

CHÂTEAU DE VULLIERENS

Transformer l'expérience des visiteurs grâce à une meilleure collecte de données



LE PROJET EN BREF

Besoin

- Mieux comprendre les caractéristiques socio-démographiques des visiteurs afin d'améliorer l'offre

Solution

- Définition des profils cibles et du parcours du client
- Mise en œuvre de systèmes de collecte de données
- Stratégies de communication améliorées pour l'achat de billets
- Mise en place d'un système de comptage des visiteurs
- Analyse des données et recommandations initiales

Avantages

- Feuille de route et cadre pour l'élaboration d'une stratégie globale en matière de données

CONTEXTE

Le Château de Vullierens est un vaste domaine situé dans le canton de Vaud, qui ouvre ses jardins aux visiteurs de Pâques jusqu'à la fin octobre. Les invités peuvent explorer une variété d'expositions florales. Les jardins présentent également une collection de sculptures, des promenades à thème et des sentiers conçus pour les enfants. Les visiteurs peuvent déguster des vins locaux et parcourir la boutique pour acheter des souvenirs. Des événements spéciaux sont également régulièrement organisés tout au long de la saison.

DÉFIS

Le Château de Vullierens souhaitait améliorer sa stratégie de ciblage des visiteurs et enrichir ses offres en obtenant une meilleure compréhension de sa clientèle. Les objectifs-clés comprenaient:

- **Collecte de données** : Mise en place de solutions pour recueillir automatiquement des données auprès des visiteurs sans ajouter de tâches supplémentaires au personnel sur place, en particulier pendant les périodes de pointe.
- **Analyse des visiteurs** : Analyser les données recueillies afin d'identifier des tendances et des schémas qui peuvent éclairer les stratégies marketing et améliorer l'expérience des visiteurs.
- **Développement hors saison** : Utiliser les informations pour promouvoir les saisons moins fréquentées et offrir des produits diversifiés, augmentant ainsi la fréquentation globale et améliorant l'expérience des visiteurs tout au long de l'année.

RÉSULTATS

• Définition des visiteurs-cibles et du parcours client

L'EHL et l'équipe ont créé des personas détaillés des visiteurs, permettant de mieux comprendre les différents segments du public et les parcours typiques de ces visiteurs sur le domaine.

• Analyse des données existantes

L'équipe de l'EHL a mené une analyse approfondie des données déjà disponibles durant la saison 2024, fournissant des informations riches sur les profils des visiteurs.

• Identification d'outils de collecte de données

L'EHL et l'équipe ont exploré diverses stratégies pour recueillir des données supplémentaires auprès des visiteurs.

• Recommandation d'un cadre de stratégie de collecte de données

Un plan d'action détaillé et une stratégie de collecte de données devront être établis pour tirer pleinement parti des connaissances acquises et améliorer l'expérience des visiteurs.



Service de la promotion
de l'économie et de
l'innovation (SPEI)

