

Assises normandes du tourisme

Abbaye d'Ardenne
18 novembre 2019

Atelier

Expériences Normandes :
Comment créer de nouvelles offres « vitrine »?

Objectifs de l'atelier :

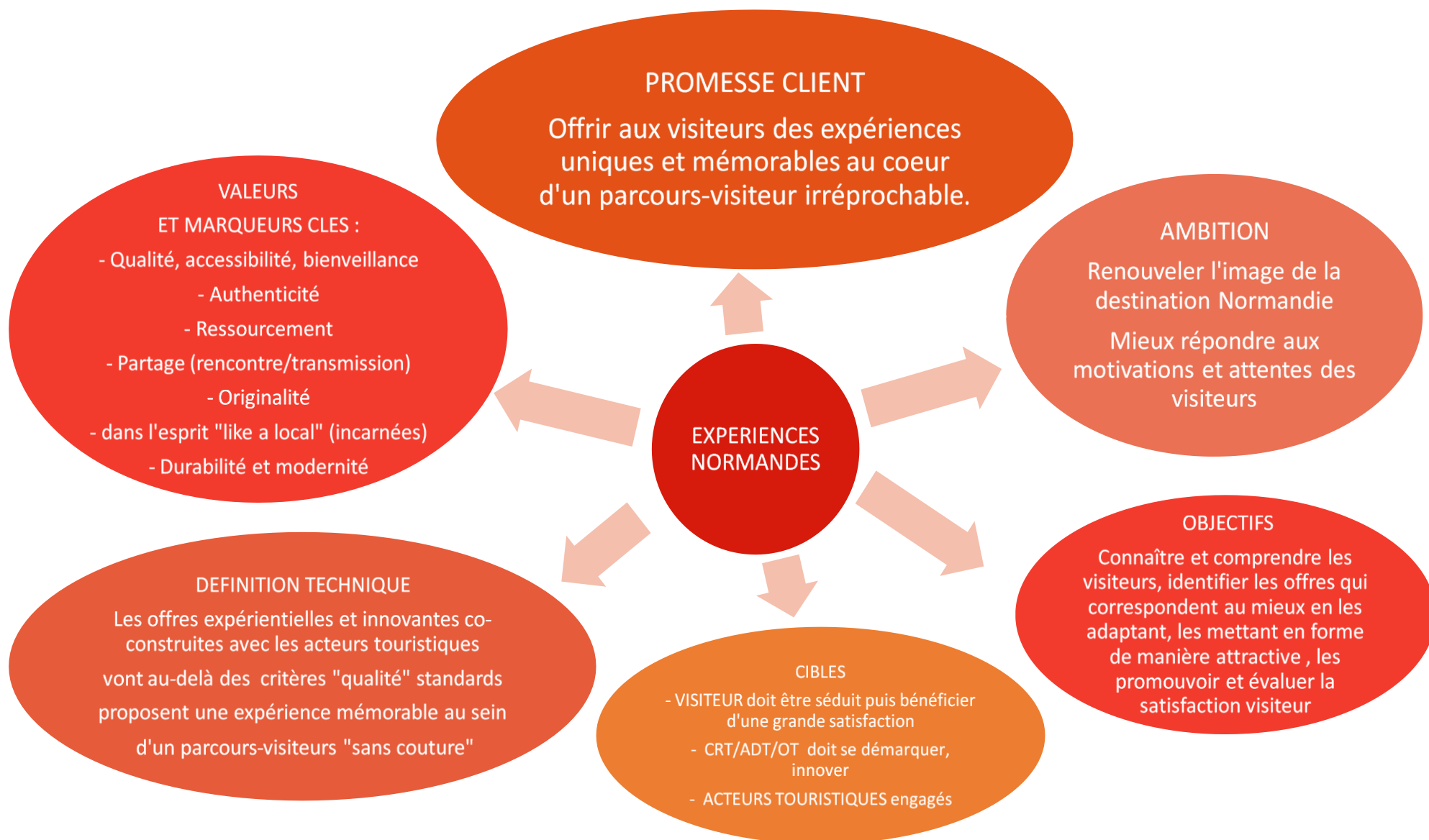
Partageons la démarche (tous ensemble 15')

- De quoi parle-t-on en une slide?
- Comment procède-t-on en un schéma?
- Les niveaux exigences de nos visiteurs (3 cercles de qualité)
- Nos outils
 - Parcours-visiteurs (grille d'analyse)
 - L'enchantement vs le moment inoubliable (guide/questions)

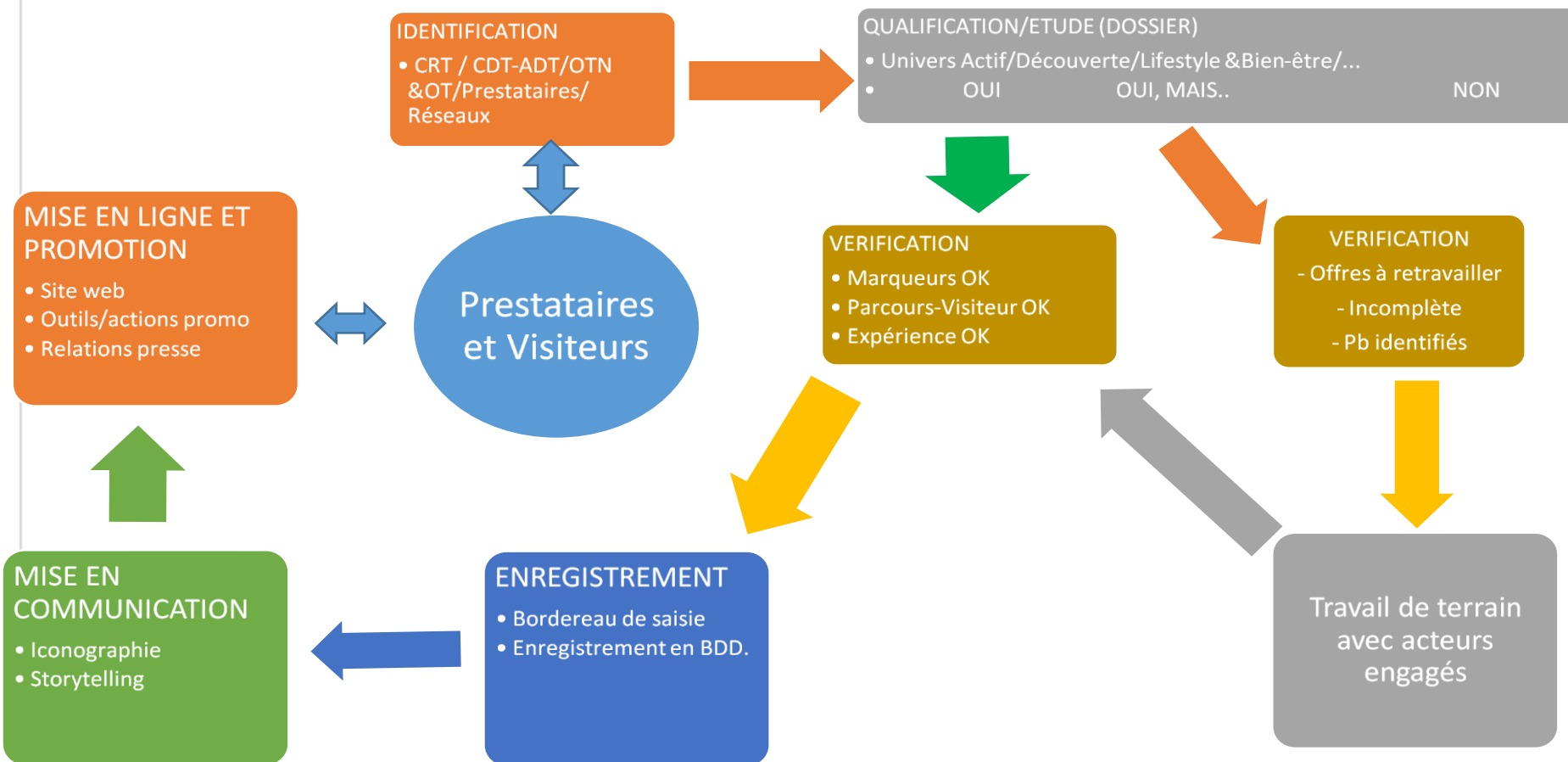
Identifier ensemble les idées/pistes d'expériences à travailler pour nos visiteurs (mini-atelier de 12/15 personnes, 40') – *Pensez déjà à vos idées !!*

Restitutions et conclusions ensemble 20 '

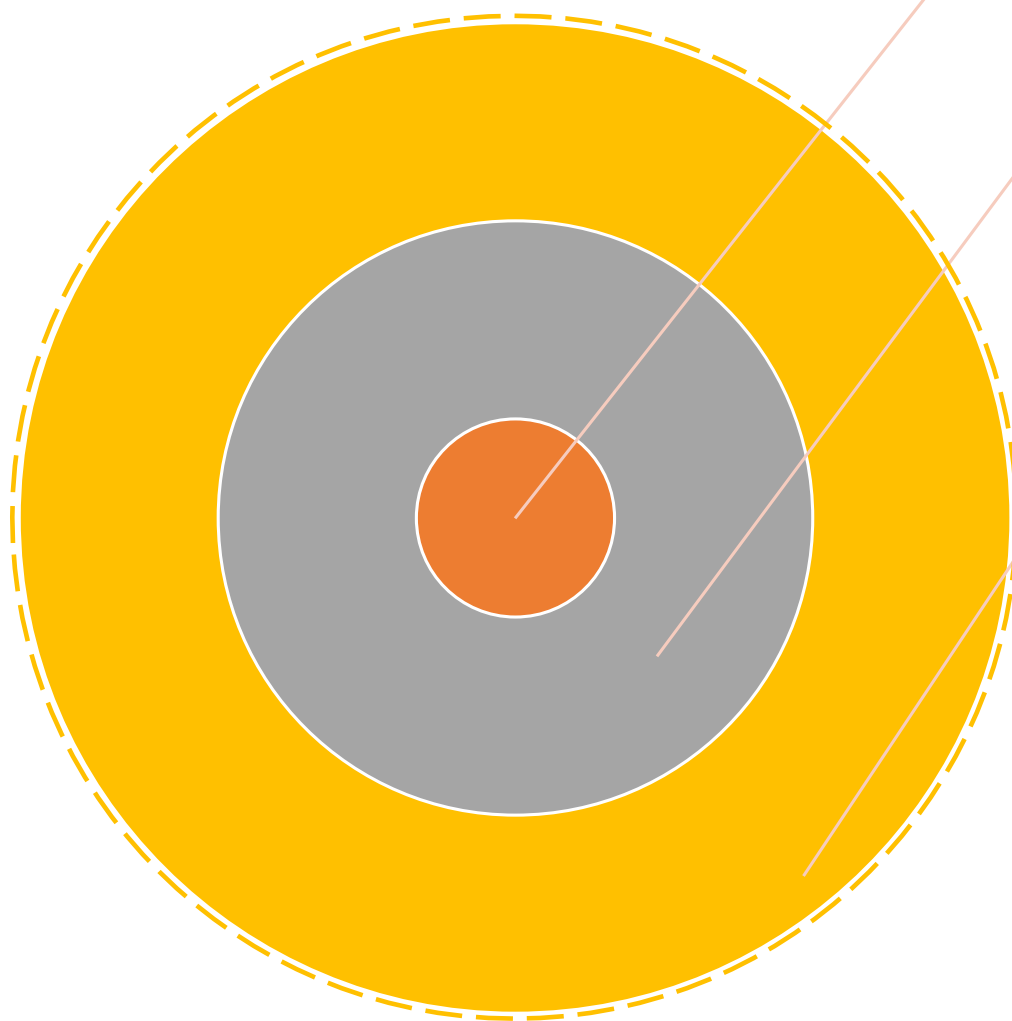
LA DEMARCHE DES EXPERIENCES



PROCEDURES - MISE EN PLACE DES « EXPERIENCES NORMANDES » ©



Les 3 cercles de qualité ©



Produits de base à délivrer
Critères "qualité" indispensables
pour répondre aux besoins de **bases**
"quasi contractuels" avec le visiteur (1)

Services espérés pour
répondre aux attentes et
garantir la **satisfaction du**
visiteur (2)

Services inespérés pour aller au-
delà des attentes, **enchanter le**
visiteur, et marquer les esprits - la
clé de la fidélisation et pour rendre
le visiteur *prescripteur* (3)

Enchantement & moment inoubliable : questions à se poser (issues du guide de dialogue)

- De quoi le visiteur va-t-il se souvenir ?
- Qu'est ce qui vaut la peine d'être raconté, montré, partagé ?

Le ou les axe(s)/levier(s) de l'expérientiel

ENVIRONNEMENT (Immersion ... "être transporté")

- Est-ce la découverte d'un lieu étonnant, d'un site ou d'un paysage exceptionnel ?
- Quelque chose de particulier est-il proposé pour accéder à cette découverte ?
- Est-on plongé dans un autre univers ? Pourquoi ?

RENCONTRE/PARTAGE (Le facteur humain...)

- La personne qui reçoit , anime ou guide le visiteur est-il un "personnage", un passionné ?
- Qu'apporte-t-il par rapport à une prestation plus "classique" ?

LE VISITEUR /ACTEUR (Eveil des sens)

- Que fait le visiteur proprement dit pendant l'expérience ?
- Comment est-il amené à la vivre?
- Quel type d'émotion(s) vit-le client ? / Qu'a-t-il appris, vécu ?

Quel souvenir (trace matérielle) le visiteur peut-il rapporter ?



A vous de jouer !

Identifions ensemble les idées/pistes d'**expériences** à travailler pour **nos visiteurs**
(mini-atelier de 10/15 personnes, 40')

A noter :

- Travail collectif (toutes les contributions font avancer la réflexion)
- Les idées annoncent déjà les composantes de l'enchantement/expérientiel
- La réflexion se fait via le prisme de nos visiteurs avec les personae (Empathie!)

Les personae pour les ateliers (à garder en tête!)

- Famille avec jeunes enfants
- Famille avec pré-ados
- Couple jeunes adultes
- Couple sans leurs enfants
- Groupe d'amis jeunes adultes
- Groupe d'amis jeunes seniors

NB : L'expérience finale livrée est simple & harmonieuse = visite/atelier/séjour/balade...

Idées/pistes individuelles
1 à 3/pers.

Co-production
Collective en petit groupe

Tous ensemble :Délivrer
10 projets/bases
d'expériences

C'est parti! Choisissez votre persona et rejoignez votre animateur!
(Groupes homogènes svp!)

Atelier Dominique & Michael

Animateur (+aide)	Persona
Eloïse (Marie-Flo)	Couple jeunes adultes
Christelle (Emmanuelle H.)	Famille jeunes enfants
Dominique (Quitterie)	Famille avec pré-ados
Philippe (Danielle D.)	Groupe d'amis seniors

Atelier Grégory

Animateur (+ aide)	Persona
Ben (Emilie V. GTM)	Groupe jeunes amis
Alexandre (Clélia)	Famille jeunes enfants
Sylvie (Frédéric M.)	Couple sans leurs enfants
Eva (Eva T.)	Couple jeunes adultes
François (Emilie U.)	Famille avec pré-ados

On découvre son persona avec son animateur..
Mot d'ordre : EMPATHIE
(on se présente rapidement!)

5'

NB: On s'imagine à la place du visiteur quand on contribue !



On griffonne ses idées...

2/3 « brouillons » d'idées par personne (c'est la matière première!)

5'



Rappel « Enchantement » : Immersion dans un cadre/environnement – Rencontres & échanges humains – Visiteur/acteur (sensoriel) – Quête de sens

Valeurs/ Marqueurs : Authenticité – Ressourcement – Partage - Originalité

On partage et on choisit à 2 ou 3...



On partage, on explique rapidement ses brouillons avec son voisin

On choisit ensemble 1 ou 2 idées préférées pour son persona

On les écrit (sur post it) lisiblement en un titre/une phrase (pas plus!)

5'



On partage et
on affiche avec le groupe...



On présente d'abord les idées choisies sur le « post it » au groupe, on développe/explique.

Puis on l'affiche sur le « mapping » avec l'aide du groupe.

5'

Nouveau

INNOVATION

Classique

Facile

MISE EN PLACE

Difficile

On score !



Quelles idées le groupe choisit-il de présenter à l'atelier?

3 votes individuels uniquement pour ses 3 idées préférées!
(on numérote les pos it et on inscrit le score)

5'

Les 2 meilleures idées et le persona seront présentées
par un rapporteur et l'animateur.

NB: Si on a le temps, on commence à creuser les idées...



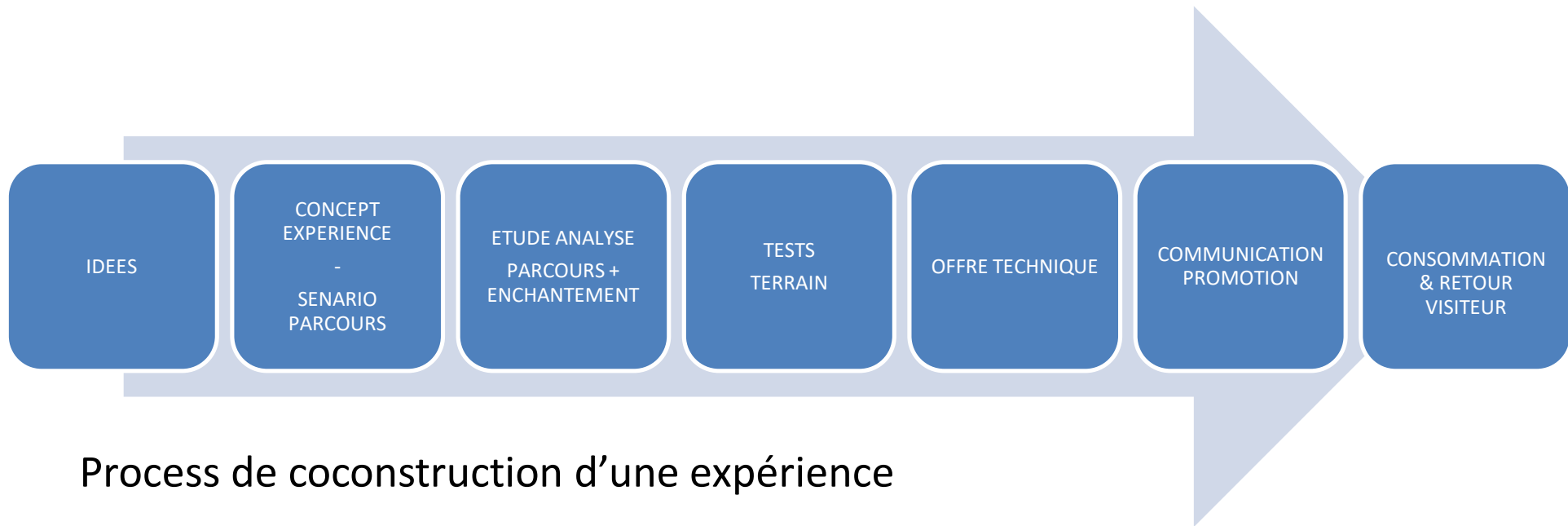
Restitution (2' par groupe) et conclusion

Persona	Expériences à explorer/travailler?

Bilan

A travers cet atelier (sur la 1^e phase du process) et au-delà du partage de la démarche et des outils, on souhaitait :

- Vous faire partager l'exercice d'un travail collectif de coproduction (tenant compte du nombre et durée courte).
- Vous sensibiliser à l'approche recentrée sur le visiteur
- Recueillir des contributions



Merci pour votre participation!
L'équipe du CRT se tient à votre disposition pour la suite!
Retrouvez les informations sur les Expériences Normandes sur
www.pronormandietourisme.fr
Vos questions ? Vos réactions ?

The screenshot shows a web browser window displaying the website <https://pronormandietourisme.fr/experiences-2/>. The website header includes the logo for "NORMANDIE TOURISME" and the text "Le site professionnel du Comité Régional de Tourisme de Normandie". The navigation menu contains the following items: "QUI SOMMES NOUS ? ▾", "CONTRATS DE DESTINATION ▾", "NOS ACTIONS ▾", "OBSERVATOIRE ▾", "OUTILS ▾", "OPPORTUNITÉS ▾", and "NOUS CONTACTER...". A dropdown menu is open under "NOS ACTIONS", listing: "Secrets Normands", "Actions par marchés", "Nos actions par Univers et Filières", and "Expériences". The main content area features a large image of a kayaker on a beach at sunset. Below the image, the word "Expériences" is written in a large font. A "SOMMAIRE" section is visible, listing the following items:

- [Contexte](#)
- [Démarche, Promesse, Objectifs, définition, valeurs...](#)
 - [Tableau de synthèse](#)
- [Procédures et outils](#)
 - [Schéma de procédures](#)
 - [Schéma « 3 cercles de qualité »](#)
 - [Fiche d'information technique](#)
- [Parcours-visiteur](#)
 - [Grille d'analyse](#)
- [L'enchantement](#)
 - [Outils de dialogue](#)
- [Mise en communication](#)
- [Promotion](#)