

**RECOMMANDATIONS
&
FICHES ACTION**

CONSTAT

- Les niveaux de notoriété des Musées
 - Les attentes à l'égard de Musées à visiter
 - Les sensibilités aux infrastructures
- } sont différents selon les cibles haut-rhinoise ou hors d'Alsace.

REPONSE

UN BESOIN DE SUPPORTS ET D' ACTIONS DIFFERENTS SELON LES CIBLES

ACTIONS REQUISES

Les **supports transversaux à plusieurs musées gagneraient à être adaptés selon ces 2 cibles:**

FICHE ACTION 1: Réactualiser la brochure « Etes-vous surs d'avoir tout vu ? » en local,

FICHE ACTION 2: Créer un récapitulatif classé par musées ou en grands thèmes d'intérêts pour le hors Alsace.



CONSTAT

La **Nuit des Mystères** fonctionne parfaitement

Mais son impact reste ponctuel.

REPONSE

UN DEVELOPPEMENT D'ANIMATIONS TRANSVERSALES EN PLUS DE LA NUIT DES MYSTERES

ACTIONS REQUISES

FICHE ACTION 3: Mettre en place une Journée à tarif préférentiel (entrée + transport) déconnectée de tout jeu, pour drainer des intéressés sur certains musées périphériques.

FICHE ACTION 4: Rappeler les principes fondateurs (tarif préférentiel, tous les musées...) de La Nuit des Mystères en communication améliorerait sa pertinence.

FICHE ACTION 5: Choisir un thème qui puisse être repris par chaque musée serait un plus.



CONSTAT

Certains hôteliers ou restaurateurs restent sur une connaissance des musées datée ou uniquement par ouï-dire de leurs clients

Les autocaristes ne connaissent que peu de musées sur Mulhouse

REPONSE

REACTUALISER LA CONNAISSANCE DES MUSEES PAR LES OPERATEURS TOURISTIQUES

ACTIONS REQUISES

FICHE ACTION 6: Organiser une opération **d'invitations de leurs personnels** serait un plus.

FICHE ACTION 7: leurs attentes étant très spécifiques, et liées à des aspects très organisationnels, une campagne de **marketing direct** semble opportune. Elle suppose l'élaboration d'un support simple, reprenant les principaux aspects en lien avec leurs cibles potentielles



FICHE ACTION 8 : SIGNALISATION & INFORMATIONS PRATIQUES

- Signaler le Musée Historique et la Kunsthalle
- Donner des informations quant aux possibilités de stationnement aux alentours pour les musées du Centre Ville
- Mieux communiquer sur l'accessibilité des musées en transports en commun et mieux les matérialiser sur les plans Soléa notamment.

FICHE ACTION 9 : RENDRE LES MUSEES PLUS ACCESSIBLES A DES PUBLICS NEOPHYTES

- Faire la chasse à l'ennui, vendre de la nouveauté, du renouvellement, de l'amusement.
- Rendre les musées moins rébarbatifs pour les enfants (parcours simplifiés, interactifs, animés, jeux...).
- ANIMER ! C'est le maître mot pour beaucoup de musées.

FICHE ACTION 10 : COMMUNIQUER SUR LES MUSEES

- Travailler la présence à l'esprit des plus petits musées au niveau local (connus mais surtout en assisté). par opération de parrainage d'émissions radio locales
 - Augmenter la notoriété des musées hors Alsace (ex : 63% des Potentiels hors Alsace ne connaissent pas la Cité de l'Automobile). Possibilité d'axer les communications suivant les périodes (ex : avant l'été communication à destination des familles avec enfants, sur Electropolis, Wesserling...).
 - Communiquer sur les contenus mal connus (importance des collections...).
 - Informer des tarifs et de l'absence d'attente auprès des grandes agglomérations.
- 