

## SYNTHÈSE DU FOCUS GROUP 2015 SUR LE TOURISME D'AFFAIRES

Depuis 2008, Clientis réalise des études de marché auprès de planificateurs d'événements du Québec et de l'Ontario, au sein des entreprises, des associations et des agences. Nous mettons en lumière leurs besoins et découvrons les tendances qui se dessinent pour les prochaines années. En 2015, nous avons effectué un focus group autour de trois tables lors du convivium MPI, et voici les résultats les plus pertinents.

### I. ORGANISATION DES PLANIFICATEURS D'ÉVÈNEMENTS

#### 1.1 Quels sont vos 3 principaux défis concernant la planification d'événements?

- Budget limité ou invariable même quand les données changent d'une année à l'autre
- Temps / Délais serrés / Gestion de la dernière minute
- Créativité : besoin de créer un « wow »
- Besoin d'une plateforme d'informations des fournisseurs pour avoir le maximum de données

#### 1.2 Qu'est ce qui vous aiderait à gagner du temps dans votre planification?

##### a. En interne?

- Listes internes de fournisseurs
- Listes de livrables par type d'évènement
- Outils ou logiciels personnalisés pour gérer les évènements

##### b. En externe?

- Plus grande disponibilité des fournisseurs
- Plus d'information ciblée de la part des fournisseurs sur leurs produits et services
- Site qui regroupe tous les fournisseurs
- Les sites des ATR sont utiles

#### 1.3 Votre choix de destination est déterminé par :

- Localisation
- Budget déterminé par l'organisme ou le client
- Qualité / catégorie de l'établissement, du service, de la nourriture
- WiFi gratuit et accès simple

### II. REPRÉSENTANTS D'HÔTELS / DESTINATIONS TOURISTIQUES - MOYENS PROMOTIONNELS ET OUTILS RELATIONNELS

#### 2.1 Qu'attendez-vous comme démarche(s) de la part d'un bon représentant?

- Service à la clientèle : être à l'écoute et répondre en lien avec les besoins
- Créativité : aller plus loin et suggérer de nouvelles idées (en plus des besoins initiaux)
- Cibler rapidement, poser les questions auxquelles les planificateurs n'auraient pas pensé

#### 2.2 Quelles améliorations pourraient être mises en place par les hôtels / les destinations pour mieux vous servir?

- Information en plus de la soumission (photos des salles + plans + dimensions etc.)
- Rappel de la part du fournisseur : cela rend service

#### 2.3 Quelle serait pour vous la tournée de familiarisation idéale?

- Période : vendredi & week-end
- Sur-mesure : par exemple montrer les petites salles aux organisateurs des petits évènements
- Plaisir, partage, bon repas, relationnel

### III. LE VIRTUEL 2.0

#### 3.1 Quels sont les facteurs qui vous amènent à lire l'infolettre d'une destination/hôtel plutôt qu'une autre?

- Objet du courriel accrocheur
- Historique et relationnel avec l'expéditeur
- Plus de visuel que de texte : précise et épurée
- Données et tendances plutôt que publicité

#### 3.2 Quel(s) site(s) utilisez-vous pour effectuer vos recherches de destinations ou d'hôtels ?

- Bridge For Events
- Guide papier « Le Planificateur »
- Trip Advisor : pour avoir une idée au préalable
- Google avec des mots clefs

#### 3.3 Une bonne vidéo promotionnelle, c'est quoi ?

- Voir le maximum en peu de temps : vidéo courte et efficace, d'un maximum d'une ou deux minutes
- Vivre l'expérience : visite virtuelle complète de l'espace
- Vidéo destinée aux planificateurs plutôt qu'aux individus
- Voir autant l'intérieur que l'extérieur de l'hôtel (eau, verdure, espace)

En investissant dans **notre rapport complété par des statistiques quantitatives**, vous aurez **une vision complète** du marché de la planification événementielle ainsi que ses **évolutions et tendances** pour vous aider dans vos décisions d'affaires !

Contactez-nous ! **514 832-0811**

[info@clientis.ca](mailto:info@clientis.ca) / [www.clientis.ca](http://www.clientis.ca)

**Ressour-C, mieux vivre en entreprise,**  
*des modules à intégrer à vos évènements!*