

#	Mesures	% total	Remarques
1	Recherche, défis et besoins des vitiviculteurs	86%	Atelier réalisé le 16 janvier, rapport à rédiger
2	Études marketing anthropologiques des consommateurs	33%	Antropomedi est en cours d'analyse
3	Étude sur les consommateurs, leurs motivations et leurs parcours d'achat	25%	Pacale Deneulin a débuté cette recherche
4	Test d'attention et d'acte d'achat dans les points de vente	0%	
5	Atelier avec les spécialistes HoReCa	86%	Suite des échanges réalisés avec GastroVaud, Changins, SwissWine
6	Recherche et étude HoReCa	64%	Finalisation du questionnaire Vaud, CH ALL à suivre, attente de news de SwissWine
7	Outil de fidélisation électronique	21%	
8	Supports marketing pour améliorer les parcours d'achat	0%	
9	Formations physiques et online du pers. HoReCa	20%	Concept en réalisation, échange à venir avec Changins et Gastro Vaud
10	Rencontre entre les HoReCa et les producteurs vaudois	10%	Echange avec GastroVaud en cours pour réaliser des événements dans les 10 sections
11	Renforcer la présence physique dans la région de Zürich	7%	Concept de partenariat clé en cours d'élaboration avec le feedback de spécialistes
12	Incentive HoReCa région Zürich	0%	
13	Action promotionnelle pour favoriser l'entrée de nouveaux vigneron dans la marque Escargot	0%	
14	Aide au référencement d'Escargot chez des autres distributeurs	0%	
15	Campagnes publicitaires Escargot et autres références présentes dans la grande distribution	0%	
16	Campagnes de communication physiques et digitales destinées aux consommateurs	0%	
17	Sponsoring de manifestations avec la marque Escargot	0%	
18	Appel à projets innovants	3%	Premier sondage auprès des responsables AOC, mouture à mettre sur pied
19	Conception de cartons "découverte" ciblés pour (vaudvins.ch)	19%	Les coffrets découverte sont en cours d'élaboration. Objectif de commercialisation Pâques
20	Analyse et optimisation de la plateforme vaudvins.ch	26%	Les premières analyses ont été réalisées et des corrections sont en cours de réalisation
21	Marketing automation vaudvins.ch	16%	L'agence Emblematik a été mandatée, les travaux ont débuté
22	Campagnes marketing digital vaudvins.ch	16%	L'agence Emblematik a été mandatée, elle élabore actuellement le concept de communication
23	Répertorier et analyser les activités marketing des acteurs vitivinicoles	1%	Première cartographie en cours de la vente directe et activités dans les AOC
24	Concept de marketing coordonné	0%	
25	Audit opérationnel de l'OVV	50%	L'agence Vicario a été mandatée et débute les entretiens individuels
26	Concept opérationnel de l'OVV	14%	L'agence Vicario a été mandatée
27	Concrétiser l'optimisation de l'OVV	16%	L'agence Vicario a été mandatée
28	Informations et formations des acteurs vitivinicoles sur les connaissances acquises sur les consommateurs	0%	
29	Guide "Stimuler l'attention et l'intention d'achat"	0%	
30	Formations pratiques de marketing digital	0%	
aa	Préparation du projet	100%	Nous avons terminé la phase d'organisation
bb	Réserve d'agilité	0%	
cc	Gestion générale du projet	3%	
dd	Communication du projet	22%	Préparation de la brochure et du site web