

Le plan de marketing d'EXPO 86 a été élaboré au milieu de 1984. Le plan tenait compte de la taille limitée du marché visé par l'Exposition et mettait l'accent sur la vente de visites multiples. Puisque l'on estimait que la clé du succès résidait dans les ventes de billets à l'avance, l'objectif de vendre 50 % des visites avant le jour de l'ouverture a été établi.

On a fixé des périodes d'achat à la fin desquelles les prix augmentaient légèrement à mesure que l'on se rapprochait de la date d'ouverture. Les périodes étaient les suivantes: 2 mai au 13 octobre 1985 pour les résidents de la Colombie-Britannique seulement; 14 octobre 1985 au 6 janvier 1986; 7 janvier 1986 au 1^{er} mai 1986; 2 mai 1986 au 13 octobre 1986.

Le programme de pré-vente de billets d'EXPO 86 a connu un succès énorme. Le 13 octobre 1985, le nombre de visites vendues dépassait de 178 % l'objectif fixé pour la période se terminant à cette date. Pour celle qui se terminait le 6 janvier 1986, les ventes étaient supérieures de 79 % à l'objectif établi.

MOTIVATIONS DES VISITEURS

Selon des recherches, les gens visitent une exposition internationale pour divers motifs qui varient en fonction de l'époque, du lieu et de l'exposition elle-même. La Corporation Expo 86, après avoir étudié les tendances historiques récentes et avoir entrepris une évaluation quantitative des principaux marchés, a établi que les gens souhaitaient visiter l'Exposition pour trois principaux motifs: voir les objets exposés, la culture et les gens d'autres pays dans un événement international important; voir Vancouver, la Colombie-Britannique et l'ouest du Canada pendant des vacances qui pourraient aussi permettre aux visiteurs de rencontrer des amis et des parents dans la région; voir une exposition intéressante, stimulante, éducative et enrichissante pour les enfants et toute la famille.

PROJECTIONS SUR LE NOMBRE DE VISITEURS

A l'origine, la Corporation a choisi le chiffre conservateur de 15 millions de visites sur le site pour fins de planification et de budgétisation. En effet, les autres expositions internationales nord-américaines avaient eu tendance à surestimer le nombre potentiel de visiteurs.

Même si on estimait que le chiffre de 15 millions de visites constituait un point de départ sérieux, on espérait que le nombre réel de visites dépasserait cet objectif.

Selon les recherches effectuées, on estimait qu'environ 60 % des visites seraient effectuées par des Canadiens (dont 45 % viendraient de la Colombie-Britannique), 35 % des Etats-Unis (80 % des Etats de