

Été 2021

REPRISE DU TOURISME ET STRATÉGIE DE COMMUNICATION

La publicité digitale programmatique, clé pour toucher les touristes de dernière minute ?

Proposition de réaction et d'éclairage de Gamned!

À Paris, le 10 juin 2021 - À travers la récente annonce d'un « plan de reconquête tourisme », Emmanuel Macron incite les français à réserver leurs vacances en Hexagone. De quoi convaincre les derniers réticents. L'avancée de la campagne vaccinale aura cependant un rôle important dans cette reprise, imposant aux acteurs du tourisme une certaine agilité dans leur communication. Le défi sera de toucher les vacanciers de dernière minute, en fonction des taux de remplissage de chaque établissement. En ce sens, la publicité programmatique est un levier clé.

Dans ce contexte, Chloé Six-Latapie, Directrice Commerciale chez Gamned! - entreprise de publicité digitale pionnière en programmatique - se tient disponible pour tout commentaire.

- Déconfinement et tourisme : quelle stratégie digitale pour un ciblage adapté ?
- Comment cibler les touristes de dernière minute via des campagnes agiles ?
- Quels messages pour (ré)attirer les touristes et les rassurer quant au respect du protocole sanitaire en cet été 2021 ?
- Marquer les esprits en centrant ses messages sur le rêve et l'évasion : une nouvelle priorité donnée au Branding en sortie de crise ?
- Adapter sa communication selon son taux de remplissage, quels leviers publicitaires digitaux ?
- ...

« Alors que 68% des français attendent le dernier moment pour organiser leur séjour¹, le programmatique apparaît comme la réponse idéale pour qualifier ces audiences et créer des dispositifs performants et agiles. Le tourisme est une verticale forte chez Gamned! et nous ressentons une importante dynamique de communication sur le secteur ces dernières semaines, notamment via des lancements express de campagnes ciblées et de nouveaux dispositifs de Branding. » explique Chloé Six-Latapie, Directrice Commerciale chez Gamned!