



9 établissements de pension enquêtés et 15 produits analysés

Qui sont les clients ?

Clientèle locale (20 kms)
Propriétaires cavaliers
Plutôt des femmes

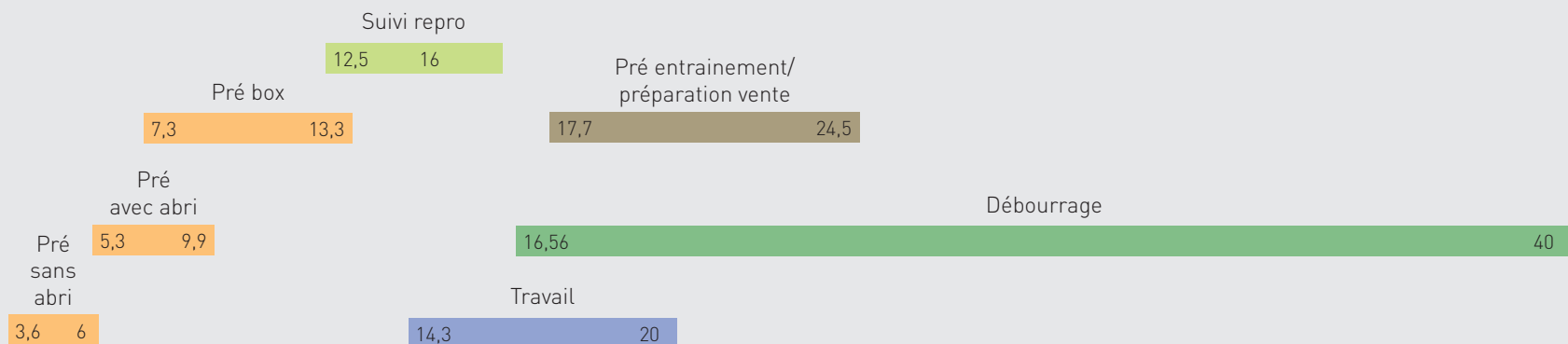
Clientèle nationale
Propriétaires et/ou éleveurs plutôt aisés

Quels sont les besoins identifiés ?

Infrastructures et services de qualité (soin cheval)
Perfectionnement équitation
Approche personnalisée, échanges sur les besoins
Compétences du coach
Orientation compétition

Sécurité des installations
Compétence de l'exploitant, éducation et travail du cheval
Progression du cheval pour le vendre au meilleur prix

Quels produits et à quels tarifs* (€ TTC/jour) ?



* Prix relevés dans les exploitations du Réseau Equin

Les prix sont établis sur la concurrence + le prix de revient

La communication est axée globalement sur le bouche à oreille, la presse et les réseaux sociaux mais tous ne sont pas dynamiques. Tous les sites internet ne sont pas à jour et bien orientés vers le public ciblé.



Quels sont les outils de communication utilisés ?

8 établissements de pension enquêtés et 15 produits analysés

Public local (territoire)
(cavaliers, propriétaires)

Public national
(propriétaires et/ou éleveurs)

