

Fiche pratique pour

faire le plein de réservations pour les
vacances de la Toussaint
et bien terminer 2020 !



Comment gagner en performance quand la crise sanitaire a très fortement impacté le secteur du tourisme ?

Découvrez des dispositifs de communication spécialement conçus pour répondre à votre enjeu !

ÉTAPE 1

Eveillez la curiosité des internautes

Utilisez les publicités Facebook et/ou Instagram pour susciter l'intérêt des consommateurs.



Des visuels inspirants pour attirer l'attention de l'internaute et l'inciter à en savoir plus. Profitez de l'occasion pour faire jouer les consommateurs.

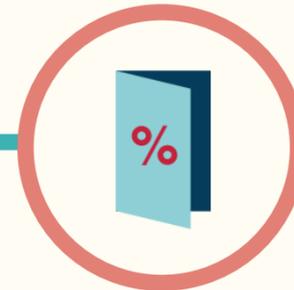
Les +

- Toucher une large audience : 37 millions d'utilisateurs en France
- Affiner l'audience avec des critères de ciblage : âge, CSP, centres d'intérêt

ÉTAPE 2

Faites rêver les consommateurs

Pénétrez au cœur des foyers avec un média puissant, apprécié et conservé : **l'imprimé publicitaire**.



L'occasion de projeter vos futurs consommateurs vers vos lieux de villégiatures et vos activités pour les prochaines vacances.

Les +

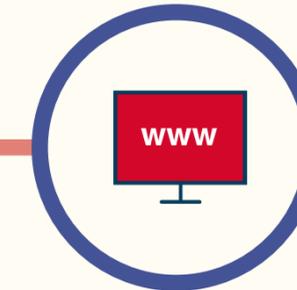
- 63% des français déclarent que la lecture d'un imprimé est un moment de détente¹

¹ Balmétrie 2019

ÉTAPE 3

Restez à l'esprit des consommateurs

Grâce à **Google Ads**, soyez visible en premières positions des résultats Google.



Promotions, offres spéciales de dernières minutes, misez sur l'urgence pour permettre aux internautes de passer à l'action et augmentez vos réservations.

Les +

- 87% des Français utilisent Google au moins une fois dans leur parcours d'achat pour préparer leur voyage²

² Étude Clickstream Travel France 2015/17

À chaque étape MEDIAPOST gère vos campagnes de A à Z !

Création du message, impression, distribution, location de bases de données, routage... Laissez-vous guider ! Votre conseiller commercial se tient à votre disposition pour répondre à toutes vos demandes et créer, avec vous, des dispositifs efficaces afin de faire venir et revenir vos clients dans vos points de vente.