

Le MOUNTAIN TRAVEL CONSUMER

UNE AUDIENCE A PORTÉE DE CLICS

La famille Mercier

Deux enfants
Domiciliés à : Lyon
Revenu annuel : > 170 000 €
Principaux canaux d'accès :
Smartphone, ordinateur
portable, tablette





Un mode de vie haut de gamme

Connaître et comprendre le Mountain Travel Consumer (MTC) est essentiel pour toute marque souhaitant atteindre une audience active et attractive tout au long de l'année – qu'il s'agisse de citadins ayant un projet de vacances au ski dans les Alpes, d'un groupe d'amis en phase d'organisation d'un séjour glisse ou bien encore d'un couple souhaitant profiter des joies de la montagne le temps d'un week-end.

Mode de vie, habitudes de consommation, préférences et pratiques... nous pouvons vous faire bénéficier d'une connaissance détaillée de notre audience

Grâce à nos longues années d'expérience en marketing et à l'analyse de nos 29 millions de visiteurs uniques, nous disposons d'une vision détaillée de la démographie, de la psychographie, de la fréquence et des modes d'utilisation des médias ainsi que du comportement d'achat des MTC – y compris sur des marchés locaux tels que les préférences des vacanciers allemands dans les Alpes, et ce, quel que soit leur âge ou leur statut familial. Le MTC est exigeant, il est attiré par des offres exclusives et se fie aux applications numériques et mobiles pour planifier ses voyages. Il consulte tout au long de l'année des contenus en rapport avec ses futurs voyages en corrélation avec ses habitudes de consommation.

[Contactez-nous](#)



Plaisir, découverte, action

Contactez-nous

Le nombre des fans de montagne, de VTT et de ski recourant aux offres d'informations numériques est en augmentation constante, aussi, le potentiel de la médiatisation numérique est plus important que jamais. Pour comprendre le profil du Mountain Travel Consumer, il faut avant tout tenir compte de ses habitudes et préférences personnelles. Un exemple :

La famille Mercier : elle dispose d'un revenu annuel supérieur à 170 000 €, possède une maison individuelle confortable et a une nette préférence pour les grandes marques. .

Le mode de vie des Mercier reflète leur grand intérêt pour des produits de qualité. Ils sont sensibles aux marques et partagent leurs expériences et recommandations avec leurs amis via les réseaux sociaux.

La famille Mercier apprécie les vacances en plein air. Pour planifier une semaine de ski, Monsieur Mercier vérifie les conditions d'enneigement dans différentes stations autrichiennes, italiennes et françaises plusieurs semaines à l'avance, sur son smartphone. Les Mercier réservent leurs voyages en ligne.

Ils dépensent plus de 5 000 € par an pour leurs vacances d'hiver et, comme 68% des MTC français, passent plus de 8 jours par an au ski.'

Nos très fines analyses de données aident ainsi les entreprises souhaitant mettre en œuvre une stratégie de communication à comprendre les valeurs, les modes et habitudes de consommation et les motivations de ce groupe cible que représentent les MTC. Une stratégie de communication ciblée augmente l'efficacité des actions publicitaires à long terme.

En observant le comportement des Mountain Travel Consumers durant leur séjour en montagne, on constate que leurs intérêts vont bien au-delà des activités en plein air d'hiver et d'été. Les MTC se distinguent par un fort pouvoir d'achat et une grande propension à la consommation.

Un hébergement haut de gamme

En quête d'hébergement, les MTC optent pour un appartement de vacances ou, dans de nombreux cas, pour un séjour à l'hôtel. 76% des MTC s'intéressent aux offres des structures touristiques et planifient leurs voyages moins de deux mois avant leur date d'arrivée

Une cuisine raffinée

Les plaisirs du palais jouent également un rôle important durant les séjours au ski des MTC, qui s'informent de la présence de grands restaurants dans la leur région de villégiature.

Shopping de luxe

Outre les sports d'hiver, le shopping est une activité très appréciée sur le lieu de vacances. Les MTC font preuve d'une grande loyauté vis-à-vis des grandes marques et des produits de qualité.

Les responsables marketing peuvent atteindre les MTC de manière ciblée durant la planification de leurs vacances et durant tout au long de celles-ci.

Les appareils numériques et mobiles accompagnent le Mountain Travel Consumer en permanence. Les Mercier sont, par exemple, susceptibles de réagir positivement à une campagne publicitaire et à finaliser en ligne leur projet de séjour au ski. Un message ciblé à leur intention pourra également les convaincre d'acheter leurs forfaits de ski directement depuis leur mobile. La confiance portée aux applications mobiles et le désir de profiter des activités proposées sur le lieu de vacances sont des atouts pour les annonceurs qui peuvent ainsi atteindre les MTC sur leurs appareils mobiles au moment adéquat.



La communication mobile offre de nombreux points d'interaction avec le **Mountain Travel Consumer**



Atteindre les MTC et les insister à passer à l'action

Contactez-nous

Les Mountain Travel Consumers forment un groupe cible très varié mais partageant un point commun : des revenus supérieurs à la moyenne qui leur permettent de mener le mode de vie souhaité. Nous sommes en mesure de vous aider à utiliser de manière optimale le fort pouvoir d'achat et la propension à la consommation des MTC pour augmenter le ROI de vos actions marketing – avec un ciblage ultra précis, par le biais de multiples canaux.

Les contenus numériques connaissent une consultation croissante qui s'accompagne d'une augmentation des offres de « mountain lifestyle » en ligne. Les annonceurs ont ainsi la possibilité d'atteindre leur groupe cible par tous les canaux pertinents.

Publicités ciblées en ligne

Cultivé et motivé : le MTC s'informe avant d'acheter – ce qui augmente les chances de l'atteindre avec une publicité ultra ciblée.



Médias sociaux

Outre les évaluations et recommandations qui abondent sur Internet, les MTC se fient aux médias sociaux pour s'informer sur les produits et services avant d'effectuer leurs achats. Du pain béni pour les marques car des familles comme les Mercier ne se contentent pas de se renseigner sur les produits qui les intéressent, ils les partagent également sur les réseaux sociaux.

Publicités mobiles

De la recherche d'un prix de billet d'avion aux horaires d'ouverture du magasin le plus proche, les MTC recourent aux applications mobiles pour tous leurs intérêts particuliers. Le recours à une publicité ciblée pour les utilisateurs de smartphone permet d'éveiller l'attention du consommateur au moment adéquat.



Des données sur mesure

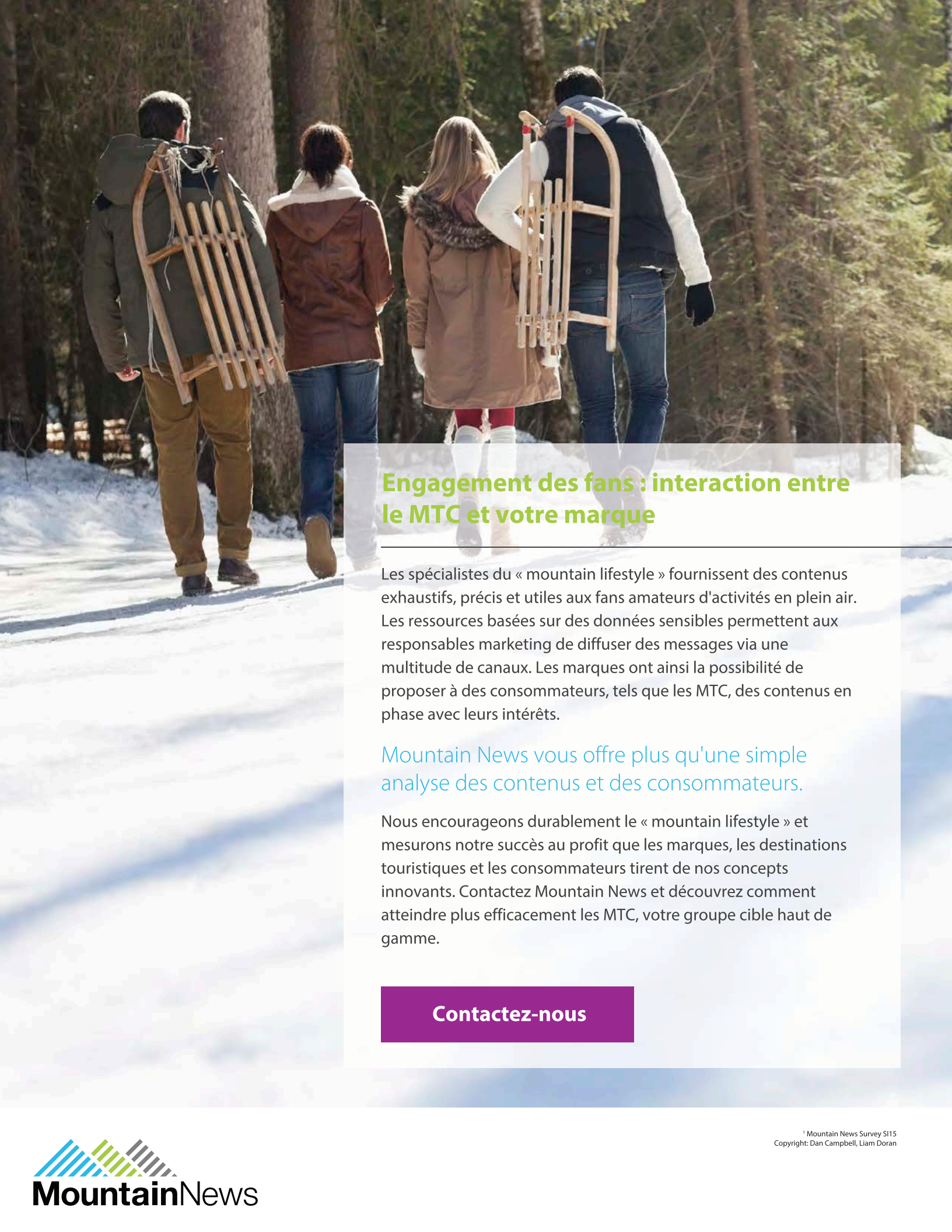
Mountain News vous fournit des données de haute qualité et de première main pour le développement de votre stratégie marketing.

Les données et insights client pour une stratégie multicanal efficace.

Les stratégies de marketing à long terme sont basées sur la communication multicanal – non sans raison. Diffuser des messages sur plusieurs canaux en multipliant les points de contact pour communiquer avec les MTC est la clé du succès.

Investissez dans des solutions vous permettant d'atteindre les utilisateurs sur différents supports et d'entrer en contact avec un groupe cible exigeant en vous fondant sur son comportement. Des campagnes publicitaires bien placées peuvent inciter les planificateurs de voyage à se muer en acheteurs et vacanciers actifs.

[Contactez-nous](#)



Engagement des fans : interaction entre le MTC et votre marque

Les spécialistes du « mountain lifestyle » fournissent des contenus exhaustifs, précis et utiles aux fans amateurs d'activités en plein air. Les ressources basées sur des données sensibles permettent aux responsables marketing de diffuser des messages via une multitude de canaux. Les marques ont ainsi la possibilité de proposer à des consommateurs, tels que les MTC, des contenus en phase avec leurs intérêts.

Mountain News vous offre plus qu'une simple analyse des contenus et des consommateurs.

Nous encourageons durablement le « mountain lifestyle » et mesurons notre succès au profit que les marques, les destinations touristiques et les consommateurs tirent de nos concepts innovants. Contactez Mountain News et découvrez comment atteindre plus efficacement les MTC, votre groupe cible haut de gamme.

[Contactez-nous](#)