

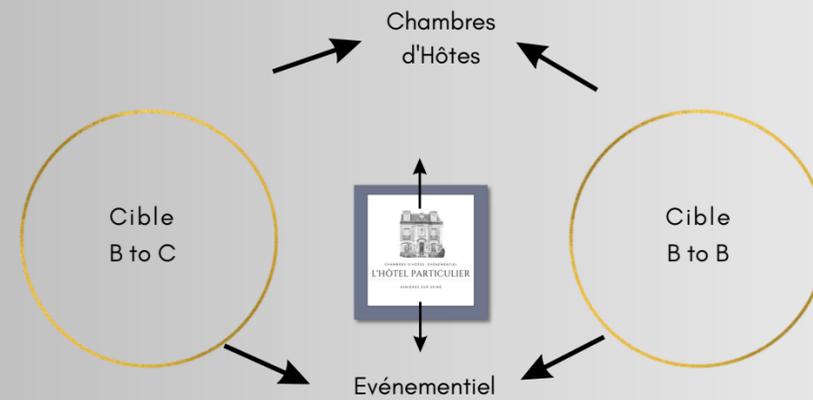


L'HÔTEL PARTICULIER



LES RÉSEAUX SOCIAUX

"Une stratégie qui cible tout le monde ne cible personne".



Cible Famille/Loisirs qui représente 80% de notre clientèle (dont les trois quarts sont Français et pour le quart restant concerne les étrangers.

Cette cible comporte:



- Des couples de retraités en visite dans la région pour voir leur famille/amis.
- Des groupes Famille /Amis de moins de 30 personnes pour des événements privés Baby Shower, mariages, fiançailles, Baptême, repas familiaux.....
- Couples de jeunes.
- Touristes: Belges, néerlandais, allemands, anglais principalement.



Cible CSP ++(clientèle aisée).Revenus annuel moyen/an: 30.000€ à 70.000€



Besoins: Tous les services hauts de gamme: accueil personnalisé et discret, recherche d'authenticité loin des standards impersonnels des hôtels, être comme chez eux, accès par ascenseur, connexion Wifi, Air conditionné, coffre fort, télévision, mini bar, bonne literie....

Cible Affaires/Evénementiel représentant 20% de notre clientèle

Il s'agit principalement

des femmes et hommes en déplacement professionnels(patrons, VRP..), Clientèle de cadres
Cible CSP++ (clientèle aisée).Revenus annuel moyen/an: 30.000€ à 70.000€.



Besoins: L'authenticité loin des standards impersonnels des hôtels, un accueil personnalisé, un coin bureau dans les chambres, une connexion WiFi, du calme et un petit déjeuner consistant....
Pour l'événementiel /Séminaires, réunions, afterwork, petit déjeuner & déjeuner d'affaires, soirées de 30 personnes maximum.



- les représentants(es) de Comité d'entreprises,
- Les patrons de PME
- les assistants(es) de direction



CSP++ (clientèle aisée)

Besoins:Une écoute & conseils personnalisés(Traiteur& Décorateur), un établissement tout confort reflétant une certaine originalité, connexion Wifi,

Toutes les cibles sont à la recherche de concepts et d' expériences uniques avec un côté non formaté que les établissements traditionnels ne proposent pas. ils sont en recherche : « d'une qualité rare, d'un détour, d'une découverte », d'authenticité, d'intimité et d'interactions avec les hôtes avec tout le confort nécessaire. Ils fuient les ambiances trop impersonnelles et standardisées de la l'hôtellerie traditionnelle.



3 RÉSEAUX POUR COMMUNIQUER AVEC VOS CLIENTS ET PROSPECTS

Après étude des cibles, le choix s'est porté sur 3 réseaux sociaux:
Facebook, Instagram et linkedin



Facebook

- Développer votre communauté
- Connaitre votre cible
- Amener du trafic sur votre site
- Concours/Promo



Instagram

- Mettre en valeur l'établissement
- Toucher un public jeune
- Faire connaitre les prestations
- Se rapprocher de sa communauté
- Faire du marketing d'influence

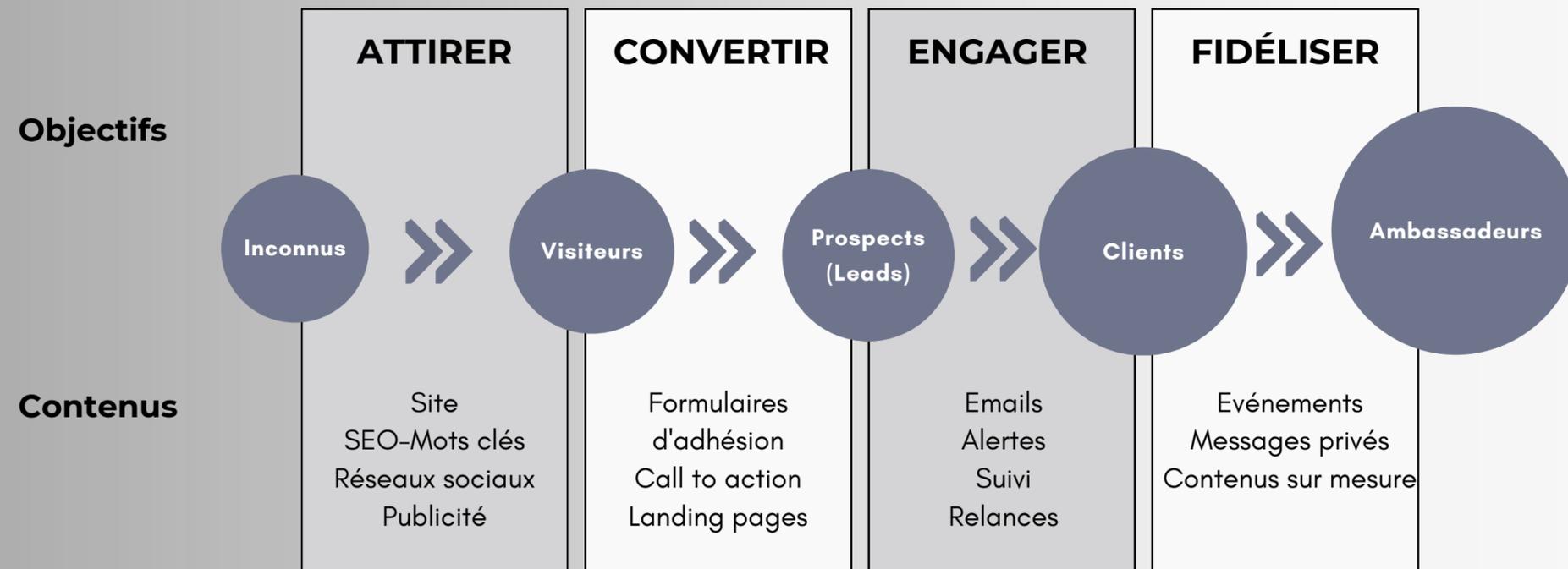


Linkedin

- Faire de la prospection
- Promouvoir votre activité
- Augmenter votre visibilité
- Partager votre actualité
- Faire de la veille

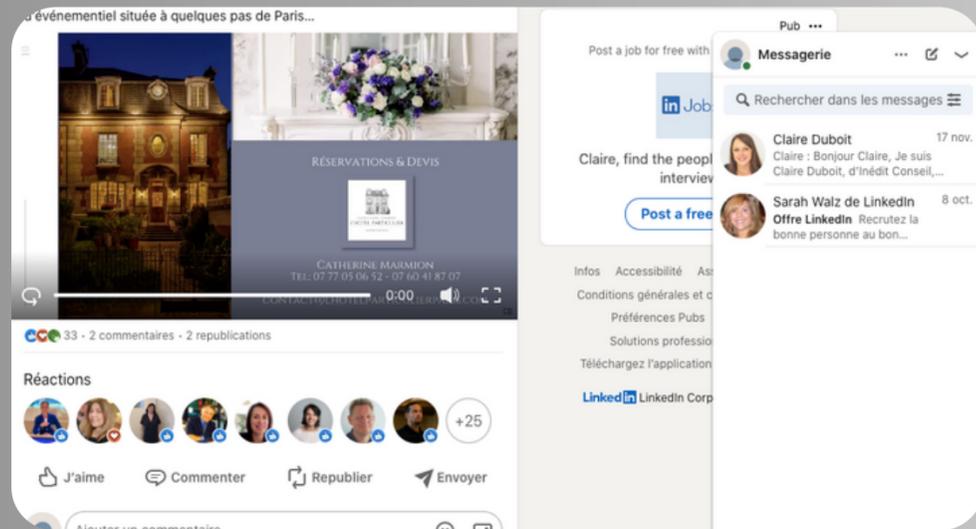
CONTENUS ÉDITORIAUX

Le marketing de contenu ou stratégie éditoriale est une stratégie marketing qui consiste à créer et diffuser aux clients et prospects, du contenu media informatif, ludique à forte valeur ajoutée. En effet, **le content marketing va consister à créer des contenus intéressants pour vos prospects et vos cibles** afin d'attirer l'attention et de faire connaître l'Hôtel Particulier et ses services..



Rédiger du contenu qui attire nos visiteurs.

- **Écrire des textes qui convertissent vos visiteurs en prospects.**
- **Publier des contenus qui transforment vos prospects en clients.**
- **Créer du contenu qui fidélise vos clients pour qu'ils deviennent ensuite les ambassadeurs de l'Hôtel Particulier.**



LES RÉSEAUX SOCIAUX

