



**Les données visiteurs : un outil au service
d'une meilleure connaissance de vos publics**

Une réponse à des besoins spécifiques à votre contexte

Maintenir / augmenter la **fréquentation**

Optimiser les **recettes** liées aux visites

Évaluer l'impact de vos actions digitales

Centraliser l'information disponible

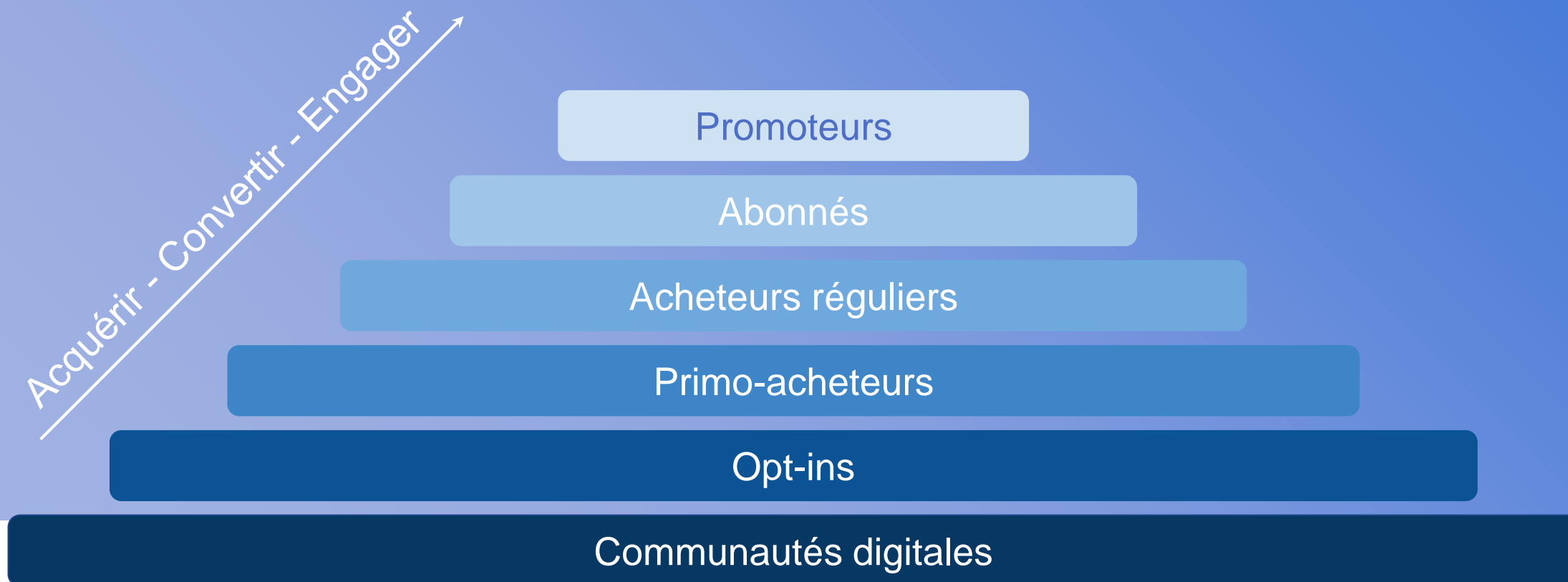
Reprendre le **contrôle** de vos données

Faciliter le travail d'**une équipe réduite**

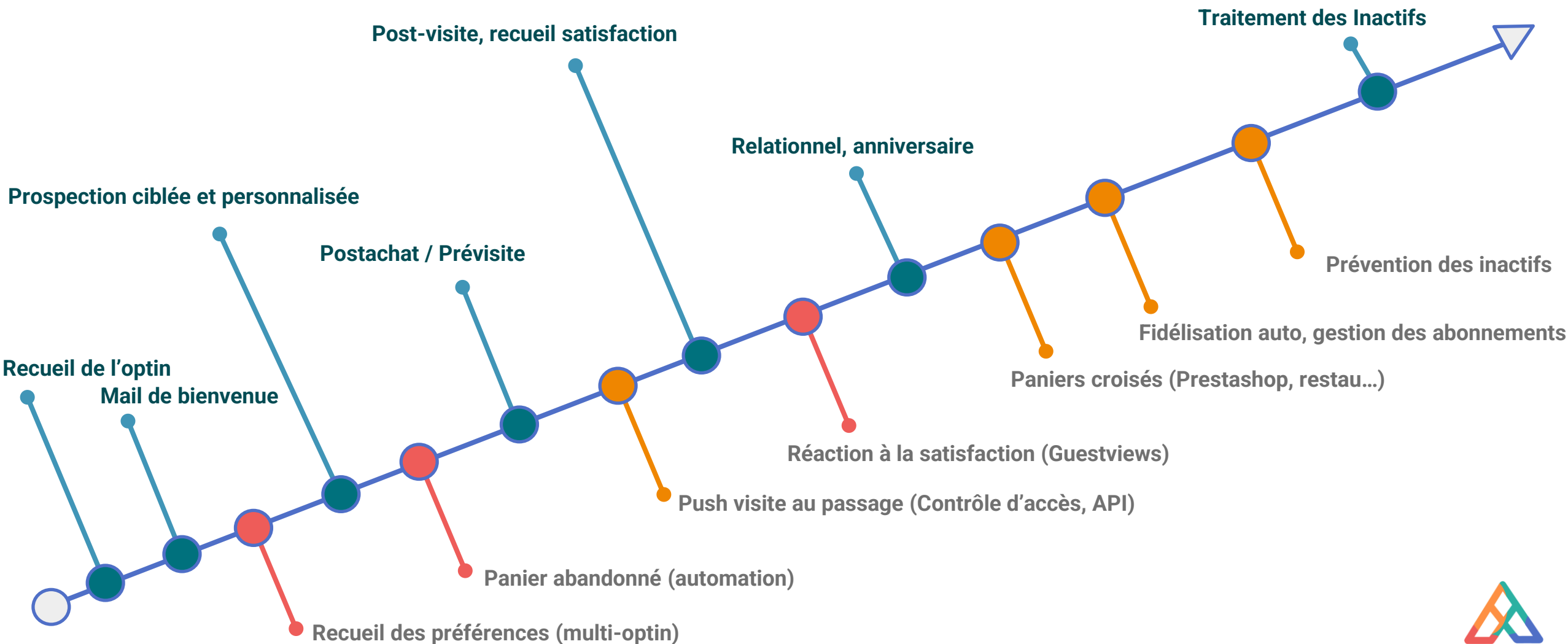


Connaissance et développement des publics

au service de la relation avec vos publics



Le plan d'action marketing pour les visiteurs individuels



Le parcours du visiteur dans un site Culturespaces

Au plus près des besoins du visiteur, à chaque étape



La collecte de données

Comment ?

VENTE EN LIGNE

Mettre l'accent sur ce canal de vente pour récolter des données

Rendre la **vente en ligne** **attractive**.

Rendre la **vente en ligne** **différenciante** et porteuse d'une **promesse**.

Développer **une logique de récolte systématique** lors de vos événements :
un visiteur = un billet = un nom, prénom et une adresse email.

ACQUISITION HORS BILLETTERIE

Développer la collecte sur votre site hors billetterie

Intégrer l'enjeu de la collecte de données dans la stratégie globale de communication.

Intégrer un formulaire attractif sur votre site internet.

Tester le principe de l'*alerting*.

Imaginer des mécanismes de collecte *in situ*.

ACQUISITION HORS ÉCOSYSTÈME

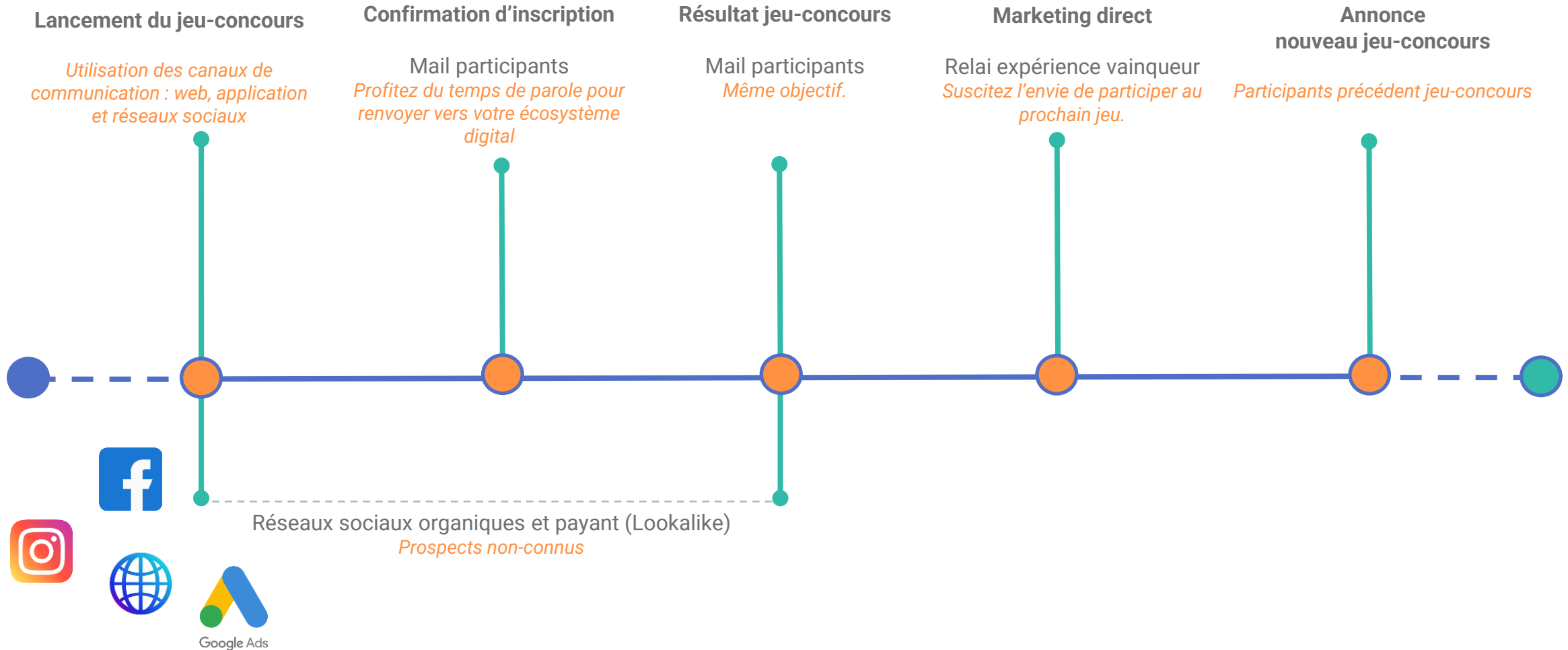
Développer de nouveaux canaux

Développer la collecte via les **réseaux sociaux** (jeux-concours)

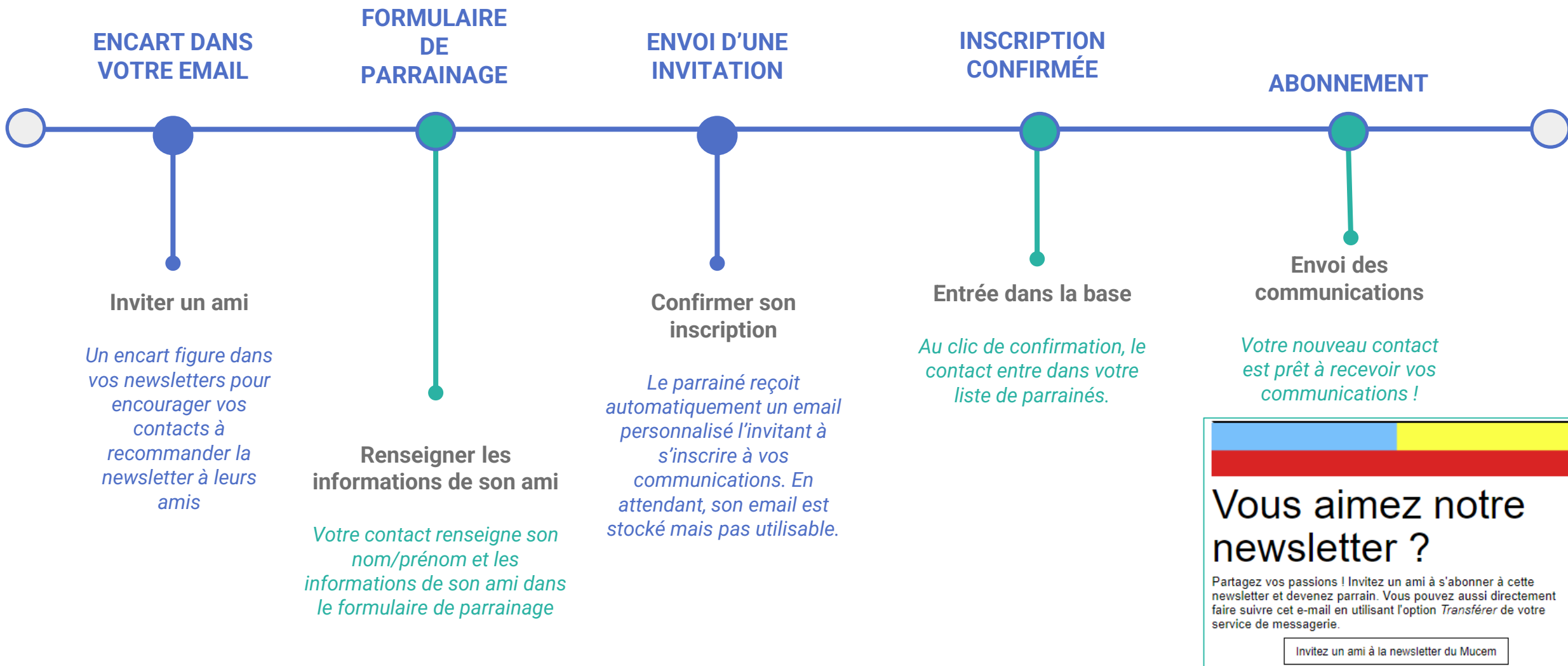
Initier une approche en échange de visibilité avec des **partenaires**.

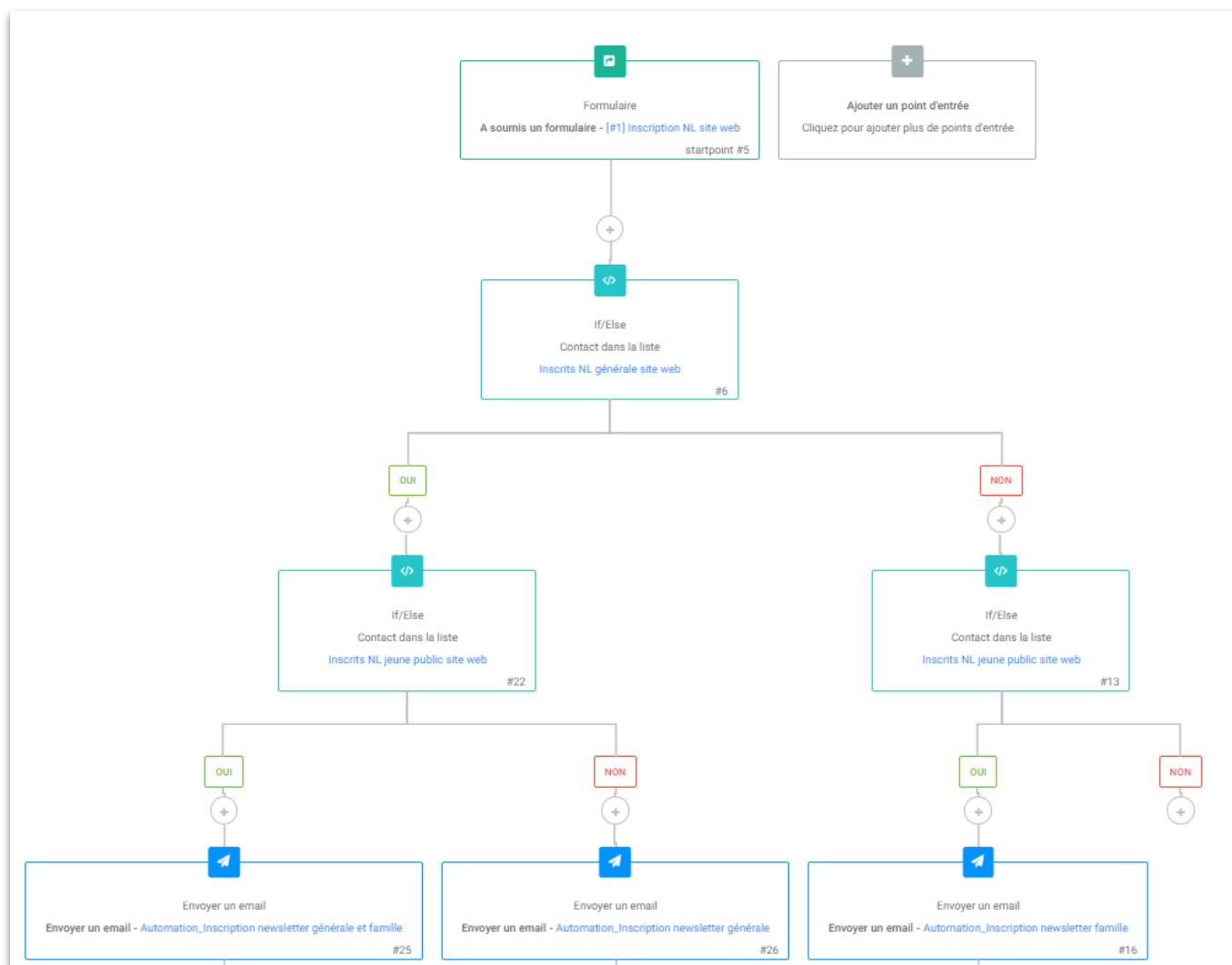
Développer de nouveaux mécanismes marketing : retargeting, location de bases de données, affiliation...

Les jeux-concours



Le parcours





Mucem Newsletter

{% if (contact.PARRAIN) %}



{{ contact.PARRAIN }} souhaite vous partager des bons plans culturels à destinations des enfants et vous recommande de vous abonner à notre newsletter jeune public et famille. Régulièrement, recevez nos actualités : expositions, aides à la visite, espaces enfants, visites-jeux, ateliers, spectacles et contenus en ligne.

{% endif %}
{% if (!contact.PARRAIN) %}



Un ami souhaite vous partager des bons plans culturels à destinations des enfants et vous recommande de vous abonner à notre newsletter jeune public et famille. Régulièrement, recevez nos actualités : expositions, aides à la visite, espaces enfants, visites-jeux, ateliers, spectacles et contenus en ligne.

{% endif %}
Inscrivez-vous

Toute la
programmation
du Mucem
jour par jour

1 esplanade du J4
13002 Marseille
T 04 84 35 13 13
reservation@mucem.org

Take-aways

- Plus d'engagement entraîne plus de vente de billets
- Plus de clarté entraîne plus d'intérêt
- Que se passe-t-il sur place ? ("wait marketing", jeu-concours, enquête de satisfaction, etc.)
- Plus de contact avec vos publics améliore la qualité de votre base de données
- Plus d'automatisation est un atout pour vos ressources humaines
- Plus de partenariats garantit plus de visiteurs

Questions que vous vous posez sûrement

- Que voudriez-vous savoir sur votre public ?
- Quelles données visiteurs activer ?
- Quel est le niveau de qualification de votre base de données ?
- Quelles données vous manquent encore ?
- Comment accueillir vos nouveaux visiteurs ?
- Quel est le degré de personnalisation de votre communication ?
- Événement spécifique : à quel(s) groupe(s) cible(s) s'adresser ?



Envie de poursuivre la discussion ?



Solène Jimenez

Head of International Development

solene.jimenez@arenamatrix.com

+31 6 29 91 83 27