

Questions 1 à 8 sur la DDP de la SCHL visant des services de marketing et de publicité pour Granville Island, Vancouver, Colombie-Britannique, n° de dossier 201401458

Question 1

Quel est le plan de marketing actuellement utilisé par Granville Island?

Réponse 1

Actuellement, Granville Island a recours aux éléments de marketing suivants : affiches (autobus, aucun affichage dans les abribus ni panneau-réclame), publipostage direct ne ciblant que le secteur commercial local, presse écrite (hebdomadaires locaux – trois fois par année), services locaux Web et de bulletins électroniques, médias sociaux autogérés, affiches dans l'île (Granville Island et médias contrôlés).

Question 2

Quelle est l'allocation budgétaire approximative destinée à ce marketing?

Réponse 2

Les montants en dollars présentés à la section 1.2 de la DDP sont une indication du budget approximatif.

Question 3

Une stratégie de marketing numérique est-elle en place?

Réponse 3

Une stratégie de marketing numérique est en cours d'élaboration à la SCHL.

Question 4

Granville Island a-t-elle éprouvé des difficultés à attirer les résidents locaux et les visiteurs au cours des trois dernières années? Le cas échéant, lesquelles?

Réponse 4

Aucun problème particulier n'est actuellement connu.

Question 5

Pouvez-vous fournir des précisions sur la clientèle actuelle de Granville Island?

Réponse 5

Voici une ventilation très générale du public local de Granville Island :

Hommes/Femmes	43,5 %/56,5 %
Âge moyen	41,6
Revenu des ménages	87 017 \$
Employés/Travailleurs autonomes	71 %
Retraités	13 %
Diplômés universitaires/études universitaires supérieures	51 %

Questions 1 à 8 sur la DDP de la SCHL visant des services de marketing et de publicité pour Granville Island, Vancouver, Colombie-Britannique, n° de dossier 201401458

Question 6

La marque Granville Island est-elle activement gérée? De quelle façon? Quand la marque a-t-elle été repensée pour la dernière fois?

Réponse 6

La marque Granville Island est gérée activement à l'interne et en partenariat avec une agence de création. La marque Granville Island a été étudiée il y a environ cinq ans.

Question 7

Pour nous aider à mieux comprendre la clientèle actuelle et potentielle de Granville Island en vue de l'élaboration de notre plan stratégique et promotionnel, pouvez-vous faire le point sur les objectifs de public cible? En particulier, les objectifs énumérés à la section 3.3 A (Stratégie de marketing et de promotion) sont-ils placés par ordre de priorité? Par exemple, « Accroître le nombre de visites de résidents du Grand Vancouver [...] » se trouve au premier point : s'agit-il de la priorité la plus importante? Ainsi, devons-nous présumer que « Renforcer la réputation de Granville Island en tant que destination touristique incontournable » est la troisième priorité (et ainsi de suite pour les autres objectifs)?

Réponse 7

Les objectifs énumérés à la section 3.3 A de la DDP ne suivent pas un ordre de priorité.

Question 8

Parmi les résidents du Grand Vancouver, est-ce qu'un public cible (par exemple les familles) doit faire l'objet d'une attention particulière au cours des deux prochaines années?

Réponse 8

Comme le mentionne la section 3.3 A, l'objectif est d'accroître le nombre de visites de résidents du Grand Vancouver ayant une propension à fréquenter les commerces de Granville Island.