



ool life.com

1. Identification de marché .

1.

2. Identification des clients (segmentation)/ Verifier auprès des clients l'attent des produits et services.

4. Concurents.

5. Definir strategie commerciale ( moyen marketing et commercieux)



# Le marché envisagé

- Marché de tourisme – sport – loisire





# Identification des clients (segmentation) :

Touristes



Famille



Etudiants

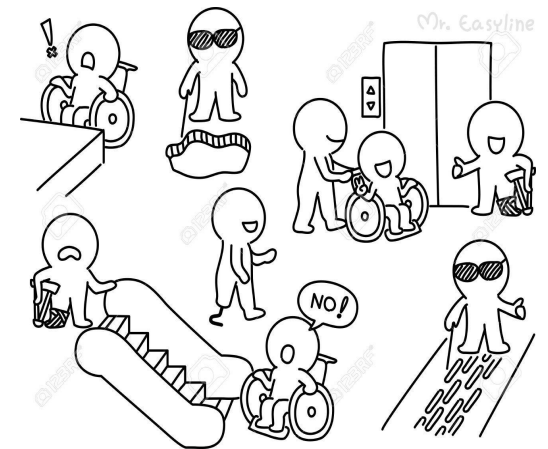
Personnes âgées



Jeunes



Personnes handicapées



# Concurents



- **Tripadvisor** - un site web qui offre des avis et des conseils touristiques, émanant de consommateurs sur des hôtels, restaurants, villes et régions, lieux de loisirs. Présente dans 45 pays. Plus de 315 millions de visiteurs chaque mois. Plus de 500 millions d'avis.



**Travelocity** - un site web qui offre des avis et des conseils touristiques.



**Google** (maps, loisir,)



**Booking** - Fondée en 1996 à Amsterdam. L'une des sociétés de voyage en ligne les plus renommées à travers le monde. Fait partie du Priceline Group (NASDAQ) et emploie plus de 15 000 personnes dans 204 bureaux répartis dans 70 pays.



# Strategie commerciale

## Moyen marketing et commercieux

-