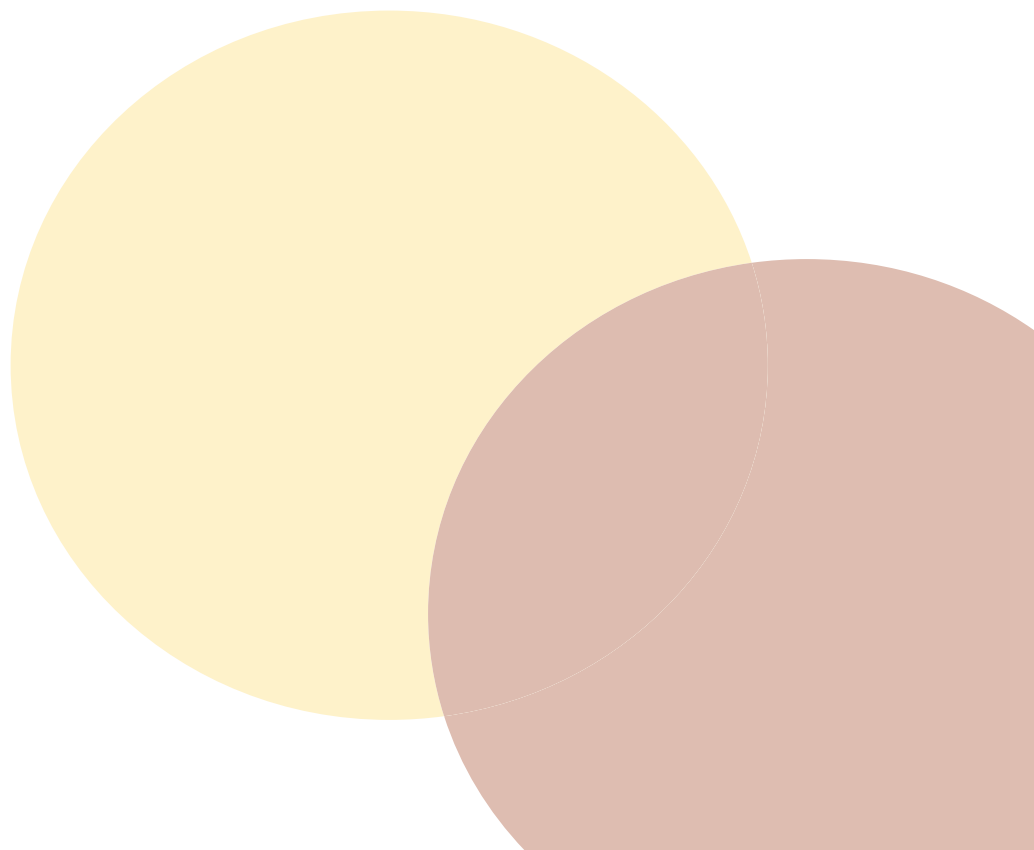




MARKETING ET  
MANAGEMENT  
DES SERVICES

CONNIVENCE APPROCHE LES LIEUX,  
LES ESPACES ET LES TERRITOIRES...





## ESPRIT DE CONNIVENCE

### DES PRINCIPES D' ACTIONS FORTS

- **SINGULARITÉ** : unicité de chaque situation (secteur, organisation...) et de chaque moment... Chaque processus d' étude est donc original et spécifique. Les composantes d' une situation se retrouvent d' un cas sur l' autre, mais « l' assemblage » est unique, comme pour un vin.
- **CRÉATIVITÉ** : appui sur la créativité collective et l' enrichissement mutuel. Ce n' est pas parce qu' on n' a pas trouvé la solution jusqu' ici, qu' elle n' existe pas !
- **REGARDS CROISÉS** : multiplication des regards croisés, des angles de vue d' un même problème, jeu de la transversalité, grâce à une équipe de consultants complémentaires, rassemblée et proposée pour chaque problème donné.
- **MÉDIATION** : volonté de médiation, travail d' appropriation, partage d' expériences, qui passe aussi par l' utilisation d' un langage simple ou par la mise au point d' un langage commun.
- **EXEMPLARITÉ** : autant que faire se peut, s' appliquer à soi-même ce que l' on recommande aux autres...
- **PLAISIR** : plaisir de travailler ensemble, d' échanger, de construire et de développer ensemble un projet, meilleur gage de pérennité.

## • NOTRE VALEUR AJOUTÉE

Savoir, à partir d'une situation unique, dénouer les « fils », retrouver les différentes composantes d'un problème et les traiter par analogie à d'autres situations rencontrées. C'est notre façon de résoudre la complexité, en revenant à des situations simples, identifiables, reconnaissables et plus faciles à résoudre.

## • NOS CHAMPS D'INTERVENTION

De par nos expériences et nos aspirations, nos compétences sont étroitement liées aux métiers de services, qui s'assument et se revendiquent en tant que tels, affranchis d'une logique purement industrielle, et qui font de la relation avec les clients un atout pour apporter du lien et du sens à leur offre de services.

## • NOTRE VOCATION

Créer les conditions d'un développement économiquement viable et socialement pérenne pour les entreprises, comme pour les collectivités territoriales, en travaillant aussi bien sur la partie matérielle qu'immatérielle de l'offre de services, dans les métiers du tourisme et des loisirs en particuliers.

### TRAVAIL SUR LA CONCEPTION...

... et l'organisation de lieu ou d'espace de service économiquement rentable (partie matérielle du service : le lieu).

### APPORT DE LIEN...

... et de sens dans la relation du personnel avec les publics (partie immatérielle du service : le lien).

## • MODALITÉS D'INTERVENTION

SUR LES LIEUX : intervention depuis les études en amont (schéma de développement touristique, étude de positionnement ou d'opportunité...), jusqu'à l'accompagnement du porteur de projet (étude de faisabilité marketing, économique et financière, accompagnement dans la réalisation...).

SUR LES LIENS : professionnalisation, animation, formation des acteurs tant sur le plan du marketing que de l'accueil, du commercial et de la communication, mais aussi en lien avec les démarches qualité, certification ou garantie de service...

## • NOTRE RÉSEAU DE CONSULTANTS

APPROCHE DES LIEUX : travail en étroite collaboration avec économistes, architectes, urbanistes, paysagistes, décorateurs scénographes, en fonction de l'échelle et de la nature du lieu : un territoire, une ville, un milieu rural, un patrimoine à rénover, un musée ou un jardin à créer...

APPROCHE DES LIENS, avec l'éventuel apport de spécialistes de démarche qualité, de professionnels de la mise en marché du tourisme ou de la communication interpersonnelle, en fonction des besoins.

APPROCHE THÉMATIQUE, avec l'expertise ponctuelle de consultants en thermalisme, en parcs et jardins, en patrimoine et culture, par exemple, quand la situation l'indique.



MARKETING ET  
MANAGEMENT  
DES SERVICES

UNE ÉQUIPE  
PURIDISCIPLINAIRE  
À VOTRE ÉCOUTE  
POUR TOUTES VOS  
PROBLÉMATIQUES LIÉES  
AU DÉVELOPPEMENT  
DU TOURISME,  
DES LOISIRS  
ET DES SERVICES.