

## Essais auprès des professionnels de voyage (T4.2.1)

Afin de valider l'opérationnalité des nouvelles offres imaginées, nous avons organisé quelques tests avec des professionnels du tourisme de notre région.

### a) Test de la balade à cheval Henson

Ce test a été réalisé en février 2022 (période 5)

Les experts de l'agence Oise Tourisme ont été invités à venir tester la nouvelle offre de balade à Henson par la SPL le pôle équestre du Compiénois au cercle hippique de Compiègne.

Cette offre consiste en une balade de 2 à 3 heures, essentiellement en forêt de Compiègne. Deux choix de niveau d'équitation sont offerts : la balade « grand débutant » ou la balade « cavalier initié ». La balade inclut une dimension patrimoniale et pédagogique : la monitrice d'équitation fait office de guide et donne des informations patrimoniales au sujet de Compiègne et de sa forêt. Elle est en interaction avec les cavaliers.



**LA FORÊT DE COMPIÈGNE  
À CHEVAL HENSON**

**DÉCOUVREZ LES BEAUX-MONTS  
ENTRE NATURE ET PATRIMOINE**

Informations et réservation  
obligatoire à l'Office de Tourisme

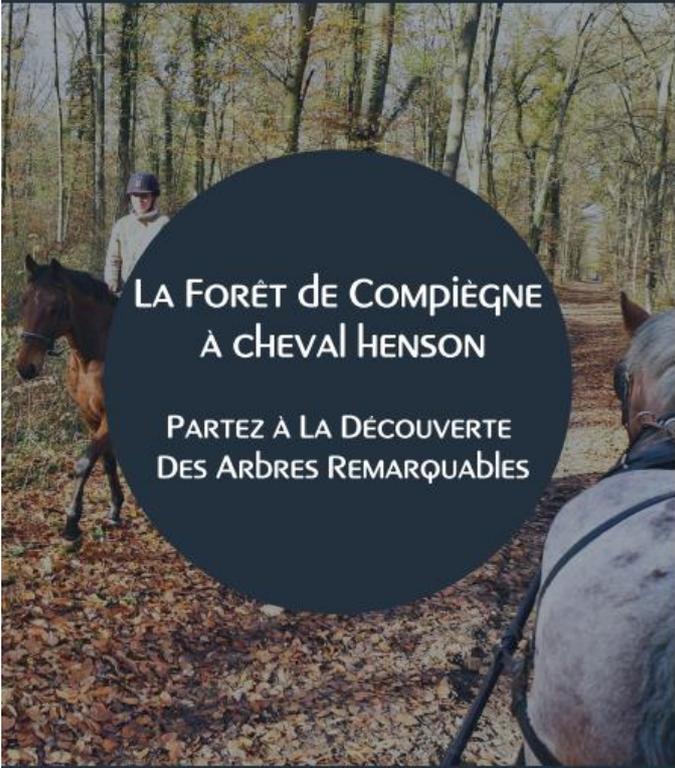
> 03.44.40.01.00  
> tourisme@agglo-compiegne.fr

Office de Tourisme  
COMPIÈGNE

ARC  
COMPIÈGNE

PÔLE  
ÉQUESTRE  
du Compiénois

interreg   
France ( Channel ) England  
EXPERIENCE



**LA FORÊT DE COMPIÈGNE  
À CHEVAL HENSON**

**PARTEZ À LA DÉCOUVERTE  
DES ARBRES REMARQUABLES**

Informations et réservation  
obligatoire à l'Office de Tourisme

> 03.44.40.01.00

office de Tourisme  
ARC  
COMPIÈGNE

interreg  
France | Channel | England  
EXPERIENCE

PÔLE  
ÉQUESTRE  
à la découverte de

Le but de ce test était de faire découvrir l'offre à l'agence Oise Tourisme afin de recueillir le retour d'expérience de l'équipe et de bénéficier du relais promotionnel. Il avait également pour objectif de bénéficier des conseils de Patrick Goas, consultant en expérience client (La fabrique à souvenir). Grâce à ce test, nous avons co-organisé de nombreux accueils presse pour cette offre<sup>1</sup> et nous avons pu mieux prendre en compte les besoins et attentes des visiteurs en hors saison : un accueil personnalisé, un besoin de connaissance patrimoniale, une offre adaptée à toute la famille...

---

<sup>1</sup> Voir Campagne de communication ciblée (T4.3.1)



#### b) Test de la balade sophro à Henson

Ce test a été réalisé le 21 avril 2022 (Période 6)

Nous avons invité des experts du marketing touristique (agence Oise Tourisme et Hauts-de-France Tourisme) à tester l'offre et à un déjeuner débriefing au cours duquel nous avons pu échanger et prendre le temps de bien comprendre les attentes des clients, leurs besoins et les facteurs clés de succès de cette nouvelle offre expérientielle en lien avec le monde équestre au cœur de la forêt domaniale notamment.

Cette offre consiste en une balade à cheval Henson en méditation pleine conscience (être totalement dans le moment présent en laissant filer ses pensées), entrecoupée d'exercices de méditation guidés par une monitrice-sophrologue diplômée.



## Sophro-balade en forêt

### Découvrez la sophrologie par le cheval...

Le cheval est un sophrologue formidable et vous permettra de vous reconnecter à vous-même et à la nature dans le cadre unique de la forêt de Compiègne.

Pendant 2h, accompagnées par une enseignante diplômée d'équitation et de sophrologie, vous aurez la possibilité de découvrir ou d'approfondir vos liens à la sophrologie et aux chevaux.

D'abord par une approche à pied, puis par une promenade dans les bois en pleine conscience. Ces séances seront ponctuées par une pause touristique autour du Château et de son parc magnifique avant de profiter un dernier instant des chevaux en liberté pour ancrer et emporter avec vous des énergies positives et réconfortantes.

**Cercle hippique du Compiégnois**  
**Avenue de l'Armistice, Compiègne**

**Samedis 10 et 24 septembre et 1er octobre 2022,**  
**de 16h30 à 18h30**



**Informations et réservation obligatoire à l'Office de Tourisme**

> 03.44.40.01.00  
> [tourisme@agglom-compiegne.fr](mailto:tourisme@agglom-compiegne.fr)



*Document de communication pour le grand public*

Nous avons fait tester l'offre notamment à Mathilde Roux, chargée de mission Tendances sociétales – Recherche et Développement au Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, Hélène Reitzbaum, responsable communication du Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, Jean-Philippe Gold, directeur du Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, Marie Audierne, chargée de communication à l'agence Oise Tourisme, Chrystelle Fèvre, directrice adjointe de l'agence Oise Tourisme et Giuliano Zitoli, conseiller en séjour de l'Office de Tourisme de Compiègne.



*Brief*



*Balade en pleine conscience*



*Dernier exercice de méditation*

L'idée de ce test, était de recueillir les bonnes pratiques à mettre en place pour que l'offre soit en adéquation avec les attentes de visiteurs et génère du chiffre d'affaires auprès de l'entreprise qui la

commercialise (SPL le pôle équestre du Compiégnois). Un questionnaire portant sur l'expérience client, les 4P du marketing et la dimension émotionnelle a donc été créé<sup>2</sup> et un échange à l'issue de la remise ce questionnaire s'est déroulé lors du déjeuner.

Globalement, ce test a permis de déterminer un prix de vente adapté au marché, d'avoir des clés de communication en fonction des différentes cibles de clientèle, de définir la distribution de l'offre et d'améliorer les points logistiques affectant l'expérience client.

### c) Test de produit : balade sophro en Henson par un tour-opérateur Chinois

Ce test s'est déroulé le 22 juillet 2022. (Période 6)

Grâce au premier test effectué par le Comité régional du tourisme des Hauts-de-France, un tour-opérateur chinois, Shunda Travel, est venu tester cette offre dans le cadre de son programme d'eductour dans la Région Hauts-de-France, orchestré par Ruying Wang, Business Manager du Comité régional du tourisme.

Ce test a permis de rendre l'offre adaptée aux spécificités culturelles de la clientèle chinoise.



*Brief*

---

<sup>2</sup> Questionnaire en annexe



*Séance d'Equithérapie*

d) [Test de produit : à la découverte des plantes naturelles comestibles](#)

Ce test a été réalisé le 2 mai 2022 (période 6)

En amont de la planification de cette offre assez atypique et innovante, l'équipe de conseillers en séjour de l'Office de Tourisme de l'ARC a participé à un test de cette offre. Le but était de pouvoir avoir une idée précise du déroulé de la sortie et des expériences que vivraient les visiteurs afin notamment de la promouvoir et de pouvoir rassurer les participants au besoin.

La sortie consiste en une petite balade dans un coin de forêt relativement riche en plantes comestibles. Le guide présente au fil de la balade les différentes plantes croisées en chemin et remet un carnet de recettes intégrant les plantes abordées lors de la sortie.

# À LA DÉCOUVERTE DES PLANTES COMESTIBLES

La forêt est un lieu magique qui regorge de surprises ! Savez-vous qu'elle possède de nombreuses plantes naturelles pour se soigner et pour manger ?

À l'issue de cette sortie, les participants pourront identifier quelques plantes à utiliser en cuisine. Un livret de recettes leur sera remis à l'issue de la prestation.

**RENDEZ-VOUS À L'HERMITAGE**  
17 RUE DE L'HERMITAGE, AUTRÈCHES

**SAMÉDIS 9, 30 JUILLET ET 6 AOÛT, DE 14H30 À 16H30**

Chaussures de marches, vêtements longs (chevilles, bras, jambes couverts). Vêtements clairs. À partir de 7 ans.

**14€**  
par personne

**Réservations obligatoires**

Office de Tourisme de l'Agglomération de Compiègne	Office de Tourisme Pierrefonds, Lisières de l'Oise
> 03.44.40.01.00	> 03.44.42.81.44





*Document de communication*

Ce test a permis d'avoir connaissance des différentes plantes comestibles présentées, de comprendre concrètement le déroulé de la sortie à destination des visiteurs et apporter des préconisations au guide nature pour enrichir l'expérience client.



*Présentation d'une plante comestible*



*Plante comestible*

### e) Test de la séance de Yoga

Ce test a été réalisé fin avril 2022 (période 6)

Une séance de Yoga a été organisée pour que les employés du Taim' Hotel \*\*\*\*, qui a une capacité d'hébergement de 80 chambres et un taux d'occupation élevé le week-end, puissent devenir les ambassadeurs de cette offre.

Les séances de Yoga, imaginées dans le cadre du projet, ont été pensées pour être un vecteur de découverte patrimoniale : le but était de proposer aux visiteurs une séance de yoga dans un lieu ayant une Histoire et de donner leur donner envie de découvrir un lieu patrimonial emblématique de Compiègne.

**Yoga au Cloître Saint-Corneille**  
**Vivez une expérience de zenitude**

Découvrez la pratique du Yoga au cœur d'un édifice emblématique de Compiègne. Le Jardin du Cloître Saint-Corneille vous ouvre ses portes pour vous initier à cette pratique millénaire accessible à tous. Inspirez et expirez à l'endroit même où les Chanoines méditaient...

Alliant postures, étirements et respirations profondes, le Hatha Yoga consiste en des enchaînements plus ou moins dynamiques, avec un travail d'ancrage et musculaire complet.

**Dans le Jardin du Cloître Saint-Corneille**  
**Entrée rue Saint-Corneille, Compiègne**

**Dimanches 8 et 22 mai, de 11h à 12h30**

Pensez à apporter un tapis ou un plaid et terminez votre immersion relaxante par une visite libre du musée. En cas de pluie, la séance se déroulera dans la galerie Ouest du musée du Cloître.

**15€**

**Informations et réservation**  
**obligatoire à l'Office de Tourisme**

> 03.44.40.01.00  
> [tourisme@agglo-compiegne.fr](mailto:tourisme@agglo-compiegne.fr)

Cette séance test a permis à l'équipe du T'Aim Hôtel de poser toutes les questions logistiques à la professeure de Yoga et d'avoir connaissance de l'ensemble des éléments nécessaires à la présentation et au relais de promotion de cette offre auprès de leurs clients.



*Equipe du Taim' Hotel après le test*

## Annexes

T.4.2.1 : questionnaires remplis pour le test de la sophro-balade à henson

**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : Marie-Sophie.....

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Apaisement, douceur
Quel est le moment que vous avez préféré ?	Bain de soleil ds le Poddock
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	Complémentarité Bien-être et contact animal
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	JNSP
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Hébergement = zen =
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	Oui
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Parfait pour le thème
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Très agréable
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	"
Qu'auriez-vous fait différemment ?	+ inciter les participants à chercher le moment = calme =
Un petit plus à suggérer ?	Tout était parfait

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	80 €/pers
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	80 €/pers
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	90€ pour 1 binôme
Quel serait le prix d'appel ?	60 € /pers
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	120 €/pers
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	Céline Chevreux photo Arbaud
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Crilowé ds 1 package
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	yes
Le Parking était-il facile d'accès ?	yes
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	yes



**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : NATHALIE RAOX

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	fierté / dépassement (peur)
Quel est le moment que vous avez préféré ?	la pause contemplative
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	le triptyque "Homme - Animal - Nature".
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	pas à ma connaissance or pas dans ce cadre
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Séjour sensoriel, séjour "gîte de sci"
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	+30 min (mais ici c'était une initiation)
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Très bien malgré les contraintes "interdit cavalier"
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Bien
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Super ! Une vraie sensation/mouvement
Qu'auriez-vous fait différemment ?	
Un petit plus à suggérer ?	Approfondir l'écrite des sens de la matière (au moment de la pause notamment)

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	100 à 200 € pour 2. (1h30 à 2h)
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	à déterminer selon le type d'accompagnement
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	faire un tarif duo parent-enfant.
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	80 € / pers.
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	Perspective + pratique
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	Selon la cible
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Plateforme nasa en ligne
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	Oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Très bien



**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : ..... *Christelle FEURE Aix Tourisme* .....

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	<i>jeu nature + animal.</i>
Quel est le moment que vous avez préféré ?	<i>balade à cheval</i>
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	<i>le cheval</i>
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	<i>non à priori</i>
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	<i>en offre WE <del>avec</del> en <sup>avec</sup> Picardie</i>
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	<i>oui</i>
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	<i>TB</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	<i>TB</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	<i>TB</i>
Qu'auriez-vous fait différemment ?	<i>rien</i>
Un petit plus à suggérer ?	<i>une à 2 pauses de + avec commentaires historiques pr 1 public touristique</i>

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40€ - 50€
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	<del>40€</del> idem
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	180 euros - 150
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	60€ / pers.
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	1 calin avec 1 cheval sur la place des Beaux Arts
1 slogan ?	l'auzen à cheval
1 storytelling ?	reconnaitre avec son corps + image cheval
1 mot à inclure dans le titre ?	balade à cheval zen
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Les hébergements
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	oui
Les consignes de Laetitia étaient-elles claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	oui. parfait TB très pédagogique

**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : ..... *Giuliano ZITOLI* .....

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	<i>Bien-être</i>
Quel est le moment que vous avez préféré ?	<i>Le cabin avec le cheval</i>
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	<i>Le contact direct avec le cheval et la nature</i>
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	<i>?</i>
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	<i>Visite du Château</i>
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	<i>Oui</i>
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	<i>Possibile</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	<i>Apaisante</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	<i>Rassurante</i>
Qu'auriez-vous fait différemment ?	<i>/</i>
Un petit plus à suggérer ?	<i>/</i>

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40 à 80 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	30 à 50 €
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	20 à 40 €
Quel serait le prix d'appel ?	40 €
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	80 €
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	L'homme les yeux fermés face au cheval sur l'Allee des Bessomp-Mans
1 slogan ?	A cheval sa nous calme...
1 storytelling ?	Venez vous ressourcer et vous retrouver grâce au cheval -
1 mot à inclure dans le titre ?	Quiétude
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	Oui facile
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Laetitia était très claire, rassurante, très agréable -

**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : ..... **JP Gold** .....

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	sérénité, relaxation
Quel est le moment que vous avez préféré ?	la fin de la randonnée
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	la personnalité de l'activité l'alliance entre cheval, maître, nature
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	pas à ma connaissance
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	hébergement de charme avec activités
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	oui
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	super
Qu'auriez-vous fait différemment ?	—
Un petit plus à suggérer ?	—

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	150 à 200 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	150 € / per
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	60 à 80
Quel serait le prix d'appel ?	60
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	-
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	Alice a été photographiée
1 slogan ?	déconstruite équilibrée et forte
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	plateforme esprit haute sé france.com
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	simple et facile
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elles claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	parfait.

**VISIOCONFERENCE DU 21/04/22**

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : ..... MARIE AODIERNE .....

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Apaisement
Quel est le moment que vous avez préféré ?	La balade
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	l'accompagnement ANIMÉ
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	NON
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	visite château de Compiègne
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	OUI
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Très bien
Qu'auriez-vous fait différemment ?	rien
Un petit plus à suggérer ?	

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	40 €
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	30 €
Quel serait le prix d'appel ?	30 €
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	60 €
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	Manson + beaux mots
1 slogan ?	
1 storytelling ?	thérapie, nature, animal
1 mot à inclure dans le titre ?	conscience
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	web
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Oui, très bien



VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET  
 EXPERIENCE**

**MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles**

**Mode d'emploi :**

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : Hélène Reitzgen

Questions	Réponses
<b>Emotions</b>	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Recueillement - sérénité
Quel est le moment que vous avez préféré ?	Le contact avec le cheval
<b>Veille / Benchmarking</b>	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	Justement cette interaction avec l'animal dans un cadre familial, avec un guide sophro.
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	je l'ignore.
<b>Marketing Produit</b>	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Balade à cheval + sophro = combinaison suffisante
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	Pourrait durer 3h.
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Intéressant avec la perspective sur l'ancien des Beaux-Orts
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Bienvenue, contact différent en fait
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Trop courte !
Qu'auriez-vous fait différemment ?	
Un petit plus à suggérer ?	

<b>Marketing prix</b>	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	30 € / personne
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	idem .
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	20 € / adulte 5-10 € / enfant max
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	
<b>Marketing promotion</b>	
1 image de visuel en particulier ?	Couple à cheval en forêt
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	Ballade - Sophro - Nature
<b>Marketing place</b>	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Réseaux sociaux / Site de l'OT.
<b>Avis logistique</b>	
L'accès était-il accessible ?	oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Peut-être davantage insister sur le rapport à l'animal et les soins à recevoir.