

Mardi 22 Mai - Gastes

Lancement de Marque

Plan d'action Marketing



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

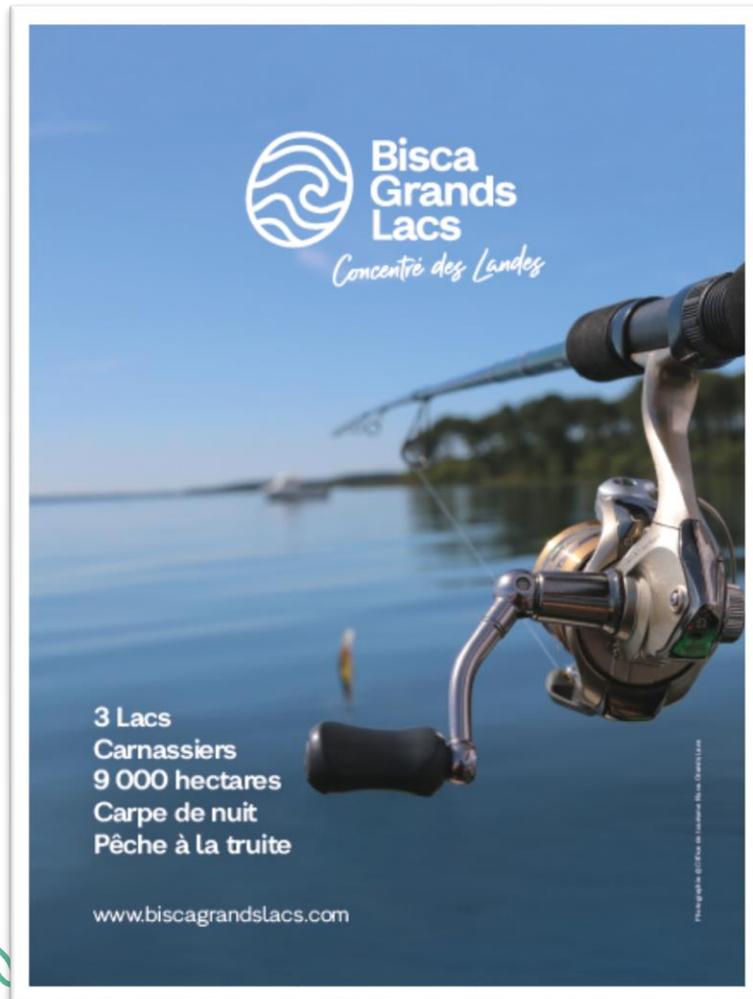


Quels Objectifs

Développement de
notoriété de la marque
et
déclenchement de séjours
sur Juin et début Juillet



Déjà lancé ?



- Plan de communication au sein des supports web et print :

« Pêche et les poissons »

De mai à septembre

45 000 exemplaires / mois



Le pêcheur puriste

Thierry

44 ans, de Brives la Gaillarde. Divorcé, 2 enfants. Gestionnaire de réseau chez ERDF

PASSIONNÉ / PATIENT / MINUTIEUX

“ No kill ”

Intérêt aux ailes de saison

→ Aménager

→ Communication et offres ciblées



Grands Lacs
Concentré des Landes

Déjà lancé ?

- Plan de communication print :
« L'incontournable Magazine »
Mars / Avril et Mai / Juin

Bimestriel

35 000 exemplaires

300 000 lecteurs



Concentré des Landes



Famille oxygène

Caroline (et sa petite famille)
40-45 ans, urbaine, active, 3 enfants

MEILLEURE COPINE / HYPERACTIVE / PRAGMATIQUE

“ Ma ressource naturelle

MODE D'HÉBERGEMENT Résidence de Tourisme, Air bnb, Mobil Home
PÉRIODE PRIVILÉGIÉE Printemps/Automne, Juillet (éventuellement août)
Court séjour hors Été, ou bien 15 jours à 3 semaines

CONCURRENTS Bretagne, au ski à La Mongie, en Dordogne (Lascaux)

⊙ Attentes & challenges

- S'oxygéner, être dans la nature, couper du quotidien
- Partager des expériences en famille
- Liberté/souplesse

✕ Frustrations

- Avoir à gérer les enfants tout le temps quand la logistique est compliquée

En attente de Services digitaux



Famille Nature & découverte

Millo & Jennifer

30 ans, 2 enfants, alter-mondialistes mais connectés

CULTIVÉS / RAISONNABLES ET RAISONNÉS / EXIGEANTS

“ En phase avec nos valeurs

MODE D'HÉBERGEMENT Air bnb, maison d'hôtes

PÉRIODE PRIVILÉGIÉE Juin/Septembre, Juillet, Pâques

CONCURRENTS La montagne, La Bretagne

⊙ Attentes & challenges

- Connexion à la nature
- Découvrir, explorer, rencontrer
- Repos et bien-être

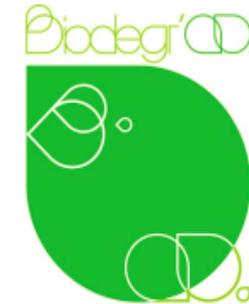
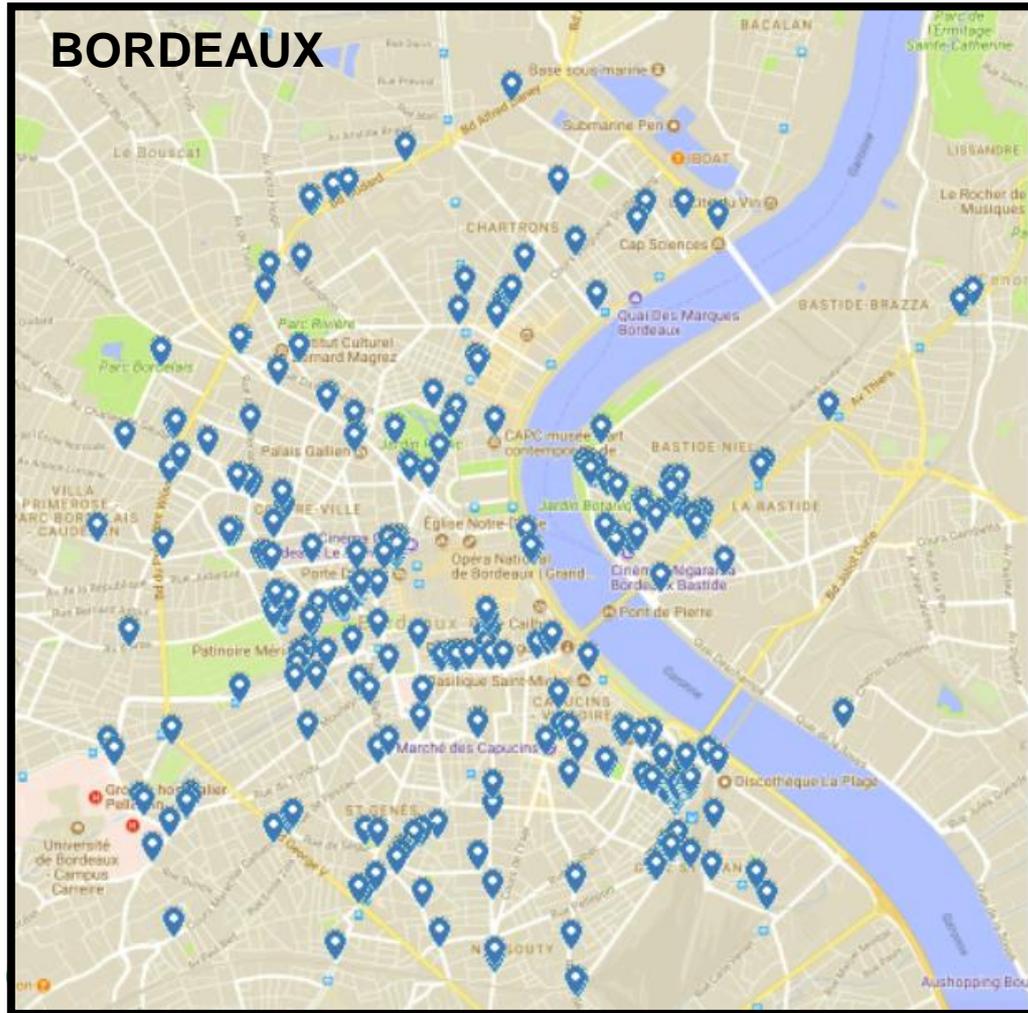
✕ Frustrations

- Le non-respect de l'offre/ des services
- La consommation de masse en vacances
- Le manque de produits/restaurants bio/raisonnés

En attente de Expériences atypiques et rencontres

Lancement de Marque

Campagne de Clean Tags



Régie de supports éphémères.

- 300 marquages de 1,30m x 1,80m
- Du 30 mai au 6 juin



Famille oxygène

Caroline (et sa petite famille)
40-45 ans, urbaine, active, 3 enfants

MEILLEURE COPINE / HYPERACTIVE / PRAGMATIQUE

“Ma ressource naturelle”

MODE D'HÉBERGEMENT Résidence de Tourisme, Air bnb, Mobil Home

PÉRIODE PRIVILÉGIÉE Printemps/automne, Juillet (éventuellement août)

Court séjour hors E6, ou bien 15 jours à 3 semaines

CONCURRENTS Bretagne, au ski à La Mongie, en Dordogne (Lascaux)

Attentes & challenges

- Staygérer, être dans la nature, copier du quotidien
- Partager des expériences en famille
- Liberté/couplesse

Frustrations

- Avoir à gérer les enfants tout le temps quand la logistique est compliquée

En attente de
Services digitaux



Lancement de Marque

Campagne de Clean Tags

Bisca Grands Lacs
Concentré des Landes

Et vous ?
Que faites
vous ce WE ?

45 min de BDX

www.BISCAGRANDSLACS.COM

This advertisement features a dark, textured background. At the top, the Bisca Grands Lacs logo is displayed in a dark oval, with the text 'Concentré des Landes' written in a cursive font below it. The central text asks 'Et vous ? Que faites vous ce WE ?'. To the right of this text is a circular icon containing '45 min de BDX'. Below the text is a silhouette illustration of a beach scene with two lounge chairs, an umbrella, and beach gear. At the bottom, the website URL 'www.BISCAGRANDSLACS.COM' is printed.

Bisca Grands Lacs
Concentré des Landes

Passez
au vert !

45 min de BDX

www.BISCAGRANDSLACS.COM

This advertisement features a dark, textured background. At the top, the Bisca Grands Lacs logo is displayed in a dark oval, with the text 'Concentré des Landes' written in a cursive font below it. The central text says 'Passez au vert !'. To the left of this text is a circular icon containing '45 min de BDX'. Below the text is a silhouette illustration of a forest scene with two people walking, trees, and a van. At the bottom, the website URL 'www.BISCAGRANDSLACS.COM' is printed.

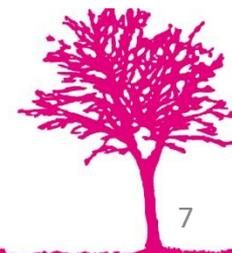
Lancement de Marque

Campagne vidéo

- Teaser de 20 secondes
- Cinémas de
 - Biscarrosse (Juin / Juillet)
 - Multiplex de la teste de Buch (Juillet / Août)
 - Mega CGR Bordeaux (Juin)



CENSIER
PUBLICINEX



Lancement de Marque

Campagne de résonnance

Supports Sud Ouest :

- Sud Ouest « Le Mag » du 2 Juin 2018
 - Carte Postale en bon collé (Page 3)
- SudOuest.fr + Application mobile les 4 et 5 juin
 - Publi-rédactionnel sur la destination
- Quotidien gratuit « C News » du 8 juin
 - Publi-rédactionnel en format Grand Angle



Lancement de Marque

Campagne digitale

- Campagne  Display Network
 - Sur sites « Audience Friendly »



- Campagne  AdWords
 - Achat de mots clés avec pour objectifs de :
 - Booster Traffic web
 - Booster vente de séjours sur place de marché



Lancement de Marque

Campagne digitale



Juin / Juillet / Août



Juin / Juillet / Août

- Boost de 3 vidéos en « Audience Friendly » sur facebook

Aventure

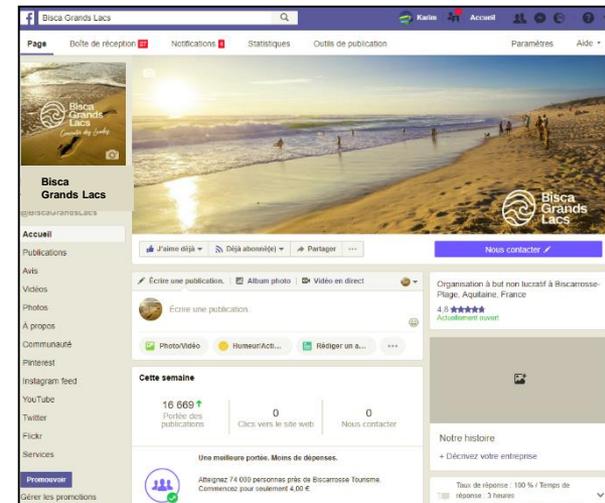
Humain



Lancement de Marque

Autres supports

- L'envoi d'un Communiqué de Presse dès demain
- La fusion des pages de Réseaux Sociaux
- Les produits dérivés et objets boutique



Mardi 22 Mai - Gastes

Merci de votre Attention



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

