



PROFESSION VOYAGES

MÉDIA SPÉCIALISÉ

INFOLETTRE



+ de **2500** lecteurs ouvrent l'infolettre au quotidien

SITE INTERNET



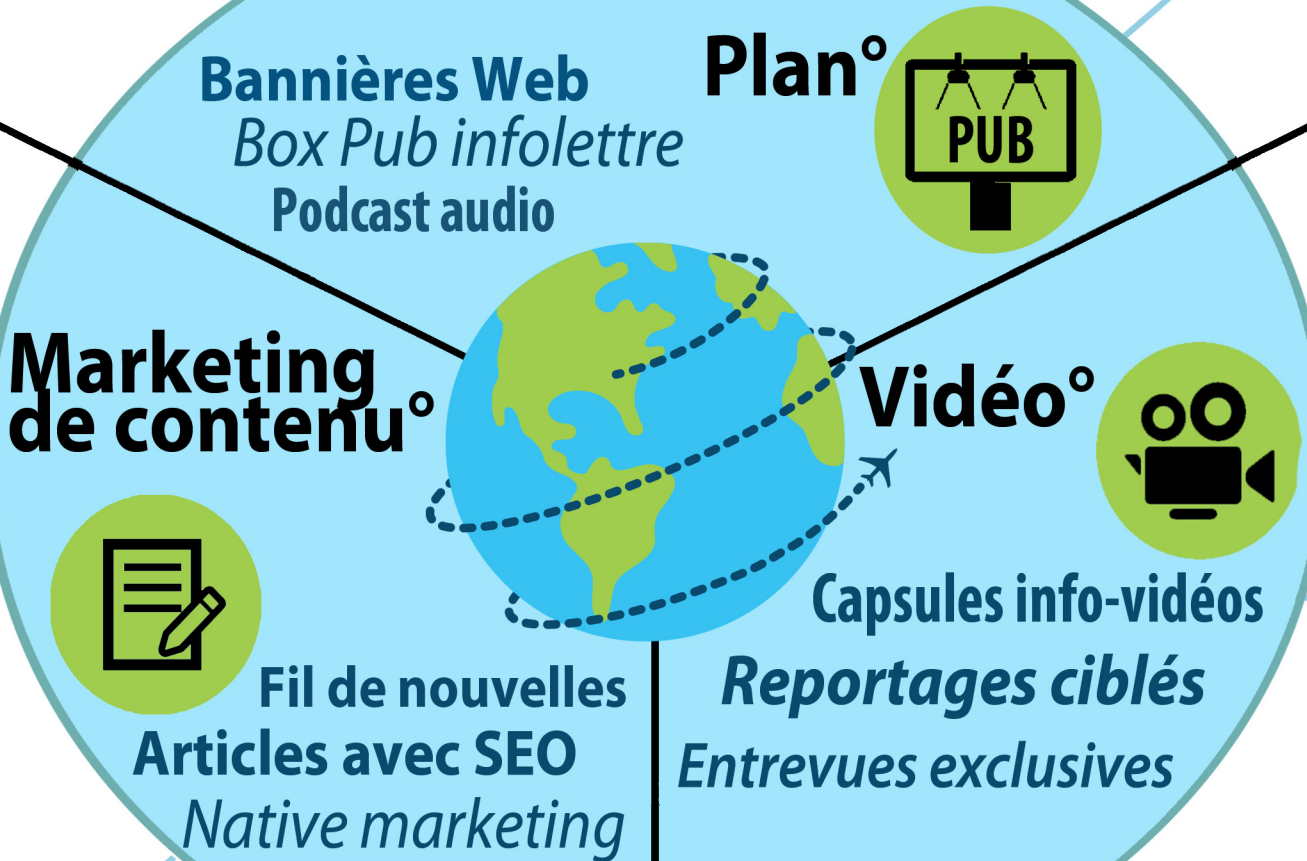
+ de **40 000** visiteurs/mois naviguent notre site

MÉDIA SOCIAUX

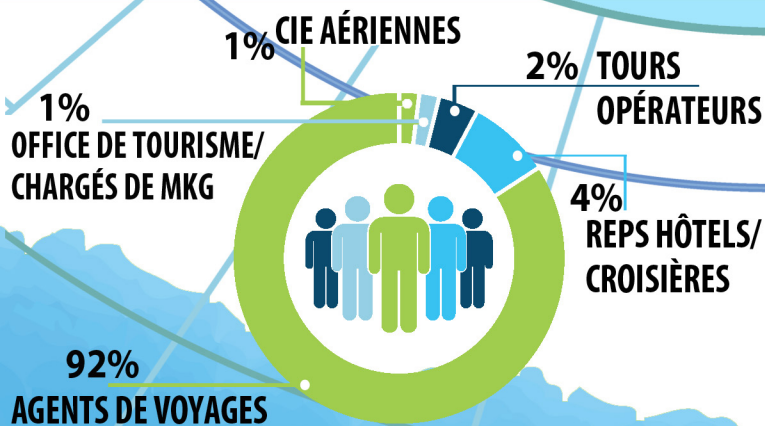


+ de **1000** fans B2B

APPROCHE 360°



NOS LECTEURS



NOTRE ÉQUIPE



Pourquoi Profession Voyages ?

1. **Communiquer** avec un marché cible
2. **Générer** un fort ROI sur vos campagnes mkg
3. **S'entourer** d'une équipe à l'écoute & créative



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE
POUR COMMUNICATION IMMÉDIATE**

Pari gagné pour un média B2B qui mise sur la viralité de son contenu

Montréal, le 25 janvier 2016 - Ce média de niche, né sur Internet il y a 8 mois seulement, s'adresse majoritairement aux conseillers en voyages et cadres supérieurs dans le domaine du tourisme. Profession Voyages a su asseoir sa notoriété grâce à un **positionnement fort et un ton en adéquation avec son lectorat**. Alors que cette plateforme en ligne bâtie son succès sur une **audience engagée et fidèle**, elle se fait de plus en plus courtiser par les marques qui tire parti de son savoir-faire pour des missions de **marketing de contenu**, de communication, de vidéos et plus récemment pour des conseils de positionnement sur ce marché particulier qu'est le Québec.

La viralité : la clé du succès

Lorsque le site consacré au tourisme et au voyage commence ses publications quotidiennes en mai 2015, il n'est qu'un média trade qui sélectionne, édite et partage des contenus pour un lectorat exigeant. Rapidement, il devient un véritable incontournable, porté par une communauté fidèle qui **partage à tout-va sur les réseaux sociaux**. En décembre 2015, le site affichait plus de 40K de visiteurs uniques par mois.

Une approche qui séduit les lecteurs qui lisent Profession Voyages pour ce qu'ils sont, « des créateurs de contenu ». Un contenu qui plait dans les médias sociaux, principal canal de communication qui engage toujours plus sur les plateformes développées par le média : Facebook en tête de liste, puis LinkedIn, Twitter et plus récemment, Instagram et Youtube.

«L'équipe de Profession Voyages possède une très bonne connaissance de notre cible et maîtrise parfaitement les codes du monde digital», confirme Marine Kaysen, VP & Directrice au développement du contenu numérique. *«L'équipe éditoriale a une approche de l'information trade moins formelle que d'autres médias du même type. Nous pensons le contenu pour que celui-ci outille les conseillers en voyage qui représente 92% de notre lectorat. Concrètement, le contenu diffusé sur professionvoyages.com et partagé sur nos plateformes est mis à la disposition des professionnels pour que ces derniers puissent informer leurs clients, les voyageurs, au mieux et rapidement »* poursuit Marine Kaysen.

Résultat : les médias sociaux génèrent plus de 80% du trafic sur professionvoyages.com

*«C'est très important pour une marque de **toucher une communauté** »,* décrypte Gwendoline Duval, Chef de projet marketing de contenu & développement des affaires. *« Lorsque les entreprises nous contactent pour bâtir une campagne de promotion sur professionvoyages.com, la raison est simple. Nous sommes, pour eux, comme un média relais qui réussit à toucher la cible des professionnels du tourisme avec son **contenu***

engageant, d'actualité, ses chroniques innovantes et ses vidéos ciblées ».

Pour en savoir plus, visitez www.professionvoyages.com.

À propos de Profession Voyages Inc.

Profession Voyages est un média trade en ligne dans le domaine du voyage et du tourisme qui s'adresse aux professionnels. Profession Voyages diffuse des nouvelles de l'industrie 7j/7 et produit des reportages vidéos sur professionvoyages.com, dans son infolettre et sur l'ensemble de ses plateformes de médias sociaux.

— 30 —

Renseignements :

Marine Kaysen

VP & Directrice du contenu numérique

Profession Voyages Inc.

514 463 3926