

Le Musée de l'Illusion bénéficie d'une **forte attractivité** grâce aux vidéos promotionnelles sur les **médias sociaux**, en particulier TikTok. La plupart des visiteurs découvrent le musée via ces contenus, ce qui constitue un atout marketing majeur.

Expérience et avis des visiteurs

- Yacine : Un couple apprécie visiter les musées, mais a trouvé celui-ci correct sans être exceptionnel. L'expérience marquante reste le Tunnel Vortex, qui procure une sensation de chute impressionnante. Ils envisagent de visiter d'autres musées similaires avec leurs enfants. Ils trouvent l'idée des hologrammes intéressante mais pas assez attractive pour revisiter le musée.
- Solène : Plusieurs visiteurs sont venus après avoir vu des vidéos sur le musée. L'un d'eux, recommandé par ses collègues, connaissait déjà certaines illusions. Une femme a trouvé l'exposition incroyable et envisage maintenant de visiter le Musée du Paradoxe.
- Antoine : Deux visiteuses ont découvert le musée via TikTok. Elles ont adoré le Tunnel Vortex, mais ont moins apprécié l'activité autour de l'Image Animée. Elles attribuent une note de 8/10 et le recommanderaient à leurs proches.
- Faizan et Amirtavarsini : La responsable de l'accueil a expliqué que les attractions ne changent pas, seule la décoration évolue en fonction des événements (Noël, Halloween, etc.). Elle a validé l'idée d'intégrer hologrammes et intelligence artificielle, tout en soulignant des contraintes d'infrastructure.

Problèmes identifiés

- Peu de fidélisation : La majorité des visiteurs ne reviennent pas, principalement à cause du manque de renouvellement et du rapport qualité/prix jugé insuffisant.
- Durée de visite courte : Bien que le site annonce une visite d'environ 1 heure, beaucoup restent moins de 40 minutes, sauf en période d'affluence.
- Espace limité : L'agrandissement du musée est impossible, ce qui limite l'expérience.

Pistes d'idées pour l'évènement fictif

- Introduire des nouvelles technologies (réalité augmentée, intelligence artificielle, hologrammes) pour rendre les expositions plus immersives.
- Rénover et faire tourner les expositions pour maintenir l'intérêt des visiteurs.
- Optimiser la circulation dans le musée pour éviter que certains visiteurs se sentent perdus.