

Stratégie Growth hacking

(Basée sur le modèle « AARRR »)

Grâce aux personas on a élaboré une stratégie de Growth Hacking alignée sur les besoins de notre marché cible. De plus, les objectifs SMART et KPI permettent à cette stratégie de pouvoir être mesurée de manière efficace.

Acquisition :

- Utiliser les centres d'intérêt pour cibler les publicités sur Facebook et Instagram
- Proposer des offres spéciales
- Collaborer avec des influenceurs Instagram et YouTube qui partagent les mêmes centres d'intérêt que nos cibles

Activation :

- Améliorer l'interface du site (plus simple et intuitive pour faciliter la planification et la personnalisation des voyages)
- Proposer un outil de recherche efficaces pour trouver les lieux de tournages
- UX personnalisée (offres de voyages spécifiques en fonction des centres d'intérêt)

Rétention :

- Newsletters régulières (informer les clients des dernières offres et des nouvelles destinations de voyage)

Interagir :

- Encourager les clients à laisser des commentaires et des avis sur le site et les réseaux sociaux de l'agence, à partager leurs expériences de voyage avec d'autres utilisateurs
- Les remercier et leur répondre rapidement

Recommandation :

- UGC (témoignages positifs, photos des voyages des clients)
- Collaboration pour obtenir des backlinks (en échange de contenu sur les destinations de tournage de films et séries)

Revenu :

- Offres de voyages spéciales pour les clients fidèles de l'agence (réduction sur le prochain voyage)
- Packs de voyage à des prix attractifs avec des itinéraires spécifiques pour les centres d'intérêt (cinéma, sport, photographie et gastronomie)