE LIMITE POUR LA RÉCEPTION
DE VOTRE MATÉRIEL**
21 novembre



+



+



TOURISME MAURICIE EST FIER DE VOUS PRÉSENTER LA CAMPAGNE HIVER 2024-2025 !



LES CHIFFRES DE TOURISME MAURICIE



14 600

Abonnés Instagram

An-1 : 11 700



51 760

Abonnés Facebook

An-1 : 47 000



4742

Abonnés TikTok

An-1: +18%



44 %

Taux d'ouverture infolettre

An-1 : 39%



32 000

UTILISATEURS PAR MOIS
Achalandage de
tourismemauricie.com

FORFAIT**MINI SÉJOUR**

Le contenu de ce dernier sera créé via un **influenceur**, un tournage video de type **Reel** ou via un **article de blogue** exclusif.

Le contenu sera présent en permanence sur la page de destination de la campagne (landing page) et sera amplifié via d'autres plateformes de contenus, que voici :

INFOLETTRE

Publication du contenu de mini-séjour dans notre infolettre publique

SEM + METEO MÉDIA

Promotion du mini-séjour dans les moteurs de recherche via une campagne de mots-clés.
Suggestion du séjour en fonction des conditions météo sur MeteoMedia.

INSTAGRAM + FACEBOOK

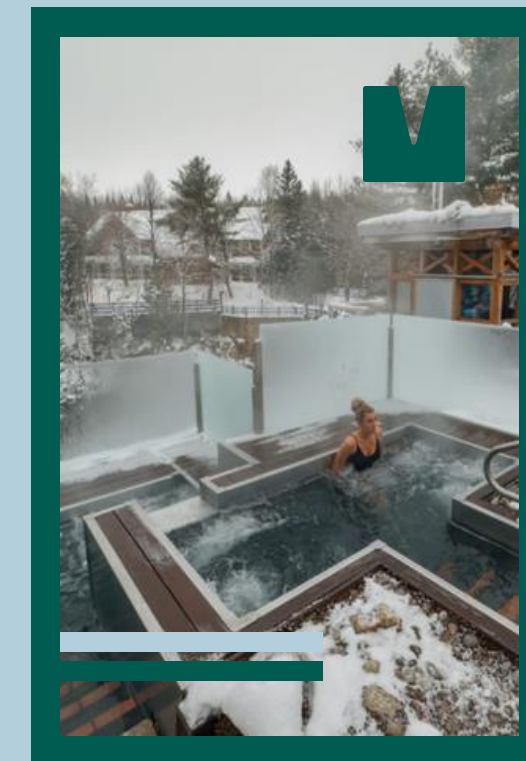
Description du mini-séjour avec identification des entreprises dans une publication sponsorisée au montant de 1500\$*

PERMANENCE SUR LE SITE WEB

Les séjours seront mis de l'avant sur la page de destination de tourismemaauricie.com et en tant que destination principale de visitelamaauricie.ca

MEMBRE 600\$ / HEBERGEMENT 900\$

*Voir la fiche détaillée pour toutes les inclusions et conditions de chacun des produits proposés.



+



FORFAIT

MINI SÉJOUR +

Le contenu de ce dernier sera créé via un **influenceur**, un tournage video de type **Reel** ou via un **article de blogue** exclusif.

Le contenu sera présent en permanence sur la page de destination de la campagne (landing page) et sera amplifié via d'autres plateformes de contenus, que voici :

INFOLETTRE**SEM + METEO MÉDIA****INSTAGRAM + FACEBOOK****PERMANENCE SUR LE SITE WEB****STORY ÉDITORIALE INSTAGRAM (DURÉE DE 24H)**

Publiée la journée du tournage

BANDEAU INFOLETTRE - PLEINE LARGEUR

Votre entreprise mise de l'avant sur une bannière exclusive à votre entreprise parmi une de nos infolettres

REEL PUBLIÉ ET SPONSORISÉ - INSTAGRAM

Sponsorisation de 100\$

REEL PUBLIÉ ET SPONSORISÉ – FACEBOOK

Sponsorisation de 100\$

MEMBRE 1700\$ / HEBERGEMENT 2550\$

*À l'exception du séjour qui serait capté en contrat avec un Influenceur. Le dit contrat d'influence offrira naturellement une portée à la hauteur du montant de 1500\$ offert en sponsorship.

Nous acceptons 2 à 3 membres par séjour, pour nous permettre de compléter le séjour de manière éditoriale, dans le but de répondre à plusieurs objectifs : recherche SEO, soit les sorties associées les plus recherchées, une complémentarité de l'offre.
1 site d'hébergement maximum par séjour

Voir la fiche détaillée pour tous les inclusions et conditions de chacun des produits proposes.

FORFAIT

CRÉEZ VOTRE PROPRE MINI-SÉJOUR

Le contenu de ce dernier sera créé via un tournage video de type Reel ou via un article de blogue exclusif.

Des conditions s'appliquent pour la création de ce type de séjour. Nous nous ferons un plaisir de développer le tout avec vous!

INFOLETTRE

Publication du contenu de mini-séjour sur la plateforme sociale

SEM + METEO MÉDIA

Promotion du mini-séjour dans les moteurs de recherche via une campagne de mots-clés. Suggestion du séjour en fonction des conditions météo sur MeteoMedia.

INSTAGRAM + FACEBOOK

Description du mini-séjour avec identification des entreprises dans une publication sponsorisée au montant de 1500\$*

PERMANENCE SUR LE SITE WEB

Les séjours seront mis de l'avant sur la page de destination de tourismemaauricie.com et en tant que destination principale de visitelamaauricie.ca

MESSAGE RADIO + CONCOURS

Un concours sur les ondes du 106.9 ou Rouge. Les auditeurs peuvent remporter ledit séjour.*

MEMBRE 3350\$ / HEBERGEMENT 5025\$

Voir la fiche détaillée pour tous les inclusions et conditions de chacun des produits proposés.

*Le séjour est fourni par le/les membres de ce séjour





FORFAIT NOTORIÉTÉ POUR LES MRC ET VILLES DE LA MAURICIE

Vous êtes une MRC ou une ville et vous souhaitez faire rayonner votre municipalité lors de la campagne ? Sélectionnez des attraits (membres de Tourisme Mauricie) pour les mettre de l'avant.

Maximum de 7 photos d'attrait par MRC ou ville.

LANDING PAGE

La MRC ou ville sera mise de l'avant dans une section réservée sur le site visitelamauricie.ca

INSTAGRAM

Publication d'un carrousel photos ou d'un post photo standard.

FACEBOOK

Publication de photos inspirationnelles de votre MRC ou ville dans une publication sponsorisée (100\$)

BANDEAU INFOLETTRE

Publicité de votre MRC ou ville dans l'infolettre de Tourisme Mauricie

COÛT

800 \$

DES OPTIONS À LA CARTE POUR TOUS LES GOÛTS

Options	Coûts	Détails	Disponibilités
Landing page (vignette carrousel attrait)	150 \$	vignette d'attrait sur la landing page de la campagne	x
Publication Facebook	350 \$	100 \$ sera placé pour sponsoriser la publication	x
Publication Instagram	350 \$	100 \$ sera placé pour sponsoriser la publication	x
Article de blogue exclusif	1500 \$	Publié sur Facebook en promotion - 100 \$ sera placé pour sponsoriser la publication	x
Bandeau pleine largeur - Infolettre de Tourisme Mauricie	250 \$	Mise en avant de votre attrait	x
Campagne radio, message promo 30s Rouge FM	920 \$	Une semaine de publicité radio, en message promotionnel 30s, 40 messages par semaine	x

DES OPTIONS À LA CARTE POUR TOUS LES GOÛTS

Les options à la carte sont disponibles à tous, nul besoin de participer à un forfait pour embarquer à la carte!

À l'achat de 750\$ de produits, obtenez une vignette attrait dans le carrousel des attractions hivernales !

750\$
de produits
à la carte

PLACEMENT
LANDING OFFER

The screenshot shows the Tourism Mauricie website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and menu items: "Quoi faire", "Où dormir", "Où manger", and "Cocktail de la Mauricie". On the right side of the navigation bar, there are links for "MRC", "Blogue", and a search icon, along with a button labeled "RÉPERTOIRE DES ATTRAITS".

The main content area features a green background with the heading "Les attractions à ne pas manquer cet hiver". Below the heading is a short paragraph: "La Mauricie n'aime pas se vanter (sauf une fois au chalet), mais elle ne peut s'en empêcher lorsqu'il s'agit de son parc national, ses 2 réserves fauniques et sa multitude de parcs et de plans d'eau propices à la pratique d'activités extérieures. Parce que des activités plein air en Mauricie, il y en a toujours à proximité. La preuve. 🍌". A yellow button labeled "VOIR TOUS LES ATTRAITS" is positioned below the text.

Below the text is a carousel of four attraction cards, each with a photo and details:

- AIR TAMARAC, POURVOIRIE**: La Tuque, 450 223-1298
- PARC NATIONAL DE LA MAURICIE**: Shawinigan, 888 773-8888
- MONT SM**: Saint-Mathieu-du-Parc, 819 534-3384
- PARC DE LA RI**: Saint-Narcisse, 418 328-3599

**ON RÉPOND À
VOS QUESTIONS**

D'AUTRES OPTIONS DE PARTENARIAT DE CAMPAGNE HIVER

TIKTOK

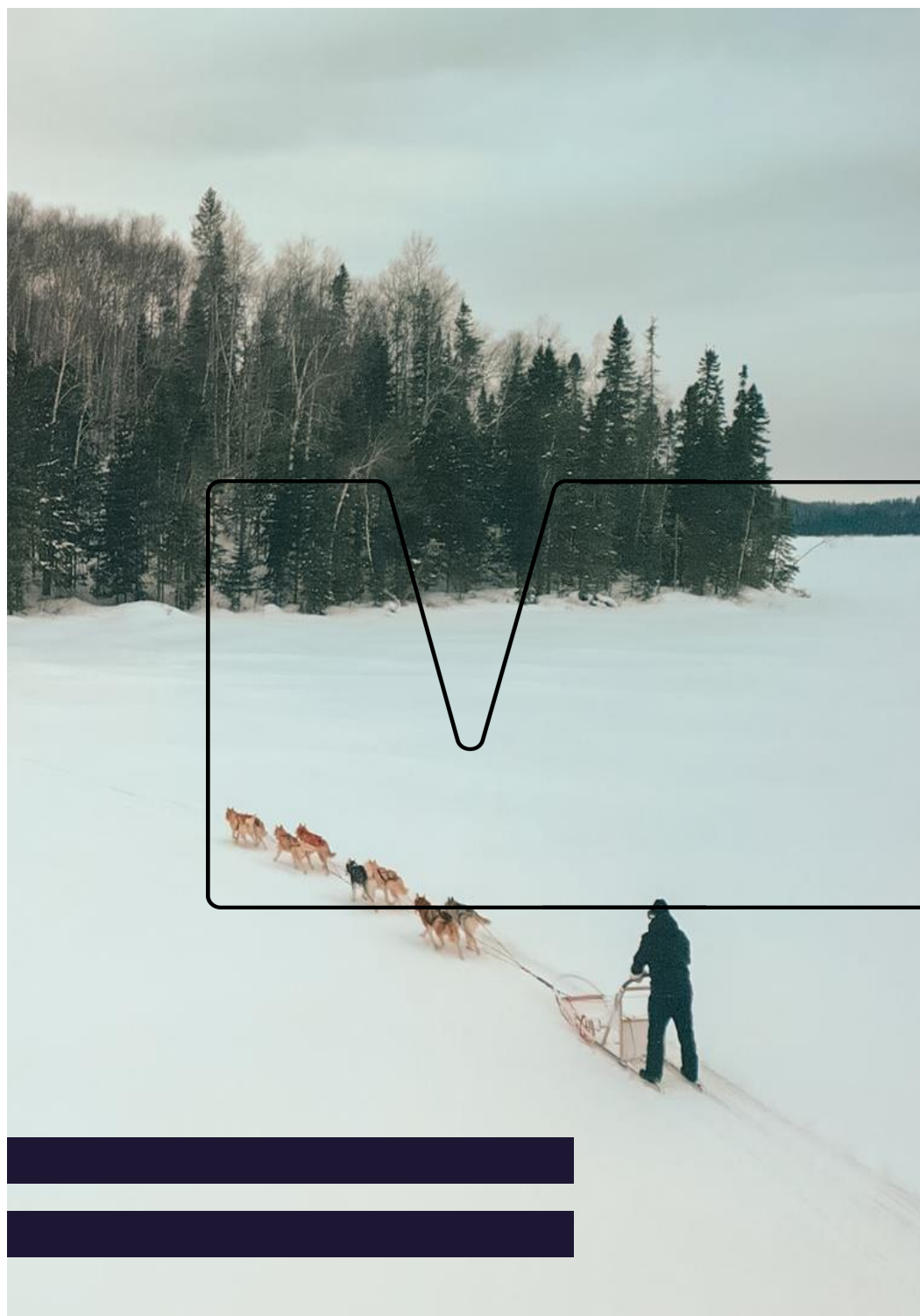
Notre compte Tiktok est l'une des plateformes les plus engageante que nous gérons. Son taux d'engagement est de 12,2%

Les contenus les plus performants sur le web, sont ceux qui sont authentiques et alignés avec les tendances de contenu – évidemment.

Notre équipe se positionne de plus en plus sur cette pratique qui se veut à exploiter Tiktok comme environnement de “trend”-non-publicitaire. Et ça fonctionne. Si vous avez envie qu'on crée ensemble, cela nous fera plaisir de brainstormer avec vous!

PHOTO

Nous avons le talent photo à l'interne si vous souhaitez qu'on se déplace chez vous pour prendre des photos de votre établissement. Cette offre est valide pour les participants à la campagne seulement. Les photos sont soumises aux droits photos de Tourisme Mauricie et le prix varie en fonction du nombre de lieux, temps sur place et nombre de photos livrées.



ÇA VOUS INTÉRESSE ? 👁️

Vous avez envie de participer à la campagne hiver de Tourisme Mauricie !

C'EST PAR ICI 🖱️

[REmplir le formulaire
d'inscription](#) ➔

**OBTENIR PLUS D'INFORMATION
CONTACTEZ VOTRE CONSEILLER 🖱️**

[KAVEN
BRASSARD](#) ➔

[CLAUDIE
PERREAULT](#) ➔



MERCI



FAQ

DES QUESTIONS DEMANDÉES

Comment sont bâtis les coûts de vos produits

Les coûts sont basés sur trois facteurs.

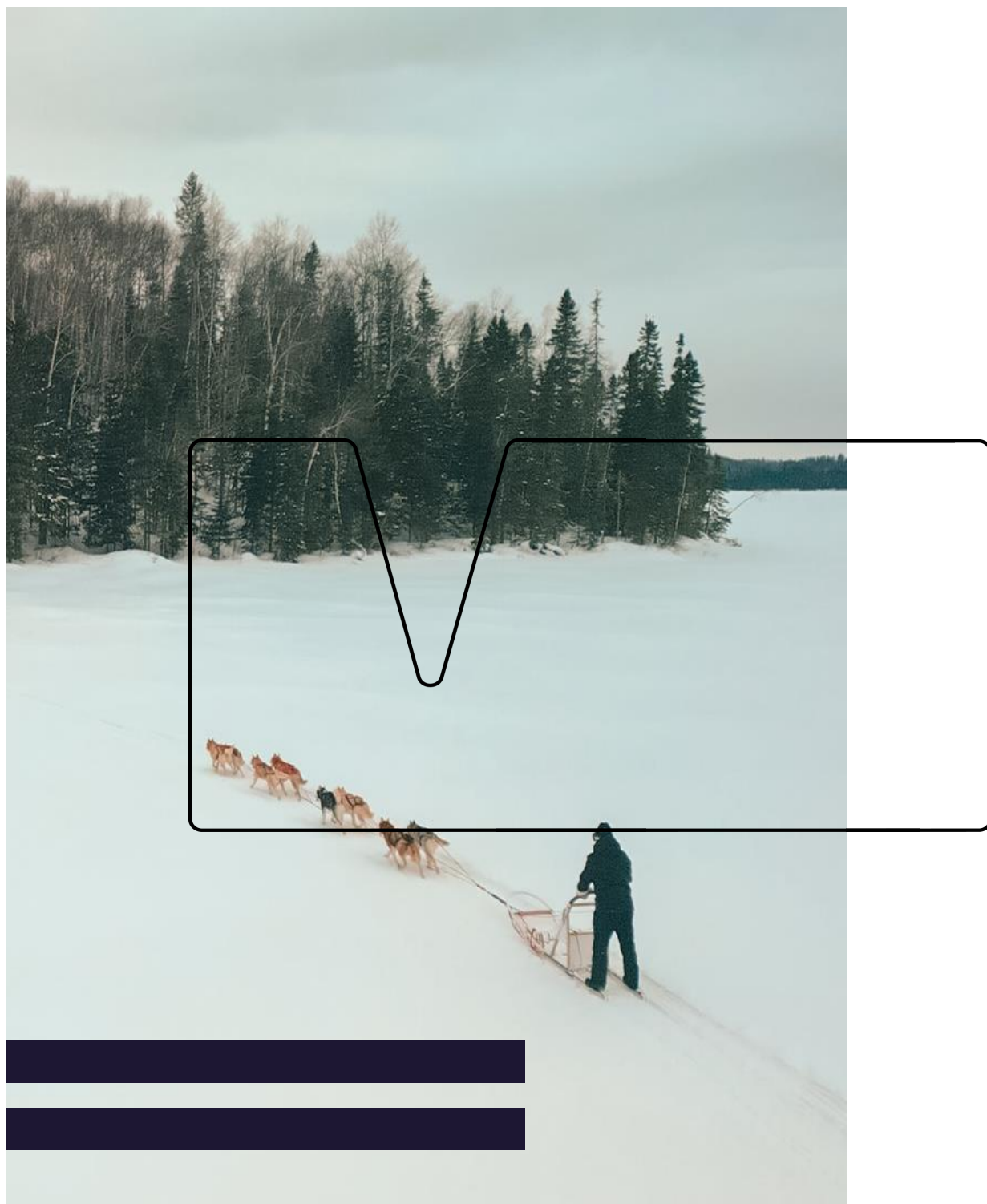
1. La recherche comparative pour établir la valeur de la portée de chacune de nos plateformes
2. Le nombre d'heures de production nécessaires à la livraison du produit recommandé
3. Par rapport à la portée estimée de chacune des offensives, donc en fonction du budget investi cet année, et en corrélation avec les budgets de l'année dernière.

Comment déterminez vous votre budget de campagne et vos marchés?

Selon les meilleures pratiques en planification stratégique marketing, soit par l'entremise de plusieurs outils comme ; Vividata, Google Trends, Analytics, Warc, Similar Web et d'autres.

Les produits proposés dans la campagne sont-ils le portrait exact de la visibilité promise?

On fini toujours par en faire plus. Dans la campagne été par exemple, nous avons fait des mentions "bonbons" dans plus d'une quinzaine de chroniques radio, des parcours influenceurs, activations Durant les festivals, etc. Les entreprise qui participent à la campagne en ont toujours plus.



FICHES PRODUITS

DÉTAILS ET CONDITIONS DE PARTICIPATION

FORFAIT

MINI-SÉJOUR

- Un total de 13 mini-séjours sont prévus à l'agenda de cette année. Voir le descriptif en référence plus haut dans le document.
- Le contenu de ce dernier sera créé via un **influenceur**, un tournage video de type **Reel** ou via un **article de blogue** exclusif au mini séjour. Chaque séjour sera attribué à une des options de création par l'équipe de contenu de Tourisme Mauricie. Peu importe le produit, les éléments sont de valeur égale.
- Le budget de sponsorisation de 1500 \$ est attribué seulement aux mini-séjours qui seront couverts en REEL ou ARTICLE DE BLOGUE. Le budget de sponsorisation ne sera pas injecté en sponsorisation pour l'influenceur, puisque l'influenceur choisi devra offrir une portée suffisante pour équivaloir la portée générée avec les deux autres produits en sponsorisation. La portée totale sera gérée dans le contrat d'influence et devra être garantie (minimum garanti) par l'influenceur.
- La date prévue pour le lancement du mini séjour dépendra des facteurs météo et de l'offre de chacun des mini-séjours. Cette discussion pourra avoir lieu avec votre conseiller si souhait précis de période il y a.
- Le contenu des mini séjours sera en permanence sur la page de destination, malgré la séquence de lancement.
- La promotion de chaque mini-séjour aura lieu sur nos campagnes de mots-clés sur les moteurs de recherche, en vue de générer du trafic qualifié sur le séjour par des consommateurs qualifiés. Les choix de mots clés seront déterminés en fonction des membres présents et du thème du mini-séjour.
- Le membre fourni les photos du mini-séjour ou Tourisme Mauricie pourra prendre des images provenant de sa banque photo ou Tourisme Mauricie prend une photo sur place.
- Les photos prises sur place sont soumises aux droits d'image et d'auteur de Tourisme Mauricie et le membre peut en faire usage sur ces plateformes numériques. Dans un cas de partage des photos dans un contexte publicitaire, le membre devra mentionner les droits d'images appartenant à Tourisme Mauricie.
- Seules les photos et vidéos nécessaires à la création du contenu du mini-séjour seront retouchées et captées. Si un membre veut recevoir du matériel résultant de tournage ou prise de photo, il peut contacter son conseiller pour en connaître les options et les coûts.
- Nous acceptons un maximum de 5 membres par mini séjour. En réservant un mini séjour, le membre accepte qu'il pourrait être jumelé avec tout autre entreprise pertinente à l'offre et au type de séjour, mais qu'il pourra assurément être informé de quelle autre entreprise sera présent à ses côtés.
- Pour tout type de mini séjour, le membre doit fournir l'expérience sur site pour l'une ou l'autre des situations suivantes : l'accueil de l'influenceur, l'accueil de l'équipe de tournage pour le REEL ou l'accueil de l'équipe de rédaction/photo pour l'article de blogue.
- Dans le cas des mini-séjours hivernaux et pour lesquels de la neige est nécessaire, l'équipe de rédaction convoquera les membres en entrevue pour préparer une rédaction le plus authentique et senti possible. Le membre devra prévoir une entrevue pré-rédaction de 30 minutes en vue de la préparation à la production de son contenu de mini-séjour. Ceci concerne seulement les membres qui feront parti d'un mini-séjour avec un contenu Article de blogue.

FORFAIT

MINI SÉJOUR +

- Les mêmes conditions que l'offre mini-séjour s'appliquent.
- Voir les conditions détaillées des produits supplémentaires de l'offre + dans le détail des produits à la carte, soit pour
 - Le bandeau infolettre
 - Les réels
 - La story Instagram (sans condition particulières)

FORFAIT

CRÉEZ VOTRE PROPRE MINI-SÉJOUR

- Voir les conditions détaillées des produits supplémentaires de l'offre dans le détail des produits à la carte, soit pour
 - Le bandeau infolettre
 - Publications Instagram et Facebook
 - Message radio 30s

FORFAIT

VILLES ET MRC

- Voir les conditions détaillées des produits supplémentaires de l'offre dans le détail des produits à la carte, soit pour
 - Le bandeau infolettre
 - Publications Instagram et Facebook
 - Landing page bandeau pleine largeur

PRODUIT À LA CARTE

LANDING PAGE

(CARROUSEL ATTRAITS)

- Le carrousel attrait s'affiche sur la landing, suite à la section des mini-séjours en termes d'expérience d'affichage. Par contre, les sections de pages sont encrées et un visiteur peut aller directement à la section de la page assignée aux « ATTRAITS HIVERNAUX »
- Le carrousel d'attrait est joint à un outil de programmation web permettant un affichage aléatoire des attrait présenté dans le carrousel
- Un maximum de 20 attrait sera disponible en vue de préserver la part de visionnement de chacun des membres présents dans ce carrousel.
- Le point de redirection de la fiche affichée dans les attrait se trouve à être la fiche Tourinsoft relié au service présenté.
- Le membre participant, suite à la mention du point précédent, devra avoir une fiche Tourinsoft pour le produit proposé, à moins d'entente avec le conseiller service au membre.
- Le membre doit fournir une photo permettant de bien représenter l'offre saisonnière hivernale. Par exemple, si la photo de la fiche membre est une photo estivale et non générique, la photo hivernale devra être changée dans Tourinsoft.

PRODUIT À LA CARTE

PUBLICATIONS

INSTAGRAM ET FACEBOOK

- Pour ces deux produits, soit pour Instagram ou Facebook, les conditions et détails sont les mêmes.
- L'utilisation de ces produits vise à rejoindre une communauté d'abonnés existants à la page, soit des utilisateurs de notre réseau déjà engagé envers notre offre de contenu et produits touristiques, garantissant ainsi un certain niveau de considération et d'engagement.
- Le type de publication peut être
 - une photo accompagnée d'un lien, soit avec objectif de trafic + texte de publication
 - Une photo seule + texte de publication
 - Une vidéo, soumise à l'approbation de Tourisme Mauricie en vue de préserver l'expérience de contenu de la page.
 - Dans tous les cas, le contenu doit entrer dans un de ces critères : divertissement, information touristique, recommandation touristique.
- La sponsorisation du contenu sera soumise à des critères de promotion de la publication selon les meilleures pratiques stratégiques :
 - Ciblage : Profil similaire à nos abonnés (Look-a-like) ainsi qu'une cible pertinente à l'offre. La cible est ajustée à chaque publicité créée par Tourisme Mauricie en vue d'une performance optimale, et via des experts ayant de 4 à 10 ans d'expériences avec la plateforme publicitaire.
 - Rédaction : Les textes des publications sont rédigés et revus par deux personnes ayant des expertises complémentaires en vue d'une performance optimale. La communication rédige d'abord le premier et de texte. L'expertise SEO interne révise le texte en vue d'un meilleur référencement de la publication (mots-clés associés aux contenus les plus recherchés)
 - Investissement: La période de promotion de la publication recommandée et d'office est de 2 semaines. Cette période laisse à l'algorithme publicitaire le temps s'optimiser en vue d'une meilleure performance, puis le budget étant léger, nous permettant de ne pas trop ventiler l'investissement – encore en vue d'une performance maximale.

PRODUIT À LA CARTE

ARTICLE DE BLOGUE EXCLUSIF

- Deux options sont disponibles pour la rédaction d'article en guise de préparation à la rédaction.
- OPTION 1 : Entrevue avec l'équipe de rédaction.
 - Le membre se prépare avec un questionnaire sur l'entreprise et l'expérience en vue de la rédaction de l'article de blogue
 - Dans ce cas-ci, le membre devra fournir les photos nécessaires à l'habillage de l'article. Des photos de bonnes qualités et à jour.
 - L'équipe de Tourisme Mauricie peut se déplacer pour une prise de photo pour un total de 2 lieux, à 50\$ par lieu supplémentaire.
- OPTION 2 : Déplacement de l'équipe
 - Le membre accueille l'équipe de Tourisme Mauricie et fourni les expériences.
 - Une fois sur place pour le premier lieu, les déplacements doivent entrer dans une période de 4 heures. Aucune possibilité d'extension.
 - L'équipe de Tourisme Mauricie prendra des photos des lieux visiter, pour une publication d'une photo par lieu mentionné.
- L'article de blogue sera rédigé en collaboration avec notre équipe de contenu et de rédaction. Un regard SEO sera apposé sur la rédaction.
- L'article ne peut contenir que 5 lieux. Pour un lieu supplémentaire, des révisions de coûts sont à prévoir et demande la validation de la capacité de production de l'équipe de contenu.
- Le membre pourra réviser l'exactitude des informations présentées dans l'article
- Si modifications sont demandées, il faut savoir que la composition des éléments dans l'articles sont en vue d'un très bon référencement dans les moteurs de recherche. Les mots et thèmes choisis sont en liens avec notre recherche de mots clés les plus recherchés et les thèmes associés au type d'expérience qui assure une performance de lecture (temps passé sur la page)
- Donc, par le point mentionné ci-haut, nous préserverons assurément l'exactitude de l'information en tout temps, mais la forme du contenu devra être respecté (thèmes abordés, sous thèmes)
- La longueur de l'article est soumise à nos standards de qualité : PERTINENCE, EXPÉRIENCE UTILISATEUR - Bref, on n'écrit pas pour écrire, donc pas de longueur pour des mots de plus.

PRODUIT À LA CARTE

BANDEAU PLEINE

LARGEUR INFOLETTRE

- Le bandeau comprend les éléments suivants qui sont à fournir par le membre, et ce d'ici le 21 novembre 2024:
 - TITRE DU BANDEAU : Maximum 45 caractères
 - IMAGES : Une à deux images
 - TEXTE D'APPEL À L'ACTION (peut être recommandé par Tourisme Mauricie) : Maximum 15 caractères
 - TOURISME MAURICIE EFFECTUE LE MONTAGE GRAPHIQUE
- Le bandeau sera parmi une des infolettres de Tourisme Mauricie. Une infolettre par deux ou trois semaines est envoyée à nos abonnés, selon la période.
- Seulement 2 emplacements sont disponibles pour un bandeau dans un infolettre.
- Les emplacements sont déterminés en fonction du contenu proposé dans l'infolettre et du thème abordé.
- Le taux de lecture de l'infolettre ne privilégie pas l'emplacement du haut vis-à-vis l'emplacement du bas, étant donné que lorsque l'infolettre est ouverte, et considérant qu'elle est brève, le lecteur se rend en majorité jusqu'à la fin du contenu.
- Le membre pourra réviser l'exactitude des informations présentées dans la bannière via un processus d'approbation du contenu



PRODUIT À LA CARTE

REEL

Ce que ça comprend:

- L'équipe de Tourisme Mauricie implique un réalisateur, une productrice au contenu, une créatrice de contenu et une experte en médias sociaux dans la conception et publication du contenu proposé.
- Le membre accueille l'équipe de Tourisme Mauricie et fourni les expériences.
- Une fois sur place pour le premier lieu, les déplacements doivent entrer dans une période de 4 heures.
- L'équipe de Tourisme Mauricie prendra des vidéos nécessaires au montage du réel et en vue du respect plan de réalisation prévu.
- Le membre pourra réviser l'exactitude des informations présentées dans la vidéo
- On priorise la pertinence et la qualité dans l'exécution, c'est pourquoi la longueur du contenu sera déterminée en fonction de ce qu'on capte et du concept proposé.
- L'équipe de Tourisme Mauricie peut fournir le vidéo créer en vue d'une utilisation sur les plateformes numériques du membre. Toute altération devra être révisée par Tourisme Mauricie.
- Les droits des images appartiennent à Tourisme Mauricie et sont pour objectif de la mise en valeur du membre et de la région.
- La vidéo sera publiée sur les réseaux sociaux soulignés dans l'offre et pourrait être publiée sur Tiktok
- La période de publication est déterminée par le membre si mention, sinon déterminée par l'équipe de Tourisme Mauricie en fonction du meilleur moment pour la publication du contenu proposé.

PRODUIT À LA CARTE

LANDING : BANDEAU PLEINE LARGEUR

- Le bandeau comprend les éléments suivants qui sont à fournir par le membre, et ce d'ici le 21 novembre 2024:
 - TITRE DU BANDEAU : Maximum 45 caractères
 - Description : Maximum 200 caractères
 - IMAGE : Une image seulement, en haute résolution
 - LIEN VERS LE SITE : Lien vers la page de destination. Si UTM, le membre doit fournir le lien final, comprenant l'UTM.
 - TOURISME MAURICIE EFFECTUE LE MONTAGE GRAPHIQUE
- Le bandeau de landing sera disposé suivant les mini séjours. L'ordre d'affichage sera en fonction de l'entrée de la réservation. Premier arrivé, premier affiché.
- Seulement 6 emplacements sont disponibles Les emplacements sont déterminés en fonction du contenu proposé dans l'infolettre et du thème abordé.
- Le visiteur de site peut atterrir directement sur cette section de site, soit via des investissements directement reliés à ces messages ou en atterrissant sur la page de destination, le visiteur de site peut cliquer sur une des sections de page pour consulter l'information qui l'intéresse.
- Le membre pourra réviser l'exactitude des informations présentées dans la bannière via un processus d'approbation du contenu