



RÉFÉRENCES - Réseau Économique de la Filière Équine

Cerner la demande pour mieux adapter l'offre et pérenniser sa structure

Ma stratégie d'entreprise est-elle gagnante ?



Ce guide de réflexion sur le fonctionnement de votre entreprise a été établi à partir des enquêtes réalisées en 2016 et 2017 dans les exploitations du Réseau. Il vous propose un questionnement pas à pas pour évaluer le fonctionnement de votre structure.

Centres équestres <input checked="" type="checkbox"/>	Etablissement de tourisme équestre <input checked="" type="checkbox"/>	Ecuries de pension <input checked="" type="checkbox"/>
---	--	--

👉 Vous trouverez dans les encadrés de couleur, (vert pour les centres équestres, rouge pour les établissements de tourisme équestre et bleu pour les écuries de pensions), les résultats issus des enquêtes.

Alors, n'hésitez pas, faites le point sur le fonctionnement de votre structure en utilisant ce questionnaire !

Quels sont les objectifs pour mon entreprise et mes objectifs personnels ?

.....

.....



Quelles règles de fonctionnement je me donne pour mon entreprise ?

.....

.....



Comment je fais pour y parvenir ?

MA STRATÉGIE

UNE DIVERSITÉ DE CLIENTÈLE CIBLÉE

Tenir compte de...

Analyse du bassin de population :

- Potentiel de clients ?
- Pouvoir d'achat ?
- Accessibilité de la structure? Analyse de la concurrence (quels produits pour quels publics) ?

Potentiel touristique du lieu (patrimoine, paysage, authenticité du lieu, image pleine nature) ?

Capacité d'hébergement autour ? (gîtes, chambre d'hôtes, hôtels)

Analyse du bassin de population :

- Potentiel clients/touristes ?
- Pouvoir d'achat ?

Présence de chemins de randonnées ?

Accessibilité de de la structure ?

Analyse de la concurrence (quels produits pour quels publics) ?

Analyse du bassin de population :

- Potentiel de clients ?
- Pouvoir d'achat ?
- Proximité des concours ou sites d'entraînement pour ceux orientés compétition ?
- Proximité des chemins de randonnées pour ceux orientés loisir ?
- Accessibilité ? (proche d'une autoroute)
- Analyse de la concurrence (quels produits pour quels publics) ?

...Pour choisir la cible... et éventuellement le lieu...

- Très jeunes enfants (à partir de 3 ans)
- Adolescents
- Adultes
- Séniors
- Groupes : scolaires, comités d'entreprises, instituts médicaux éducatifs
- Propriétaires d'équidés
- Elèves en formation BPJEPS
- Touristes

- Touristes français et étrangers
- Clientèle locale
- Très jeunes enfants
- Adolescents
- Adultes
- Séniors
- Familles
- Groupes

- Cavaliers propriétaires orientés loisir (jeunes et/ou adultes)
- Cavaliers propriétaires orientés sport (jeunes et/ou adultes)
- Eleveurs
- Propriétaires locaux, nationaux

Profil dominant des enquêtes :

Une clientèle régulière dans la zone de chalandise (moins de 20 min de trajet), plutôt des jeunes enfants

Une clientèle touristique nationale voire étrangère (nécessité de maîtriser la langue) et clientèle de proximité

Une clientèle de proximité pour les pensions hébergement et une clientèle locale et nationale pour les pensions valorisation

Et moi, qui sont mes clients ? Quelle clientèle je cible ?



.....

.....

.....

.....

UNE GRANDE VARIÉTÉ D'ATTENTES IDENTIFIÉE

- Contact à l'animal
- Eveil des sens
- Développement psychomoteur
- Jeu
- Savoir s'occuper d'un animal
- Responsabilité
- Autonomie
- Confiance en soi
- Découverte de disciplines
- S'amuser
- Se faire des amis
- Progresser
- Faire de la compétition
- Se promener
- Faire une activité sportive dans une bonne ambiance
- Sécurité
- Qualité des abords
- Propreté des lieux
- Coaching de qualité...

- Retour à la nature
- Equitation de pleine nature
- Dépaysement
- Cadre agréable et sécuritaire
- Cavalerie adaptée à une équitation d'extérieur
- Découverte du territoire
- Ambiance conviviale
- Plaisir
- Simplicité
- Authenticité...

- Sécurité des installations
- Compétence exploitant, cavalier
- Progression du cheval
- Qualité des infrastructures
- Approche personnalisée
- Compétence du coach
- Echanges relationnels avec le coach
- Résultats en compétition...

Quelles sont les attentes et les besoins de mes clients ?



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

UNE LARGE GAMME DE PRESTATIONS DE SERVICES PROPOSÉE

- Cours collectifs hebdomadaires
- Goûter anniversaire
- Baptême poney
- Stages à thèmes
- Différentes disciplines : CSO, CDR, CCE*, éthologie, western, travail à pied, equifeel, equifun, spectacle...
- Cours théoriques
- Passage de galop
- Manifestations, concours...

- Balades et randonnées pour découvrir le territoire :
- Balades courtes d'1 à 2h00
 - Balades plus longues de 3h00
 - Randonnées d'un à plusieurs jours
 - Stages à thèmes ...

- Cours hebdomadaire
- Coaching
- Entraînement du cheval
- Sortie du cheval en compétition
- Différents types de prestations : pensions au pré avec ou sans abri, pension au box avec sorties au paddock, pension travail du cheval, pension avec cours hebdomadaires plus éventuellement sorties en compétition...

*CSO concours de saut d'obstacles ; CDR concours de dressage ; CCE concours complet d'équitation

Et moi, quels produits je propose ? A quels prix ?

Quelle est ma concurrence ? Quels produits celle-ci propose-t-elle ? A quels prix ?



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**LE TARIF doit être établi en fonction de sa clientèle,
de la qualité de son produit,
du contexte concurrentiel et de ses coûts de production.**



BIEN COMMUNIQUER POUR ATTIRER ET FIDÉLISER SA CLIENTÈLE

Pour attirer de nouveaux clients...

- Signalétique
- Qualité des abords
- Flyers
- Affiches
- Encarts publicitaires
- Articles de presse
- Organisation de portes ouvertes
- Reportages

- Signalétique
- Qualité des abords
- Flyers
- Participation à des salons
- Agences spécialisées
- Offices de tourisme
- Presse locale
- Presse spécialisée
- Revues de promotion des territoires
- Foire/concours
- Reportages

- Signalétique
- Flyers
- Affiches
- Organisation d'événements
- Qualité de l'accueil
- Presse
- Insertion publicitaire
- Reportage

Pour les fidéliser...

- Concours
- Stages
- Fête du club, fête du cheval
- Organisation de moments conviviaux
- Petits cadeaux du club
- Tenir compte de la satisfaction des clients

- Cavalerie adaptée à une équitation d'extérieur
- Ambiance conviviale, familiale
- Echanges de qualité dans l'accompagnement
- Bons cadeaux

- Organisation de concours
- Organisation de stages
- Vidéos de chevaux au travail et/ou à vendre
- Ambiance conviviale de l'écurie

Pour les attirer et les fidéliser...

- Compétences pédagogiques et techniques des enseignants
- Ambiance conviviale
- Site internet
- Facebook

- Savoir-faire de l'exploitant
- Authenticité du produit
- Beauté des sites, sites naturels
- Site internet
- Facebook
- Reportage TV
- Portes ouvertes
- Livre d'or
- Événementiels

- Résultats en concours
- Savoir-faire reconnu par les professionnels et les clients
- Site internet
- Facebook
- Relationnel avec la clientèle
- Vêtements floqués à l'effigie de l'écurie
- Cadeaux, geste commercial

Les partenaires...

Ecoles, mairies, communes, centres de loisir, centres de vacances, comités d'entreprises, instituts médicaux éducatifs...

Agences de voyage, centrales de réservation, centres de loisir, comités régionaux et départementaux de tourisme équestre, hébergeurs (campings, hôtels, chambres d'hôtes), villages de vacances, autres clubs sportifs, voisins agriculteurs, collègues centres équestres...

Autres cavaliers, entraîneurs, selliers, sponsors, transporteurs de chevaux

Comment je communique auprès de ma clientèle et de mes clients potentiels ?
Comment je mesure l'efficacité de ma communication en interne et en externe ?



.....
.....
.....
.....
.....
.....

MON ORGANISATION INTERNE

Quelles sont mes activités clés pour que mon entreprise fonctionne ?



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

De quoi ai-je besoin ? Quels sont les moyens dont je dispose aujourd'hui pour le fonctionnement de mon entreprise ? Quels sont ceux qui me manquent ?



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

DES MOYENS ADAPTÉS À MES ACTIVITÉS

Infrastructures de travail et d'accueil...

- Si je cible des très petits enfants, avoir au minimum un petit manège (grange aménagée)
- Pour les autres publics, carrière extérieure et/ou manège
- Un manège est un plus surtout dans des régions pluvieuses
- Hébergement des équidés à choisir en fonction du mode de conduite (à l'extérieur toute l'année ou non)
- Sellerie, si pensions, différencier celle des propriétaires
- Equipement : bombes, selles, filets, brosses, licols, longes
- Club house avec sanitaire
- Parking
- Hangar de stockage

- Chemins de randonnées à proximité
- Aire de pansage, mieux si abritée
- Sellerie
- Lieu d'accueil
- Petite carrière (qui permet de mettre les gens en selle), si une clientèle régulière est visée également, les infrastructures de travail seront à adapter en fonction des besoins
- Equipement : bombes, selles, filets, brosses, licols, longes
- Sanitaire
- Hébergement des équidés à choisir en fonction du mode de conduite (à l'extérieur toute l'année ou non)

- Carrière
- Rond
- Piste
- Parcours d'obstacles si orienté CSO
- Les plus : marcheur, manège
- Club house
- Sanitaire
- Paddocks
- Hébergement des équidés à choisir en fonction du type de pensions et des attentes de la clientèle
- Parking
- Club house
- Hangar de stockage

Cavalerie...

Choix du nombre et du type d'équidés en fonction des publics ciblés et des produits proposés (adéquation entre l'effectif d'équidés et le volume d'activité, sur le type d'équidés : caractère, taille, niveau de formation, aptitudes)

Choix d'équidés adaptés à une équitation d'extérieur et des différents publics ciblés

Main-d'œuvre...

Choix du personnel en fonction des tâches et du public qu'il devra gérer, compétences attendues (diplômes)

Recrutement d'un personnel qualifié, diplômé, en fonction des pics d'activités (vacances scolaires et été)

Recrutement du personnel en fonction des besoins

UN PARTENARIAT AVEC D'AUTRES STRUCTURES

- Ecoles
- Maries
- Communes
- Communautés de communes
- Centres de vacances
- Comités d'entreprises
- Instituts médicaux éducatifs
- Collègues d'autres centres équestres

- Agences de voyage, centrales de réservation
- Centres de loisir, crèches
- Comités régionaux d'équitation, comités régionaux et départementaux de tourisme équestre
- Campings, hôtels, chambres d'hôtes
- Villages de vacances
- Autres clubs sportifs
- Voisins agriculteurs
- Collègues centres équestres
- Centres d'accueil de jour

- Voisins agriculteurs
- Selliers
- Transporteurs chevaux
- Cavaliers, entraîneurs, centres équestres ou autres professionnels non concurrents
- Sponsors

Quels sont mes partenaires ?



.....

.....

.....

.....

BILAN

Comment je fixe mon prix ? Quels sont mes coûts de production ?

Quelles sont les charges afférentes à mon mode de fonctionnement ?

Quel est mon coût de production ? Mes prestations sont-elles vendues au juste prix ?

Mon mode de fonctionnement me permet-il de dégager du bénéfice ?



.....

.....

.....

Identification des savoir-faire : quels sont mes points forts ? Mes points faibles ? Comment je m'organise pour que ma stratégie fonctionne quel plan d'action je mets en place ?

Points forts, points faibles sur les différents domaines : qualité des produits, connaissance de la clientèle, communication, partenariats...



.....

.....

.....

RÉFÉRENCES - Réseau Économique de la Filière Équine



Si vous souhaitez approfondir ce questionnaire, vous pouvez contacter les conseillers du Réseau Equin proches de chez vous



Document édité par l'Institut de l'Élevage - Mars 2018
 Référence Idele : 00 18 602 006 ISBN : 978-2-36343-934-5
 Réalisation : Katia Brulat (Institut de l'Élevage)
 Crédit photos : P. Soisson