

De l'or blanc...

...aux clients en or !



Val Thorens



Val Thorens : carte d'identité

_Création 1971

_26 000 Lits touristiques

_2 Millions nuitées



World's
Best Ski Resort

_30% clients FR

_70% clients Etrangers

_80% de remplissage / hiver

L'innovation à travers une stratégie de marketing intégré

VISION

À Val Thorens, nous sommes convaincus que la station de montagne de demain sera celle qui saura élever son niveau d'excellence & qui saura créer et partager des liens uniques et vivants entre ses clients, ses habitants et son environnement.

1

RATIONNEL

- Intégrer les data au cœur de la stratégie marketing et commerciale
- Objectif : **Efficacité**

2

EMOTIONNEL

- Designer des expériences spécifiques à la marque et singulariser sa relation
- Objectif : **Préférence**



**VAL THO
LAB**

Pourquoi innover quand tout va bien ?



« La meilleure façon d'anticiper l'avenir est de le créer »

METTRE LES CLIENTS AU CŒUR DE
NOTRE MARQUE

&

METTRE NOTRE MARQUE AU CENTRE DE
LEUR COEUR



**VAL THO
LAB**

La marque comme outil de développement stratégique



Val Thorens



**VAL THO
LAB**

AVANT

PENDANT

CRM : source de valeur ajoutée

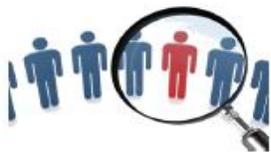


- Maximiser l'expérience du client
- Mettre en avant les offres des partenaires acteurs
- Fidéliser
- Mieux connaître les comportements et parcours clients

- Ecoles de ski
- Centre sportif
- Remontées mécaniques
- Centrale de réservation
- Parkings
- Office de Tourisme



431 969 Contacts dé-doublonnés
 112 140 @mails valides
 166 131 séjours reconstitués



Connaissance client

CYCLE RELATIONNEL ANNUEL

EVENEMENTS – COULISSES – CONSEILS – ACTIVITE – INFORMATION



289 campagnes

1 336 218 @mails envoyés

128 868 cibles (SMS / @)



Avantages & Exclusivités CARTE

- Centre sportif
- Remontées mécaniques
- Centrale de réservation
- Parkings
- Office de Tourisme

- Commerçants
 - Hébergeurs
 - ...
- Partenaires
Alimentent les offres & incentives



PLATE FORME

Offres partenaires
Partages expériences

CYCLE RELATIONNEL SEJOUR

INFORMATION – BONS PLANS – METEO – INFO ROUTE – APPLICATION



51 714 @mails envoyés

10 665 SMS

APRES

Si client en séjour: SUSPENDU
Si client hors séjour : CONTINU



L'Expérience client : la stratégie en action

Enquêtes
Qualitatives

Définition
des
personae

Audit du
parcours
client

Actions
Correctives

Formations
sur mesure

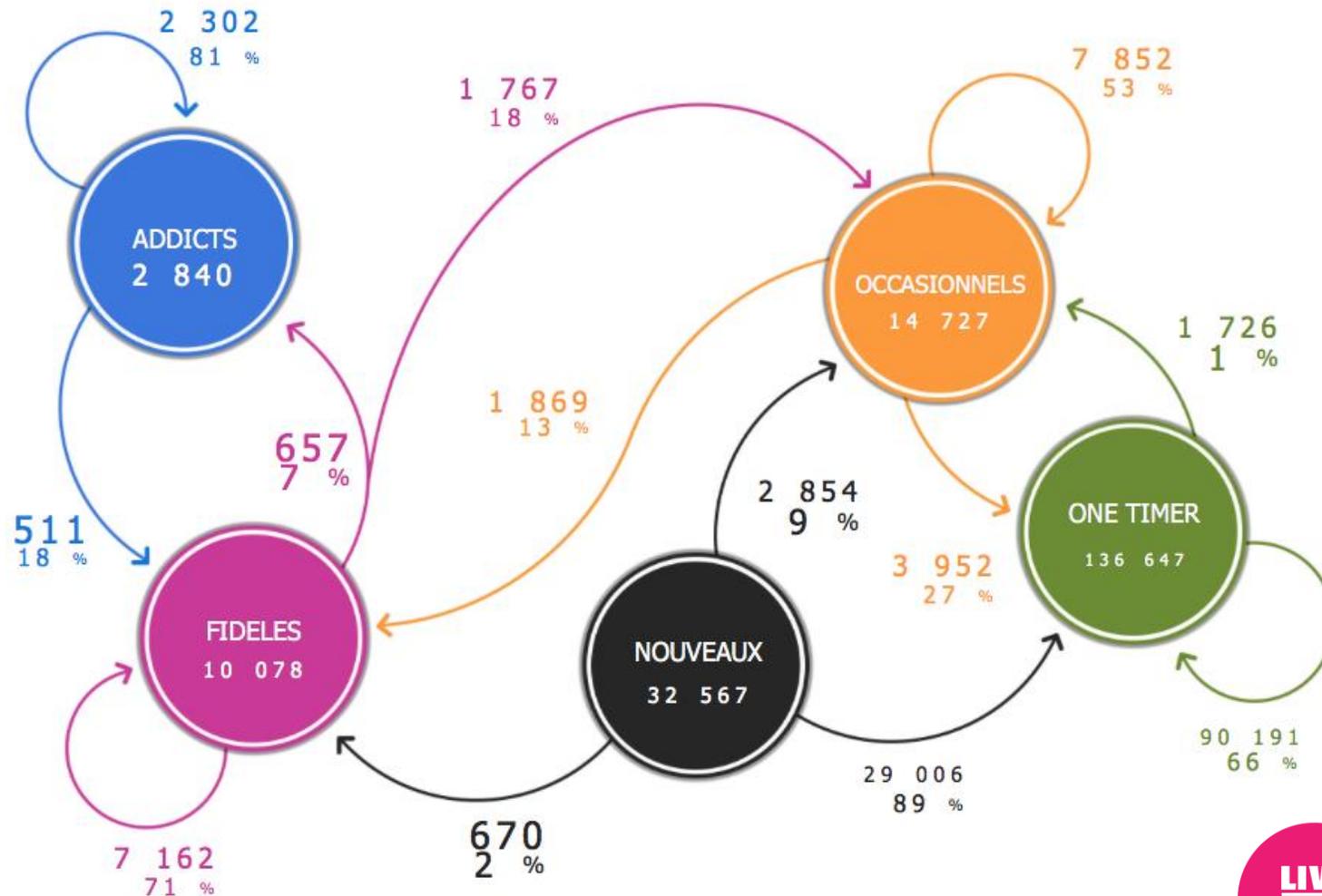
Mise en
œuvre des
expériences



Résultats et perspectives

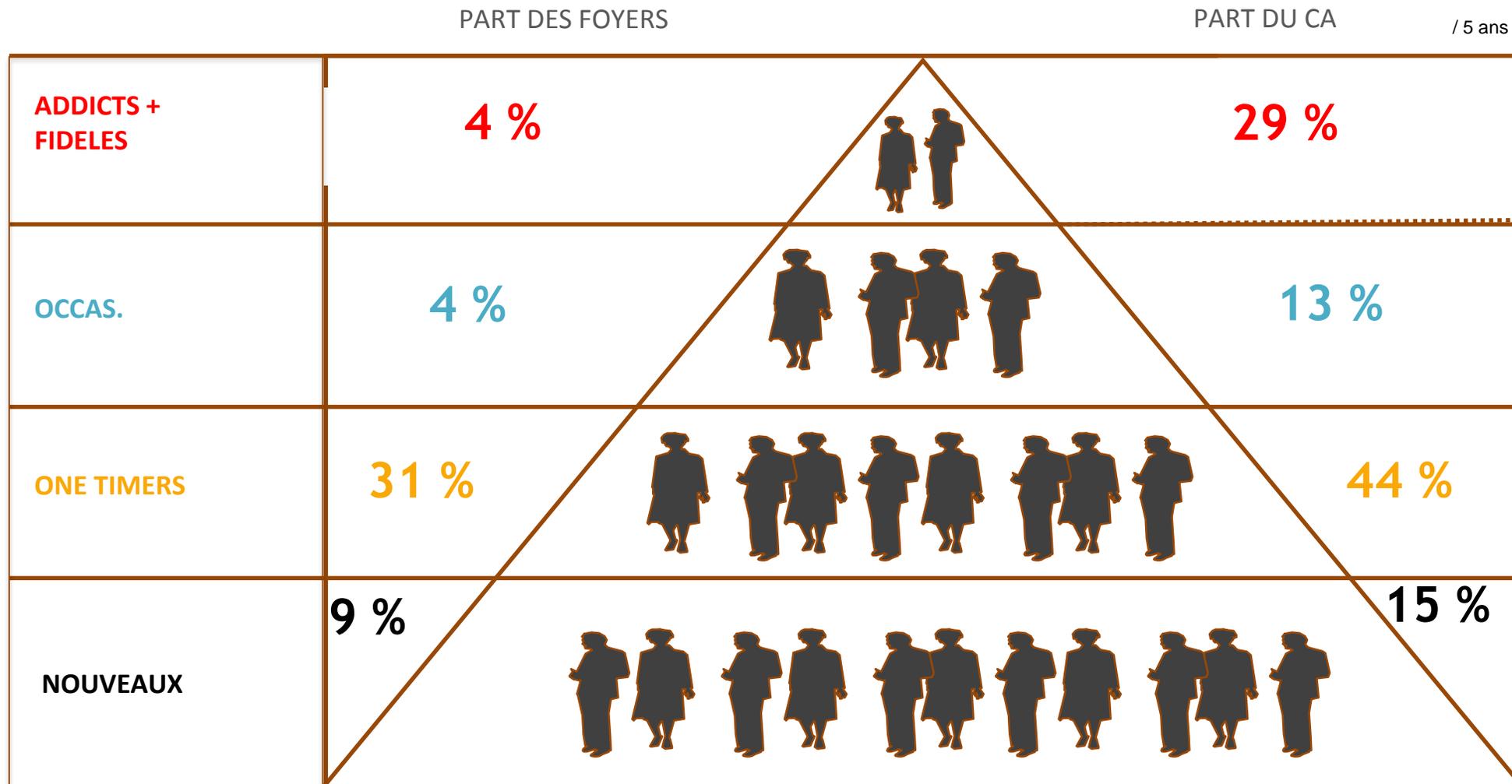


Une connaissance client plus fine

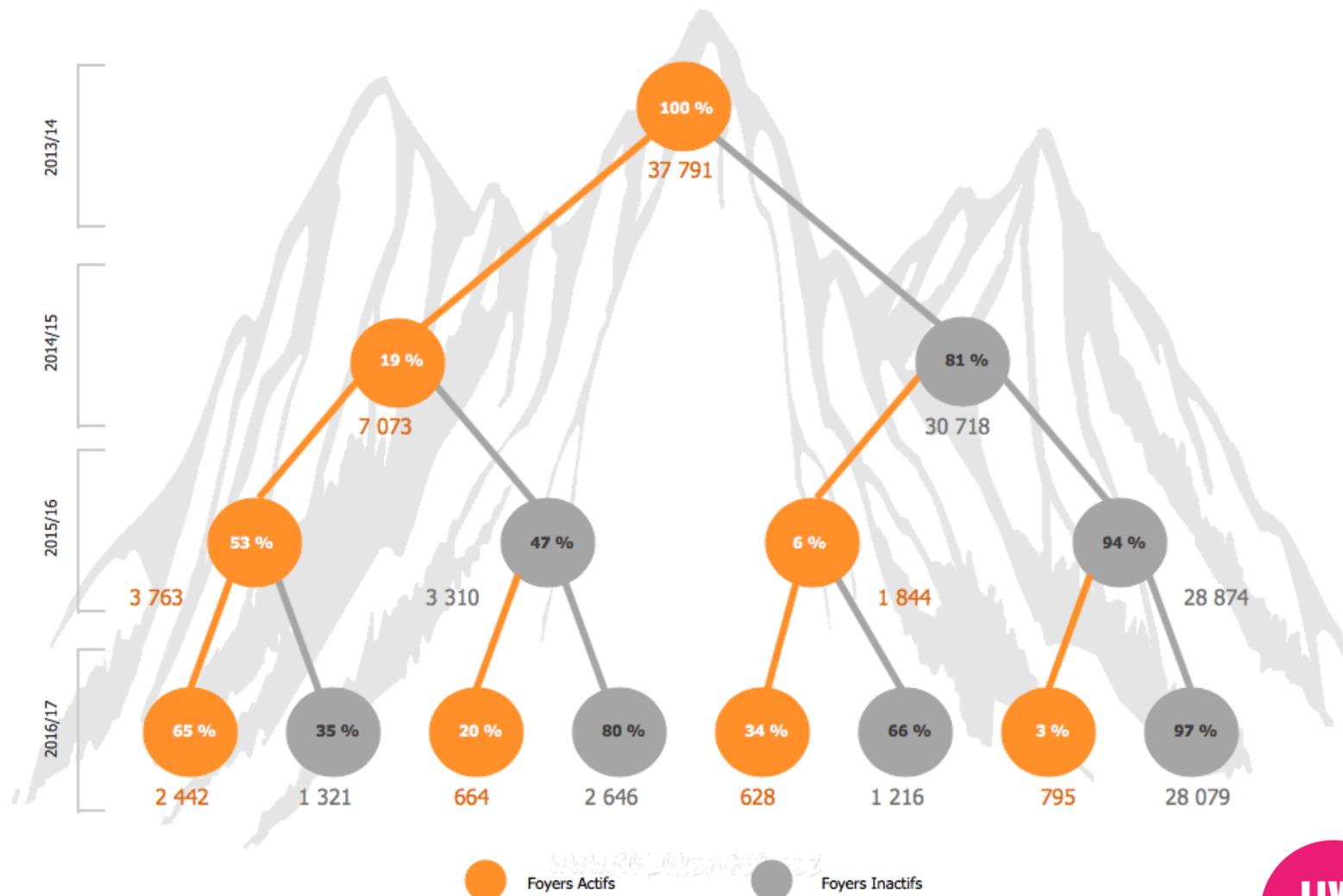


**VAL THO
LAB**

Des chiffres d'affaires par segments



L'arbre de fidélité



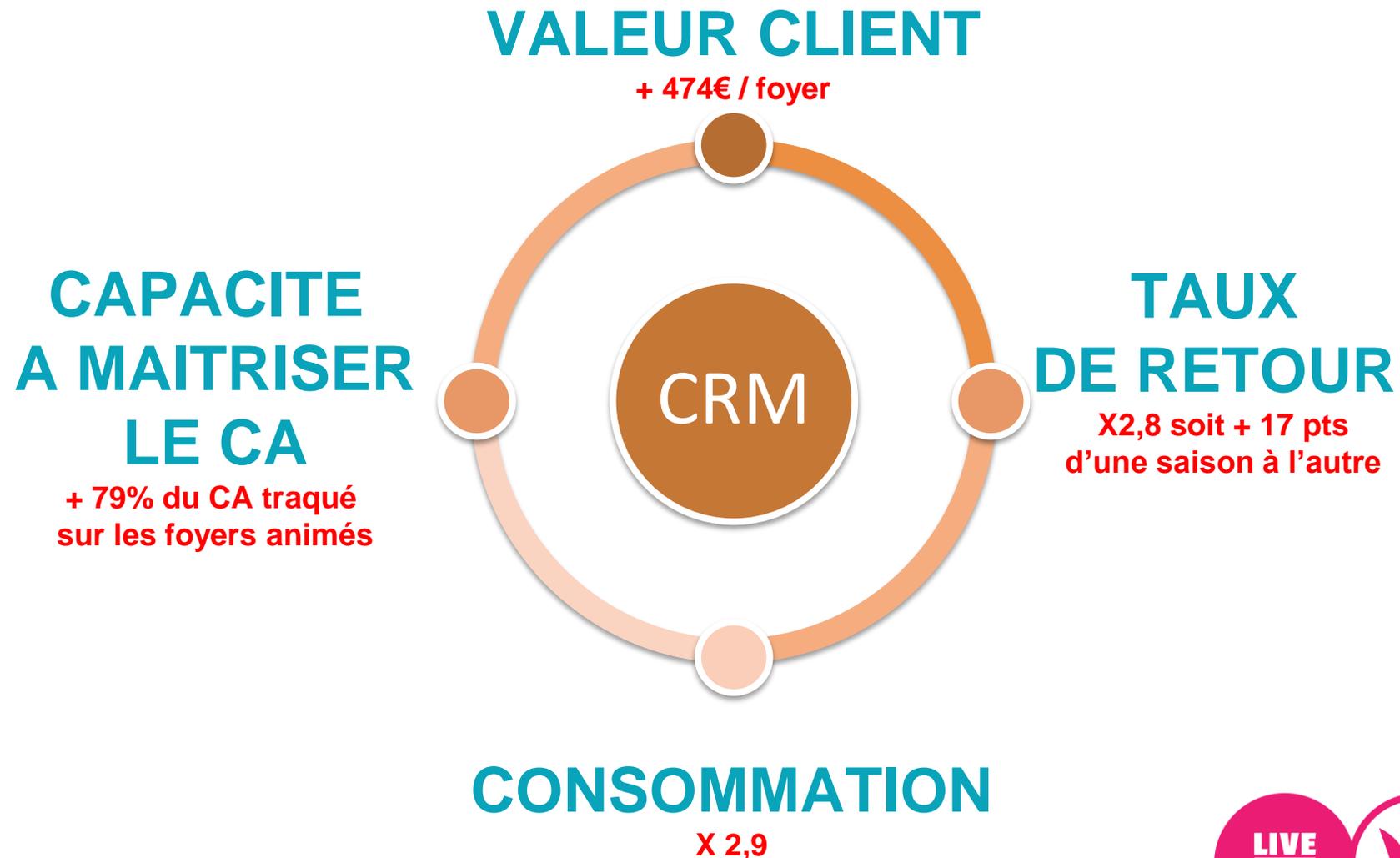
Foyers Actifs

Foyers Inactifs



**VAL THO
LAB**

De l'or blanc aux clients en or...



**VAL THO
LAB**

Quel ROI pour cette démarche ?

_Investissement : 250 000 €

_Salaires : 250 000 €

_Fonctionnement : 250 000 €

_CA supplémentaire / 5 ans
= 41 000 000 €

Ratio : X55



A photograph taken from the perspective of someone on a ski lift. Two women are seated in the foreground, their backs to the camera. They are looking out over a vast, snow-covered mountain range under a clear blue sky. The ski lift's metal frame is visible in the foreground, framing the scene. The woman on the left has dark hair, and the woman on the right has blonde hair styled in a braid. They are wearing winter jackets. The background shows a wide expanse of snow-covered slopes and distant mountain peaks.

Merci,

« Ensemble, nous pouvons bouger les montagnes ! »