



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

communication et marketing

Sommaire

- la communication interne dans le réseau
- l'organisation du marketing
- la charte graphique éthic étapes
- la politique de produits
- le plan marketing



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

la communication interne dans le réseau



éthic étapes

> la communication dans le réseau

étapeséchos

- 2 pages, éditée chaque vendredi
- adressée par mail à tous les centres, aux partenaires proches et aux personnels des centres (près de 300 destinataires !)
- relate de l'actualité du réseau et des secteurs du tourisme, de la jeunesse, du développement durable...
- chaque semaine, un édito d'un membre du Comité directeur ou d'un animateur régional
- chaque semaine, l'étape de la semaine... un article sur un éthic étapes, rédigé par lui-même





> la communication dans le réseau

la carte avantages

- Développée en 2004
- Elle donne accès à tous les personnels du réseau à des réductions dans tous les éthic étapes





éthic étapes

> la communication dans le réseau

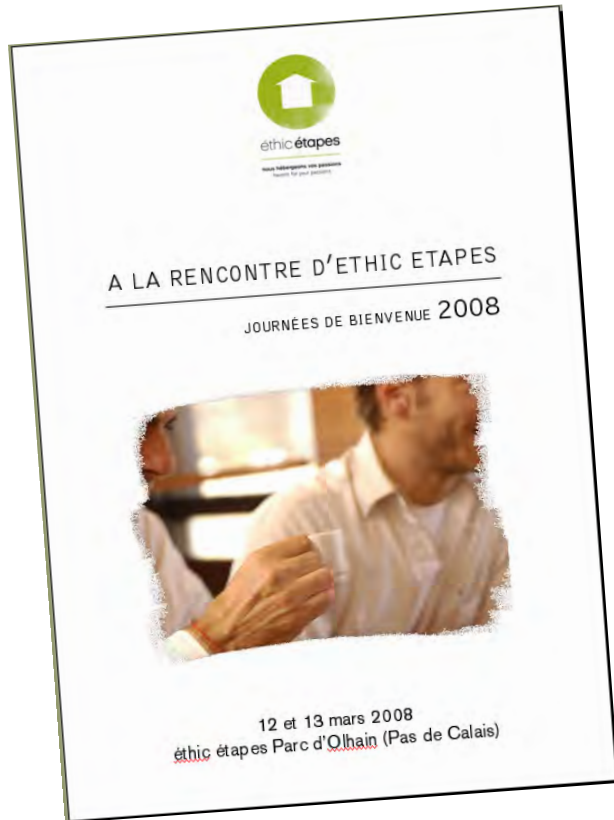
L'espace membres sur ethic-etapes.fr

- Toute l'actualité du réseau : agenda, comptes rendus de réunions, dossiers en cours, étapes échos
- Tous documents utiles : cartes avantages, charte graphique, logos
- Le répertoire éthic étapes et l'annuaire des fournisseurs référencés

> [Démonstration](#)

> la communication dans le réseau

à la rencontre d'éthïc étapes



- 24h pour tout savoir d'éthïc étapes et rencontrer ses acteurs
- Destiné aux nouveaux salariés et à tous ceux qui veulent approfondir leur connaissance du réseau
- Rencontre annuelle co-animée par des membres du réseau et ses salariés



éthic étapes

> la communication dans le réseau

l'accueil réciproque de personnel

- Concept : passer 2-3 jours dans un autre centre du réseau avec un homologue et recevoir la personne dans son centre en retour
- Cette action favorise :
 - l'échange de savoir-faire et d'expérience
 - la connaissance du réseau par les personnels des centres





éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

marketing et
communication, politique
produits

plan marketing : une stratégie sur 3 ans

- Un plan proposé par la commission marketing et validé par le Comité directeur
- Il liste les objectifs de mise en marché :
 - du réseau, en tant que marque
 - des centres et de leurs produits
- Il s'applique au réseau et peut être décliné et adapté à chaque centre
- Une politique résolument orientée « Produits »

Les bénéfices d'une politique de produits

le produit est la **vitrine du centre éthic étapes**, il :

- donne des exemples de séjours réalisables, il suscite l'envie,
- porte la variété des activités du centre en les rendant lisibles et cohérentes
- met en avant sa philosophie
- facilite la commercialisation du centre

1. Se doter d'une stratégie produits
2. Disposer d'une boîte à outils pour adapter/créer mon offre
3. Disposer de nouveaux outils pour promouvoir mon offre
4. Atteindre de nouveaux objectifs commerciaux

Définir

Organiser

Positionner

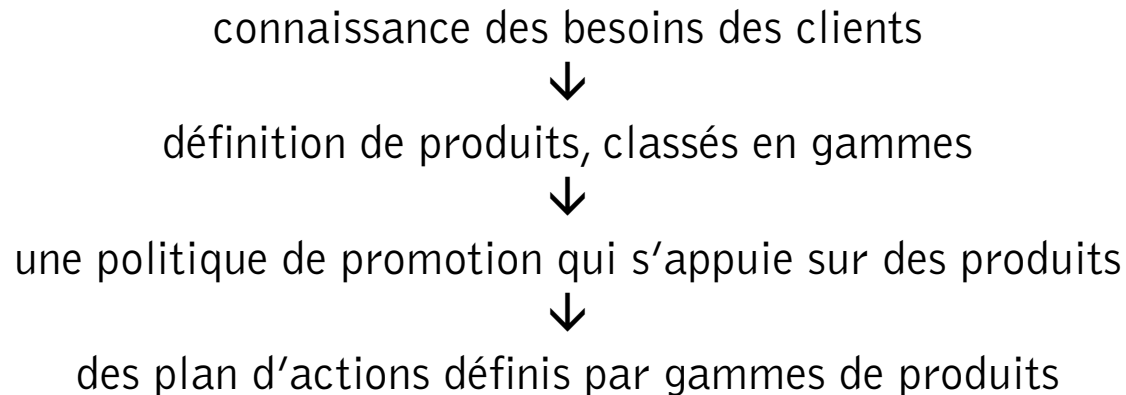
Adapter

Promouvoir

l'offre éthic étapes

les grandes lignes du plan 2009-2011

-un marketing de la demande





éthic étapes

Organiser l'offre

Gamme/Pôle

Classes de produits

Enfants & jeunes (-18 ans)

classes de découverte et échanges (groupes)

France – pays francophones

accueil de groupes d'enfants/scolaires (groupes)

France – étranger

CVL, séjours linguistiques et échanges internation. (groupes et individuels)

France – étranger

Gamme/Pôle

Classes de produits

Découverte et loisirs - groupes

séjours touristiques

France – étranger

stages thématiques

France

accueil de groupes

France – étranger

Réunions, stages et événements professionnels

réunions et stages (accueil + forfaits réunions)

France – pays francophones

événements pros et incentive (accueil + forfaits)

France – étranger

Découverte et loisirs - individuels

short breaks

France – étranger

stages thématiques

France

accueil individuels et familles

France – étranger

> Organiser l'offre

gamme	marchés	cibles de communication	produits
- 18 ans	- classes groupes d'enfants en vacances	- établissements scolaires, mairies, assos de parents d'élèves, etc. - mairies, CE, grand public	- classes de découverte - Hbgt et restauration de classes - CVL - Hbgt et restauration de groupes de mineurs
- réunions et évènements professionnels	- groupe recherchant un lieu de réunion	- syndicats, entreprises, associations, organismes de formation, etc...	- hébergement, location de salle et restauration - package réunions, incentive
- découverte et loisirs groupes	- groupes en déplacement	- clubs de randonnées, TO, clubs sportifs etc...	accueil de groupes séjours touristiques etc...
- découverte et loisirs individuels	- individuels et familles en déplacement	- grand public	- accueil individuels et familles - stages thématiques

les grandes lignes du plan 2009-2011

un positionnement clairement affirmé

3 piliers du positionnement des produits

- qualité
- valeurs
- développement durable

⇒ des produits qui sont le reflet de ce que nous sommes, ensemble

Sur le fond



Un contenu adapté
aux attentes des
clientèles et
positionné



Le cahier des charges

Sur la forme



Une présentation adaptée au
style de communication éthic
étapes et aux supports (internet
principalement)



La fiche produit

Tous les cahiers des charges sur l'espace membres


les grandes lignes du plan 2009-2011

- un partage des missions entre siège et centres

le réseau prospecte, les éthic étapes fidélisent

- la mise en place de « pôles produits »
créer des groupes de suivi et d'animation des gammes de produits
- Des plans par gamme de produits

le plan d'actions annuel



éthic étapes

PLAN D' ACTIONS 2008

PROJET

Ce projet de plan d'actions 2008 a été validé par le Comité directeur du 5 décembre, sous réserve des décisions prises en Assemblée générale.

⇒ Objectif 1 : développement des séjours de groupes

a. Scolaires – France

1. L'enseignement privé

Réalisé 2006 :

- annonce annuelle ens. privé 15 centres participants – annonce renouvelée
- mailing de 2471 envois : bon de commande + flyer (8 commandes de Manuel des ventes)

Réalisé 2007 :

- annonce annuelle ens. privé 18 centres participants – annonce renouvelée
- e-mailing 4100 adresses en avril-mai : à chaque date de mailing (3 dates, selon les zones scolaires), on note une augmentation du nombre de visites du site de 20 à 40%.

Propositions 2008

- Insertion publicitaire dans l'annuaire de l'enseignement privé + insertion dans le site classe-decouverte.info

Planification : décembre 2007 (parution en avril 2008)

Coût de l'action : parution+insertion web : 3755,44 euros + suivi dossier (envoi aux centres, centralisation inscriptions, création maquette et facturation) 1,5 jour : 193,20 euros, soit un total de 3948,64 euros.

Mutualisé en totalité par centres partenaires (16 x 230 = 3680 euros)

Observations :

- nouveau en 2008, parution des coordonnées des centres partenaires sur le site www.enseignement-prive.info dans les catégories de recherche « organisation de séjours »

- Des plans d'actions annuels qui s'inscrivent dans le plan marketing trisannuel
- Actions mutualisées et actions directes, planifiées et budgétées

> plan d'actions 2011



nous hébergeons vos passions
havens for your passions



> Les outils de communication

- Le manuel des ventes, destiné aux organisateurs de séjours de groupes. Tirage 2011 : 3000 exemplaires
- Le guide de poche, destiné aux individuels et familles – tirage 2011 : 27000 exemplaires
- Le panneau PLV : flyers destinés aux usagers des centres. Tirage 2011 : 500000 exemplaires
- Les affiches « dans les éthic étapes... » utilisées pour décorer les centres et les stands
- Les brochures Image
- Les flyers produits



> Les outils de la promotion



Le site internet : www.ethic-etapes.fr

- 4 versions de langues prévues : français, anglais, allemand et espagnol
- Refondu intégralement en 2010

- Trois entrées distinctes :
 - par destinations : entrée géographique (carte) et par environnement
 - par gamme de produits : réunions & séminaires, scolaires et enfants, tourisme de groupes, tourisme d'individuels
 - informations générales sur le réseau
- 6000 à 7000 visites mensuelles (version française uniquement)

> Les outils de la promotion



Le site internet : www.ethic-etapes.fr

- un site qui intègre les principes du web 2.0
- une interface d'administration par les centres

> Démonstration du backoffice

- Vos actions :
 - mettre des produits en ligne
 - actualiser ses tarifs et informations
 - mettre en ligne des actualités et des bons plans

> Quelques exemples d'actions vers la cible scolaire

86 programmes pédagogiques en ligne sur ethic-etapes.fr



Forum de la visite
scolaire – 6 octobre
2010 – La Villette – 5
centres partenaires



Annuaire de l'enseignement
privé 2010

un projet de plus en plus concret

- le réseau promeut mais ne vend pas
- une étude en 2006
- en 2008 :
 - création d'un module de réservation en ligne en partenariat avec Hostelworld
 - réalisation d'une étude de l'offre et d'une étude de la demande en vue de créer une politique de produits

2009 :

- vote d'une harmonisation de l'offre produits et d'un plan marketing orienté produits
- vote d'un resserrement des liens avec Hostelworld, centrale de réservation en ligne principalement pour individuels (21 EE en ligne pour 11100 réservations en 2010 - +38% en 2 ans -, 1204000 euros de CA)



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

la charte de communication

> La charte de communication

des outils au service de votre communication

- une charte graphique professionnelle
- un reportage de 50 photos génériques
- des modèles de lettres, de fax

[> Voir la charte graphique](#)

> La charte de communication

une charte graphique

- elle doit être respectée par tous les centres
- elle comprend 3 constantes :

le logo

les typographies

la trace

- elle peut être déclinée pour chaque centre



> La charte de communication



Le reportage photos génériques



- il comporte 50 visuels
- il appartient au réseau et peut être utilisé par l'ensemble des centres
- il est disponible en téléchargement sur l'espace membres
- on y a ajouté des photos offertes aux réseaux par certains centres

> Les services aux centres en promotion

le réseau au service de votre promotion

- un service de création graphique pour vos documents
- un service d'accompagnement des centres dans la définition de leur politique marketing
- du matériel d'exposition professionnel (affiches, logos, kakémonos)
- un pôle de ressources et de conseils : le siège
- organisation des actions mutualisées
- organisation de commandes groupées de matériels et de supports de communication



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

merci de votre attention