NORMANDIE TOURISME

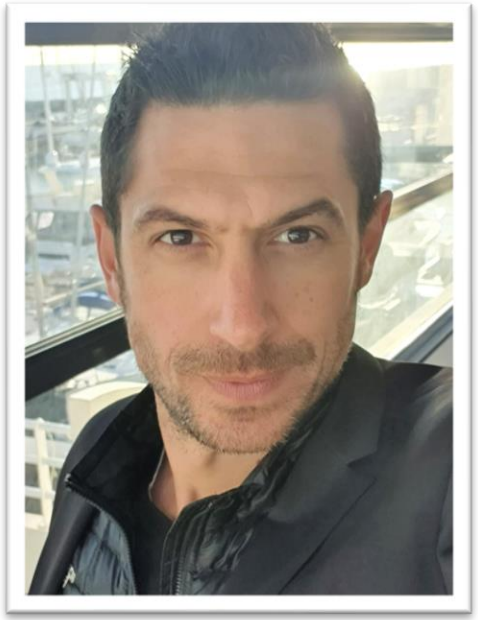
LES WEBINAIRES (DE SUIVI) DU TOURISME NORMAND

19 mars 2020

Thème : Commercialisation Hébergement

www.pronormandietourisme.fr

AVEC LE SOUTIEN DE RÉGION NORMANDIE



Mathieu VADOT

Fondateur du cabinet Marketing&Tourisme.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Consultant indépendant en marketing touristique

SITE WEB
www.marketing-tourisme.net
www.id-rezo.com
mathieu.vadot@idrezo.com
Facebook.com/Marketing.Tourisme
Linkedin.com/in/mathieuvadot/

id-rezo
l'expertise e-tourisme

MARKETING & TOURISME

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + établissement	Question 1	Question 2
chateau d'Isigny	Comment faire apparaître mes tarifs directs (amenitiz) et bientôt cybevasion, avant bOOking, tout en restant ouvert chet bOOking.	Comment utiliser au mieux et sans se ruiner la nouvelle offre google hotel: https://www.google.com/travel/hotels

Skift

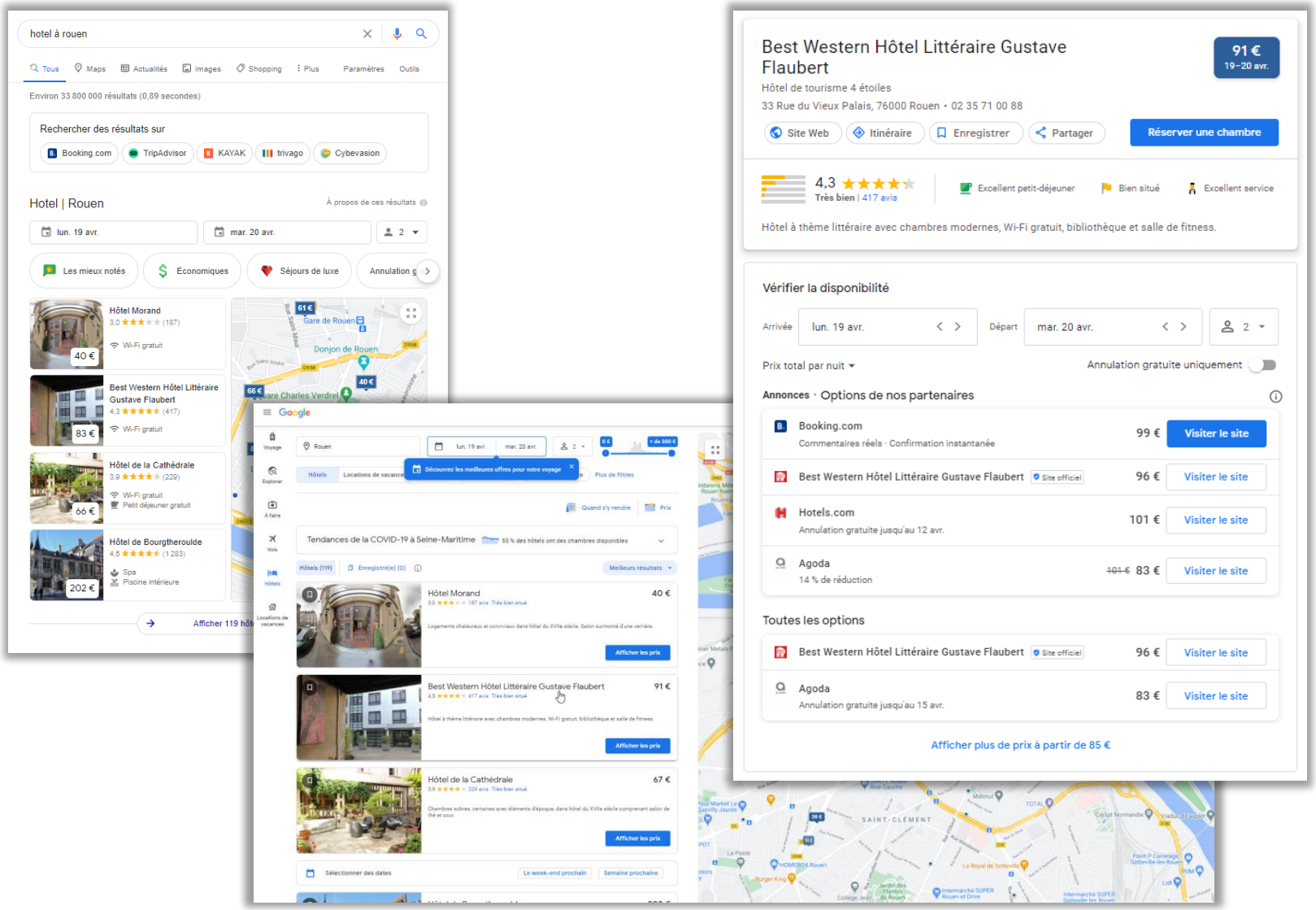
Aide Hotel Center

https://support.google.com/hotelprices/answer/10472394

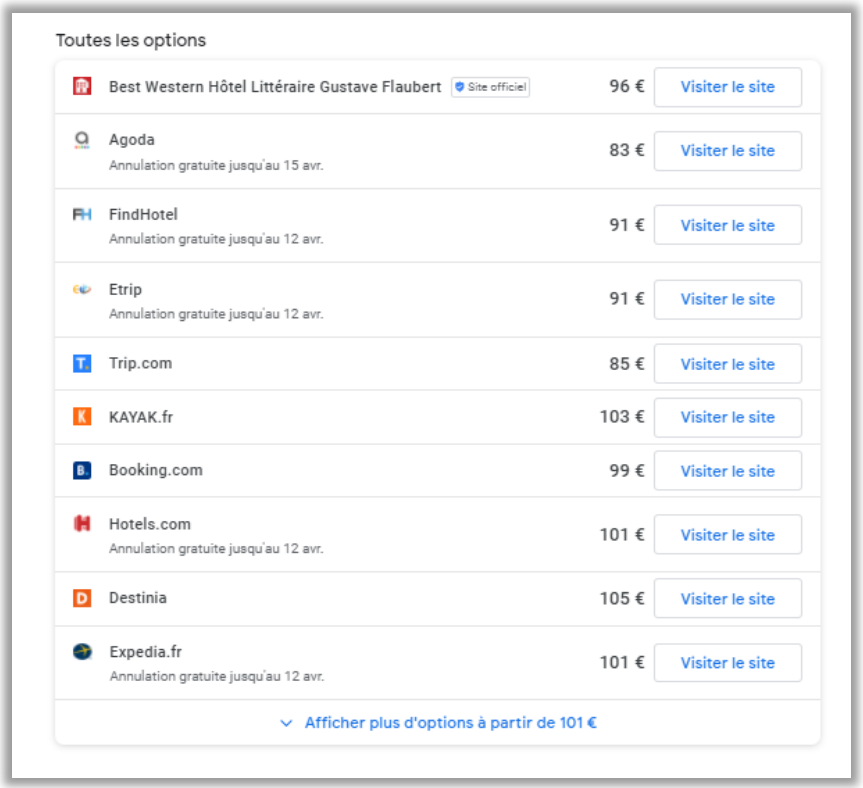
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Google Travel – Comparateur hôtel et BnB – liens de réservation gratuit

id-rezo
l'expertise etourisme



[Liens de réservation gratuits]



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Google Travel – Comparateur hôtel et BnB – liens de réservation gratuit

id-rezo
l'expertise etourisme

Comment commencer

Partenaires existants

Si vous êtes déjà un partenaire Hotel Center et que vous participez à Hotel Ads, vous pouvez automatiquement afficher des liens de réservation gratuits. Tout établissement avec une enchère dans une campagne hôtelière et les flux participants seront éligibles. Il n'y a aucun coût pour les clics sur les liens de réservation gratuits, et une enchère minimale n'est utilisée que comme un signal d'éligibilité. Les enchères n'ont pas non plus d'impact sur le classement des liens de réservation gratuits. Vos annonces d'hôtels continueront d'utiliser le prix d'enchère défini.

Nouveaux hôtels et partenaires de réservation

Les hôtels et les partenaires de réservation d'hôtel qui n'ont pas de compte Hotel Center mais qui souhaitent commencer avec des liens de réservation gratuits doivent remplir notre formulaire d'intérêt . Si vous êtes un propriétaire d'hôtel qui utilise un système de réservation, vous êtes peut-être déjà connecté à Google via votre fournisseur. Veuillez vérifier avec eux, et ils peuvent configurer vos liens de réservation pour vous.

Skift

Google separately plans within “the coming months” to roll out a basic extranet that would let hotels upload their rates and inventory without needing an integration partner.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + établissement	Question 1	Question 2
Emanuèle ARGENTIN Gites	Bonjour, le marché évolue à une vitesse phénoménale, la clientèle change radicalement avec le covid, le nombre de locations est exponentiel, aussi comment choisir les sites de publication des annonces en amont sans se tromper pour ne pas y laisser trop de plumes financièrement? Merci	

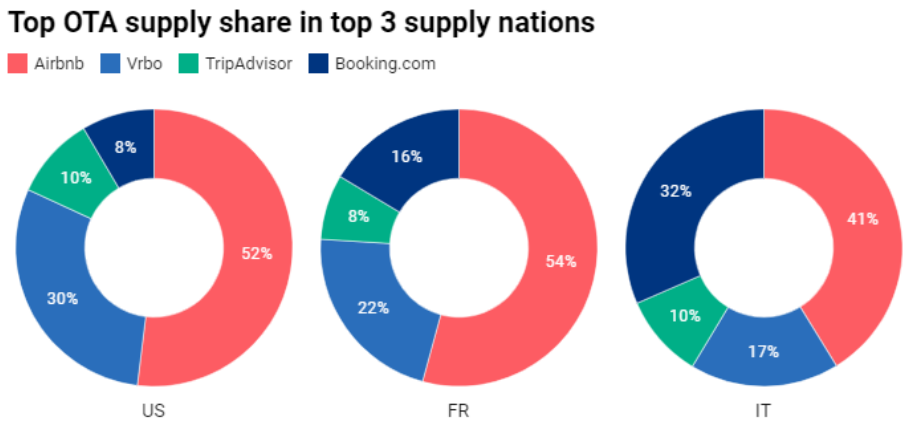
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

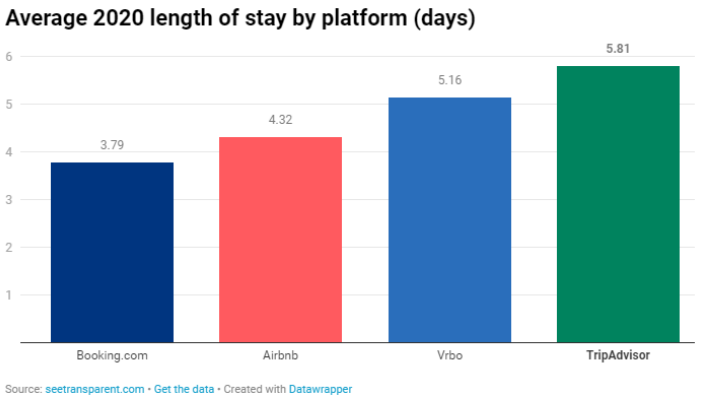
Choix des canaux de vente locations/gîtes

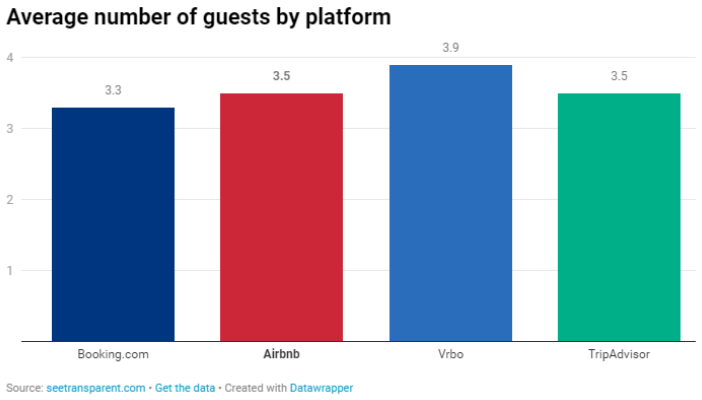
id-rezo
l'expertise etourisme

airbnb | Abritel La Famille HomeAway | Booking.com | leboncoin

Airbnb et Abritel ont les ¾ de l'inventaire en France !







Mais Booking vient juste de rentrer dans la course…

10 % du chiffre d'affaires de Booking en 2018 était lié à la vente de locations, en août 2020 cela représentait 40 % ! (contexte COVID à prendre en compte). (Source : Blog Elloha)

Gîtes de France | misterb&b | VAOVERT | Emmène TonChien.com | GrandsGites.com Hébergements de grande capacité en France | Gite de groupe

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

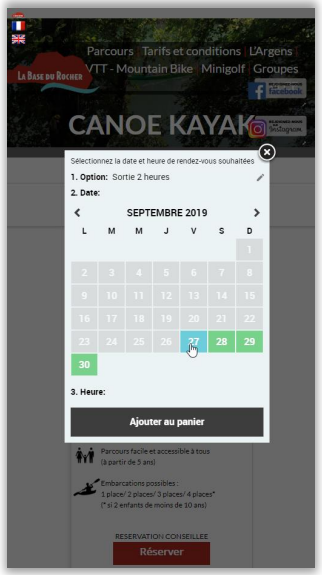
Nom + établissement	Question 1	Question 2
LA FERME DES EPIS	Comment promouvoir ses activités et leur commercialisation lorsque notre plateforme de réservation ne peut permettre de réserver par heure les activités?	Quelle plateforme utiliser pour commercialiser ses activités?

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

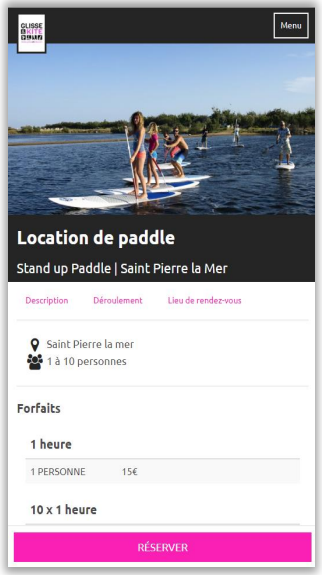
Avoir un bon site web marchand !

id-rezo
l'expertise etourisme

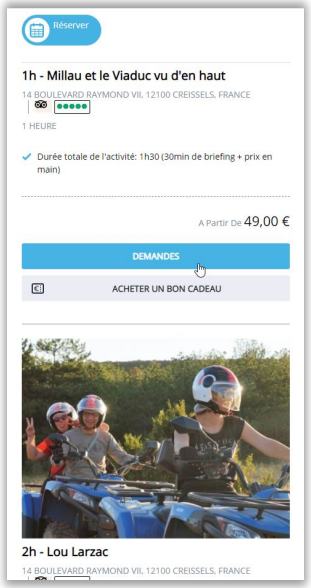
REGIONDO Activity Booking Software



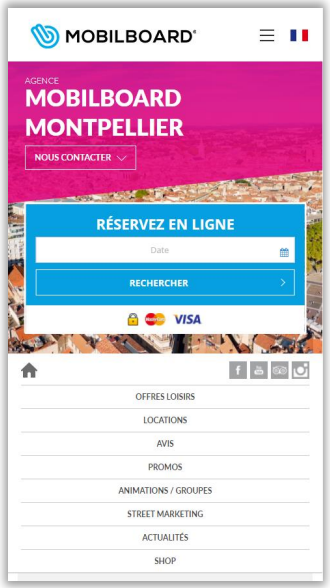
GUIDAP



bookingkit



elloha



La qualité de vos interfaces de vente n'est pas un détail (simples et ergonomiques).

Principales solutions de vente en ligne :

Orientées « activités de loisirs » :

REGIONDO Activity Booking Software, elloha, ADDOCK Connecting Experiences, bookingkit, GUIDAP, TREKKSOFT, FAREHARBOR, BÓKUN, amadeus Sherpa, bloowatch, AWOO, Qweekle, VAKARIO IT for Outdoor Sport, activitour, Activiteez PRO

...

Orientées « billetterie évènement » :

SecuTix, billetweb, Eventbrite, helloasso, weezevent, festik, digitick systems, VIVATICKET

...

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Qui vend les activités de loisirs en ligne ?

Tourisme → Culture

Get Your Guide
TripAdvisor
smartbox
Wonderbox
GROUPON
Agences réceptives
Funbooker
Offices de Tourisme
ACTIVITES by DECATHLON
Tiqets
CEETIZ
digitick group
fnac
france billet
panda ticket
ticketmaster
Expedia Local Expert
musement
kazaden
Sport Découverte
SportRIZER
KLOOK
airbnb
Booking.com
musement
Google

- Clientèles étrangères
- Clientèles indiv en séjour
- Clientèles locales
- Clientèles groupe et BtoB
- Billetterie évènements concerts …
- Clientèles indiv françaises (hors saison)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + établissement	Question 1	Question 2
PETITES MEUTRES ENTRE AMIS	Quels sont les moyens à notre disposition pour faire connaître notre e-boutique d'activités ? Une fois celle-ci créée, comment peut-on la diffuser efficacement ?	Quels sont les éléments à faire paraître sur une page Produit pour attirer l'œil du client et également légalement, a-ton des mentions à faire paraître obligatoirement ?

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Présentation de l'offre > s'inspirer des meilleurs

id-rezo
l'expertise etourisme

Caen: vol panoramique privé au-dessus de la Normandie

Groupe privé

Durée : 1,5 heures

À partir de
140 €
par personne

Mémorial de Caen : billet d'entrée

Valable : 1 jour

4.6
189 avis

À partir de
19,80 €
par personne

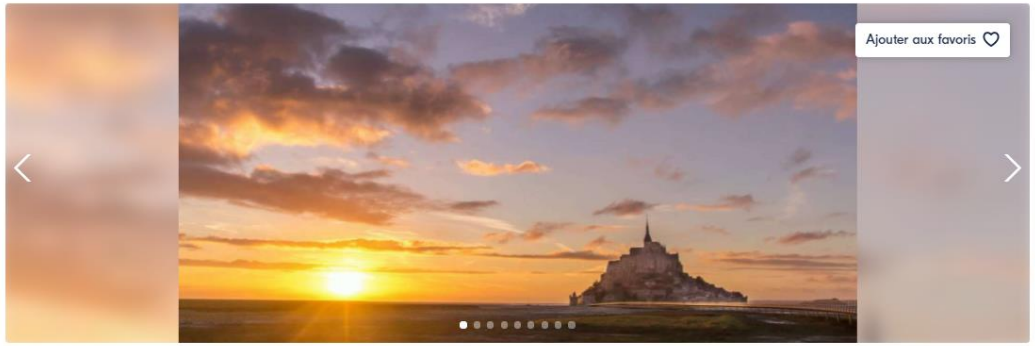
Caen: vol touristique privé sur la côte normande

Groupe privé

Durée : 45 minutes

À partir de
90 €
par personne

Caen: vol panoramique privé au-dessus de la Normandie



Décollez de Toulouse pour un vol panoramique en micro avion avec un pilote local. Admirez la vue sur le Mont Saint Michel et la côte normande d'en haut.

À partir de
140 €
par personne

Réserver

L'offrir en cadeau

À propos de cette activité

Durée 1.5 heures
Heures de début 09:00, 14:00

Confirmation immédiate

Chauffeur
Français, Anglais

Groupe privé

Annulation facile
Annulation jusqu'à 24 heures à l'avance pour un remboursement intégral

Mesures de prévention contre le COVID-19
Des mesures de santé et de sécurité spéciales sont en vigueur. En savoir plus

Les bons de confirmation imprimés ou sur mobile sont acceptés
Utilisez votre téléphone ou imprimez votre bon

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + établissement	Question 1	Question 2
ANGELIQUE DELANGLE ARBR'EN CIEL	EST IL POSSIBLE QUE QUELQU'UN EXTERIEUR A NOTRE ETABLISSEMENT MODIFIE LES JOURS ET HORAIRES DE NOTRE ETABLISSEMENT SUR GOOGLE MY BUSINESS ? Petit souci rencontré en février, le parc était fermé mais les clients appelaient pour se plaindre car google affichait le contraire, en effet, les horaires changeaient indépendamment de notre volonté. Nous étions obligés de les modifier pratiquement tous les jours. Comment est-ce possible ?	Nous utilisons Qweekle comme système de gestion caisse, réservation, devis, facture qui correspond parfaitement aux contraintes de nos activités mais nous n'avions pas encore osé l'utiliser pour la réservation en ligne sur notre site web car nous avons des activités multiples et complexes. Nous avons commencé à l'utiliser cette année pour des évènements spécifiques comme les nocturnes halloween et également les bons cadeaux et c'est vrai que c'est très appréciable, une fois que tout est bien paramétré. Il n'y a plus rien à faire, c'est un gagne temps extraordinaire. Je pense que nous allons profiter de la refonte totale de notre site web pour passer au 100 % réservation en ligne cette saison. Avez-vous quelques conseils pour démarrer l'aventure ? larté / visibilité pour les clients etc …

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Les leviers pour développer ses ventes (activités)

id-rezo
l'expertise etourisme

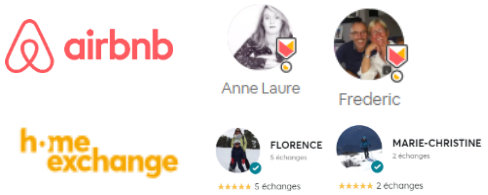
1. Soigner ses prescripteurs locaux.
2. Soigner ses fiches et ses avis Google My Business et TripAdvisor.
3. Avoir un bon site web marchand.
4. Soigner son référencement naturel.
5. Ne pas négliger le support papier et sa diffusion.
6. Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.
7. Travailler une communication virale via les réseaux sociaux à destination des clientèles en séjour et des locaux.
8. Utiliser les distributeurs pour capter une clientèle plus large et favoriser l'effet « Billboard ».

>> Jouer collectif avec sa destination.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#1 Soigner sa relation « prescripteur » afin d'encourager la recommandation …

id-rezo
l'expertise etourisme



Faire découvrir sa structure aux acteurs locaux et aux habitants : invitation au lancement de saison, clôture de saison, anniversaire de la structure, etc.

Permettre aux acteurs locaux et aux habitants de tester vos prestations : invitations, gratuités, remises de 50%, tarifs « habitant », tarifs « prix coûtant » sur quelques dates, etc.

Diffuser des codes promo en local pour inciter à la recommandation *(via les réseaux sociaux, via les messagerie Airbnb, home exchange, etc.)*

Proposer des avantages aux locaux qui vous recommandent.

Proposer de l'affiliation (une commission) aux prestataires locaux qui vous recommandent.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]

airbnb

Colmar | Ajoutez des dates | Ajoutez des voyageurs

Mode hôte

+ de 300 séjours

Logements : Colmar

Conditions d'annulation flexibles | Type de logement | Prix | Plus de filtres

Saisissez les dates et le nombre de voyageurs pour voir le prix total par nuit.

Avant de réserver, consultez les restrictions de voyage liées au COVID-19. En savoir plus

Classement par ordre de pertinence

SUPERHOST — Free parking

Logement entier à Colmar
Hypercentre - City center + parking
4 voyageurs · 1 chambre · 2 lits · 1 salle de bain
Hôte : une entreprise · Arrivée autonome · Wi-Fi · Cuisine
★ 4,90 (338)

SUPERHOST

Logement entier à Colmar
Colmar historique avec vue
5 voyageurs · 1 chambre · 3 lits · 1 salle de bain
Arrivée autonome · Wi-Fi · Cuisine · Sèche-linge
★ 4,88 (81)

SUPERHOST

Logement entier à Colmar
Appartement centre historique
4 voyageurs · 1 chambre · 1 lit · 1 salle de bain
Wi-Fi · Cuisine
★ 4,88 (188)

SUPERHOST

Logement entier à Colmar
Appartement haut de gamme au centre ville Colmar

Actualiser la recherche quand je déplace la carte

QUARTIER SAINT-LÉON

airbnb — Commencez votre recherche — Mode hôte

Hypercentre - City center + parking

★ 4,90 (338) · Superhost · Colmar, Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine, France

Partager | Enregistrer

Free parking

Afficher toutes les photos

Logement entier. Hôte : Julien
4 voyageurs · 1 chambre · 2 lits · 1 salle de bain
Afficher les informations de l'entreprise >

Logement entier
Vous aurez le logement (appartement) rien que pour vous.

Nettoyage renforcé
Cet hôte s'engage à appliquer le processus de nettoyage renforcé en 5 étapes d'Airbnb. En savoir plus

Arrivée autonome
Vous pouvez entrer dans les lieux avec une boîte à clé sécurisée.

Ajoutez des dates pour voir le prix ★ 4,90 (338)

ARRIVÉE: Ajouter une date | DÉPART: Ajouter une date
VOYAGEURS: 1 voyageur

Vérifier la disponibilité

Signaler cette annonce

airbnb

Contactez Julien

Julien répond généralement sous une heure

Ce qu'il faut attendre de votre séjour

Se rendre sur place

- Parking gratuit sur place.
- L'arrivée dans ce logement commence à 14:00 et le depart à 10:00.

Détails de la maison et règlement intérieur

- Non fumeur. Pas d'animaux. Pas de fête ni de soirée.

Prix et disponibilité

- Bénéficiez d'une réduction de 10 % pour les séjours supérieurs à une semaine ou de 25 % pour les séjours supérieurs à un mois.

Vous avez une autre question à poser à Julien ?

Votre message ici

Envoyer le message | Retour

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

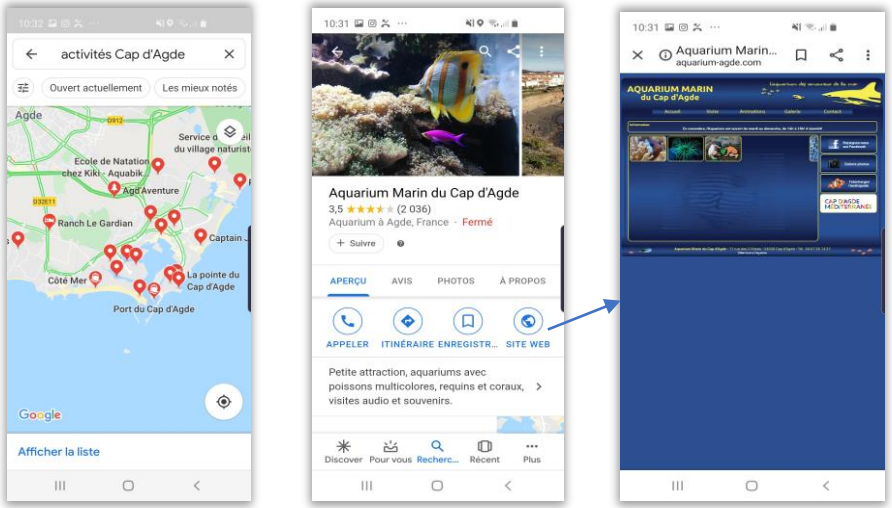
#2 Soigner sa fiche Google My Business et TripAdvisor

id-rezo
l'expertise e-tourisme

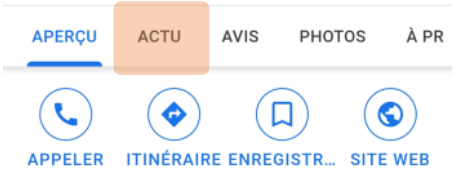
Être présent sur les principaux services en ligne utilisés par les touristes en mobilité.

Google

Google My Business

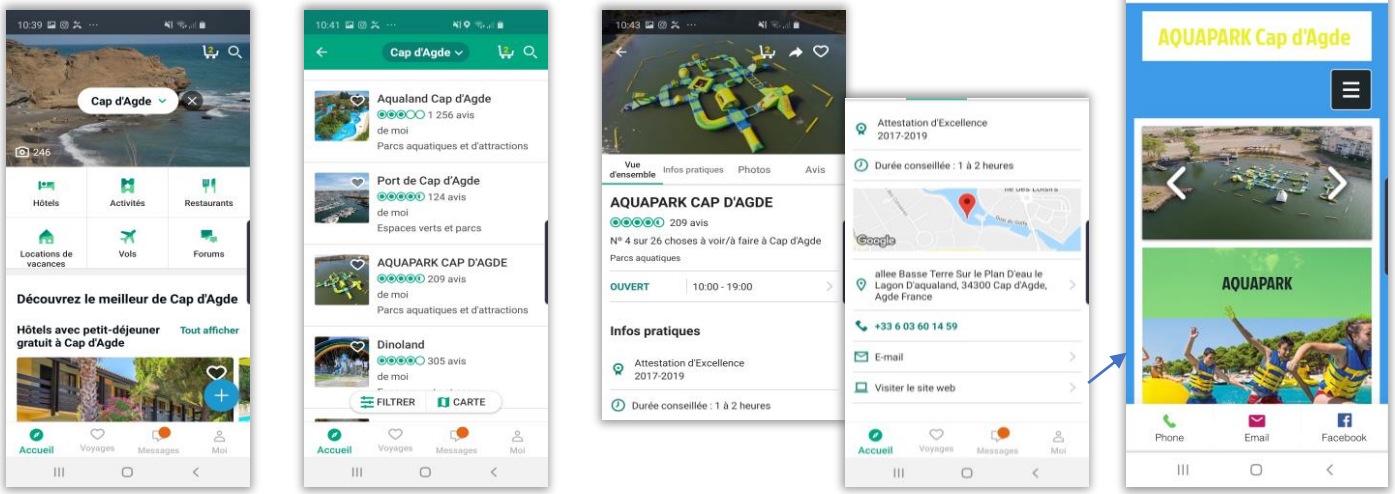


Important : Google Post pour mettre en avant ses promos et ses actus directement dans les résultats de recherche de Google !



tripadvisor

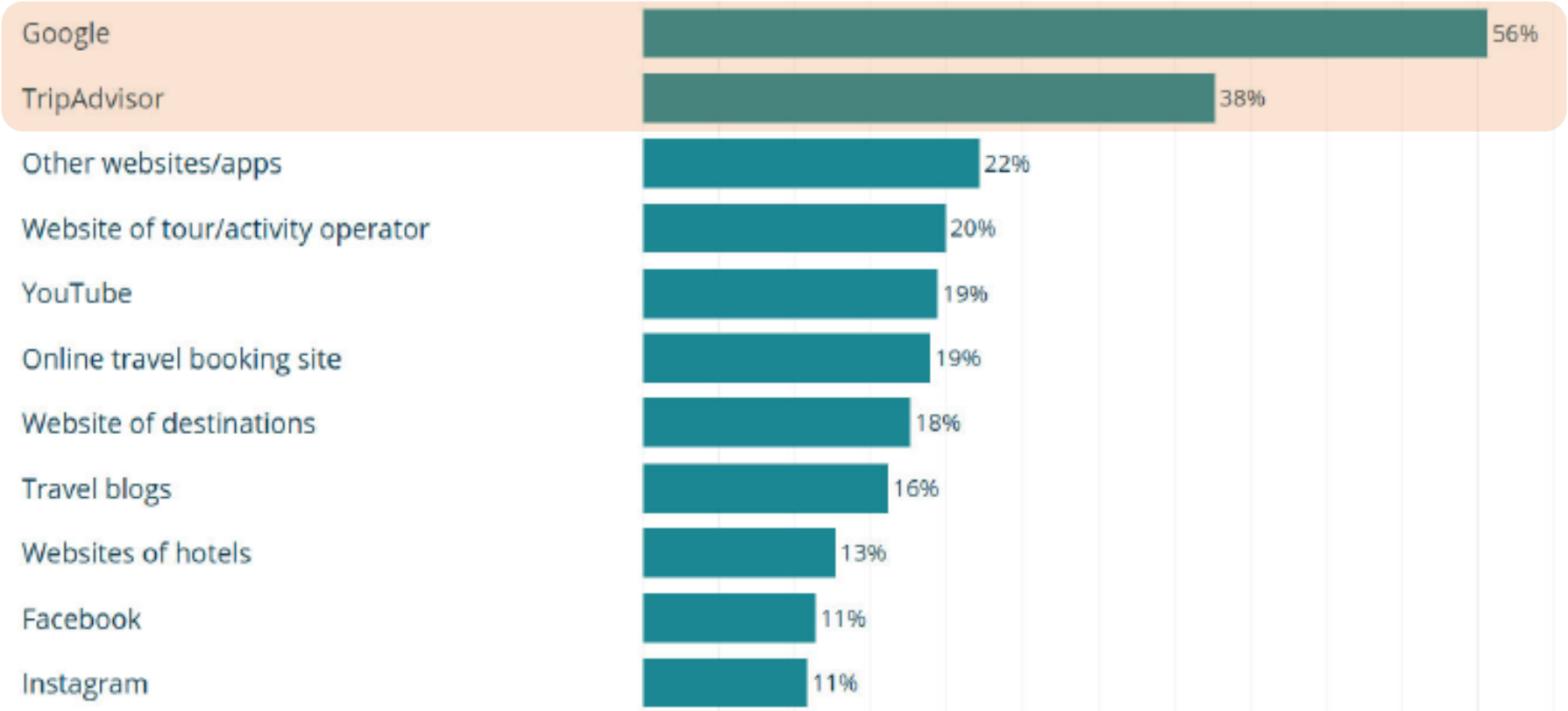
Tripadvisor.fr/Owners



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]

Figure 5: How Travelers Reseach Activities & Tours Online



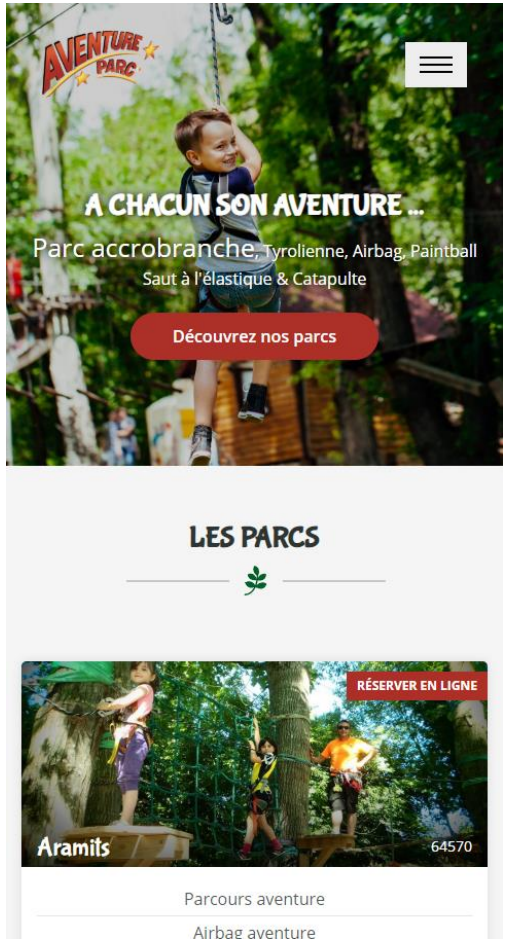
Arival Traveler Insights 2018: 1,000 French, 1,000 German, 1,000 U.K. active travelers, August 2018

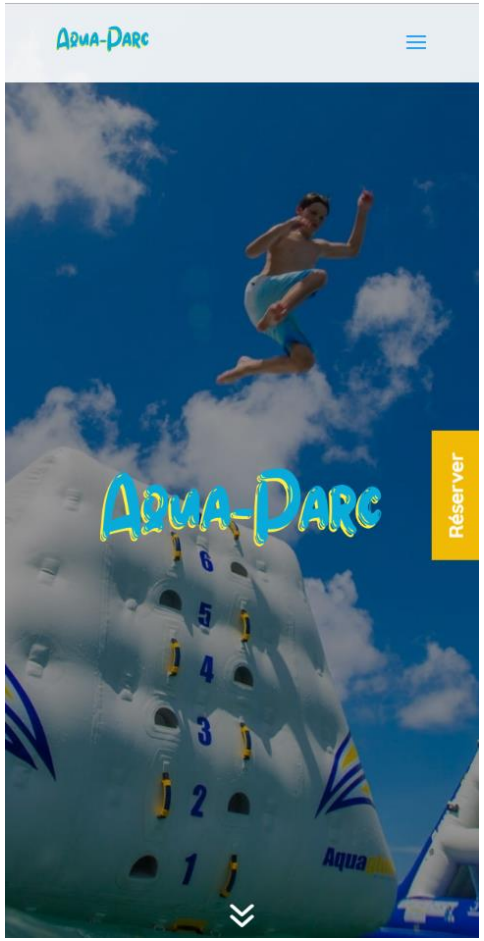
ARIVAL

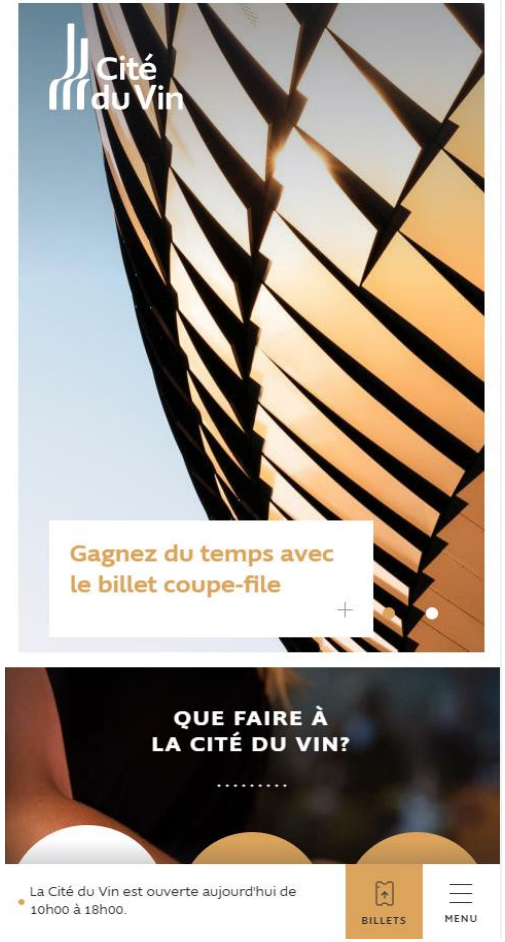
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#3 Avoir un bon site web marchand !

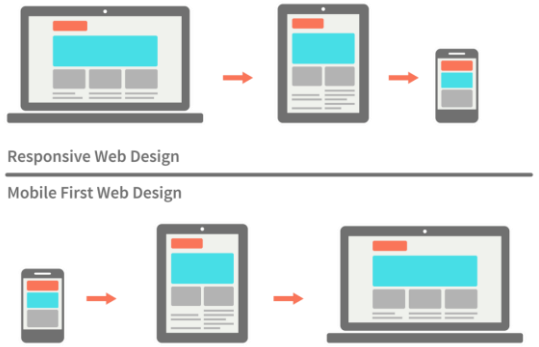
id-rezo
l'expertise etourisme

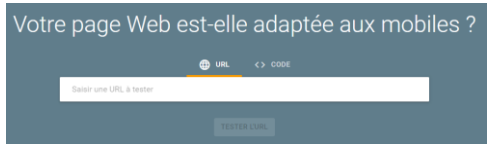






Un site « mobile friendly »





Présentant clairement les mesures mises en place sur le plan sanitaire

Annonce évidente sur page d'accueil qui oriente sur une page dédiée

+

FAQ sur les fiches « produit »

« Je touche quoi ? Je croise qui ? Je mange quoi ? »

…

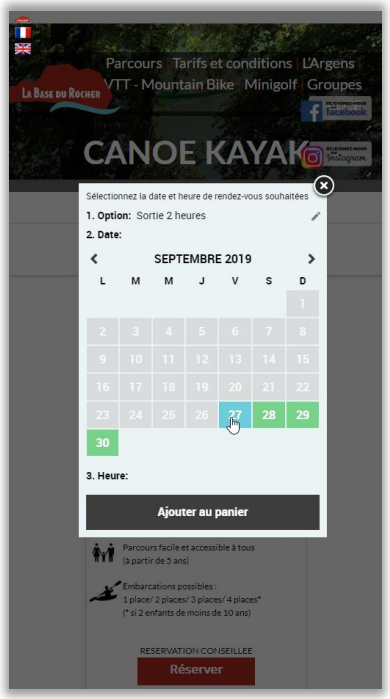
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#3 Avoir un bon site web marchand !

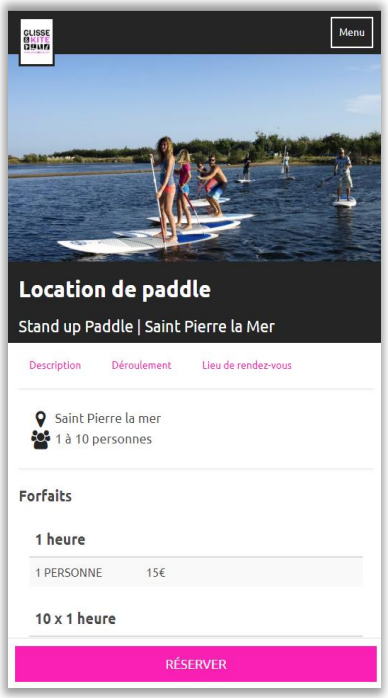
id-rezo
l'expertise etourisme

Proposer la réservation en ligne en direct

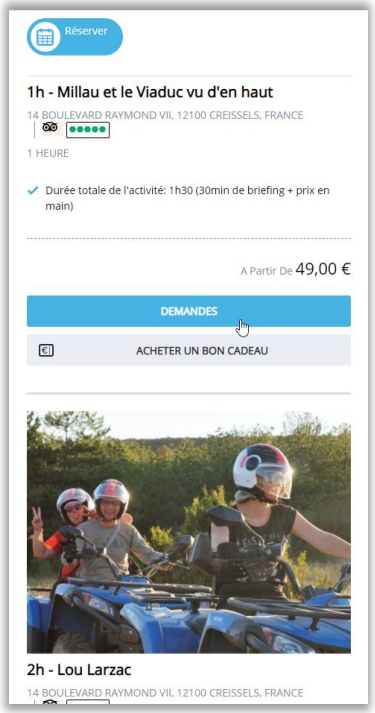
REGIONDO
Activity Booking Software



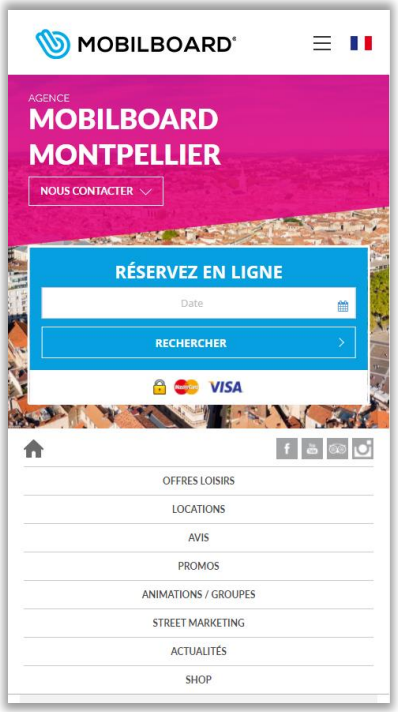
GUIDAP



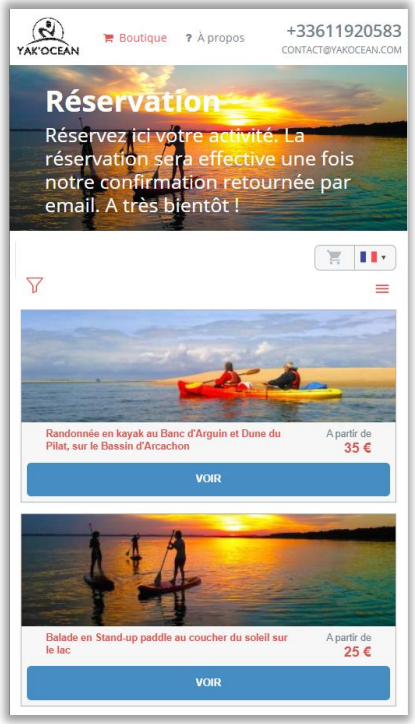
bookingkit



elloha



ADDOCK
Connecting Experiences



La qualité de vos interfaces de vente n'est pas un détail (simples et ergonomiques).

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]

- La solution idéale en tout point de vue n'existe pas.
- Il y a des critères discriminants pour choisir une solution de vente :
  - La gestion de « ressources » (globalement les outils « billetterie » ne le font pas).
  - Le fait de proposer un support en français.
  - La gestion automatisée des annulations et des remboursements.
  - La validation manuelle des réservations et/ou la gestion de jauges minimum pour déclencher la confirmation automatique des réservations.
  - Le fait d'avoir un outil de caisse connecté au système de vente en ligne d'activités aux normes françaises.
  - Le système d'encaissement (problématique pour les EPIC ou les Régies).
  - La gestion du contrôle d'accès.
  - Le placement numéroté en salle. (Globalement les systèmes de vente « activités » n'en n'ont pas).
  - Le fait de proposer un Channel Manager connecter aux principaux distributeurs d'activités.

Principales solutions de vente en ligne :

Orientées « activités de loisirs » :

GUIDAP, bloowatch, ADDOCK, bookingkit, AWOO, REGIONDO, TREKKSOFT, FAREHARBOR, BÓKUN, Checkfront, rezgo, elloha, Qweekle, rezdy, Activiteez PRO, ultinow, Sherpa, VAKARIO, activitour

...

Orientées « billetterie évènement » :

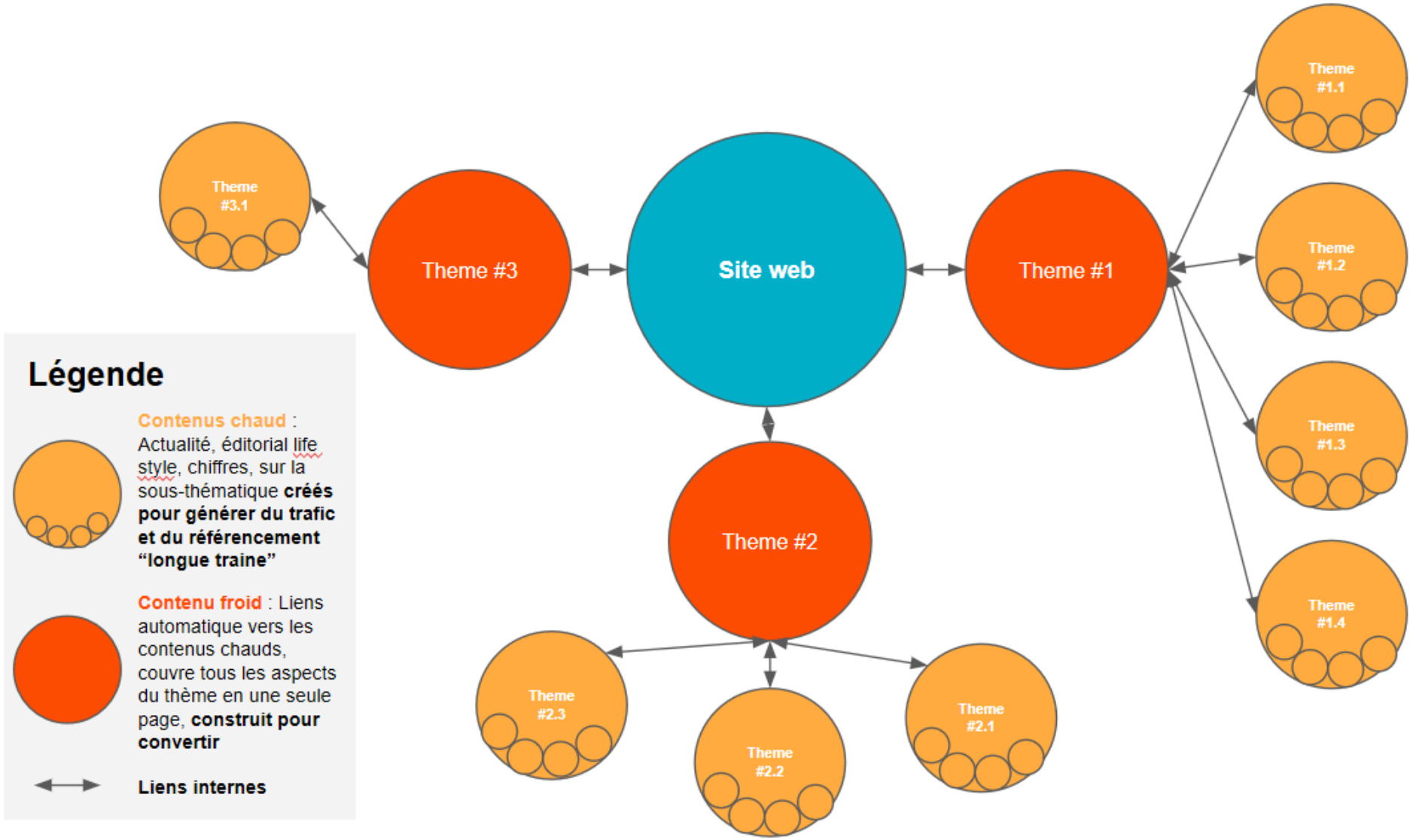
SecuTix, billetweb, Eventbrite, helloasso, weezevent, festik, digitick systems, VIVATICKET

...

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#4 Soigner son référencement naturel.

id-rezo
l'expertise etourisme



Produisez du contenu éditorial de qualité.

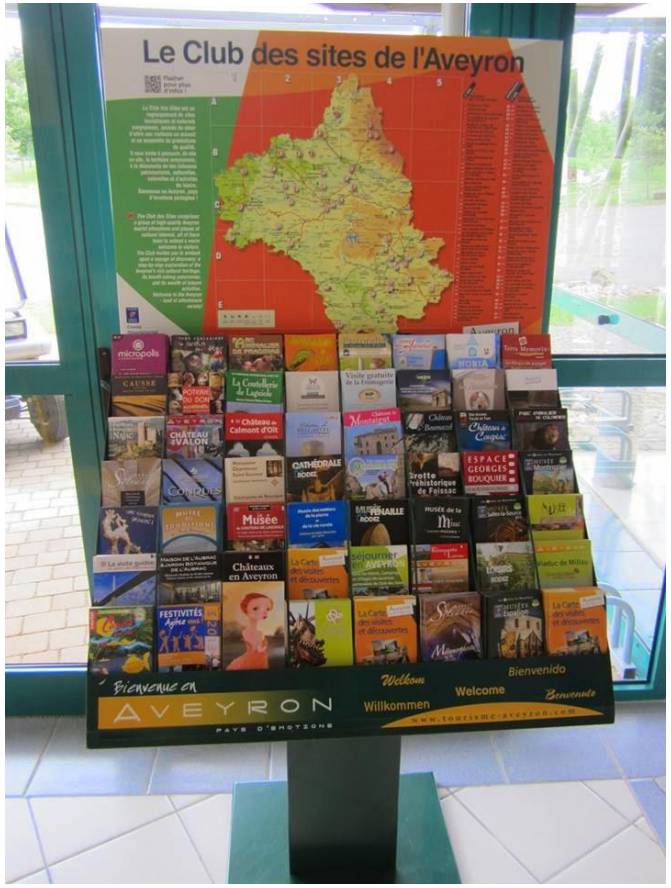
Structurez-le en grappe afin de donner du poids à vos pages stratégiques en SEO.

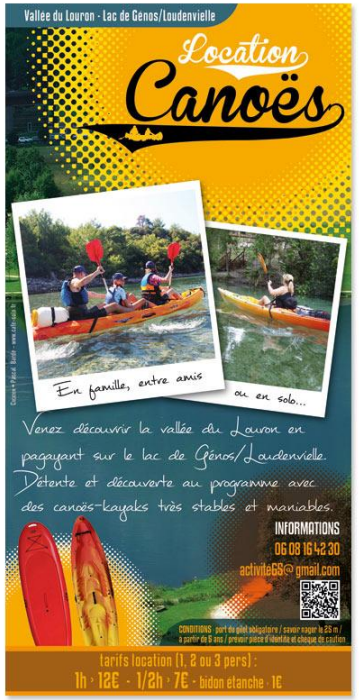
Œuvrez pour avoir des liens de qualités (backlink) sur vos pages stratégiques en SEO.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#5 Ne pas négliger le support papier et sa diffusion.

id-rezo
l'expertise etourisme



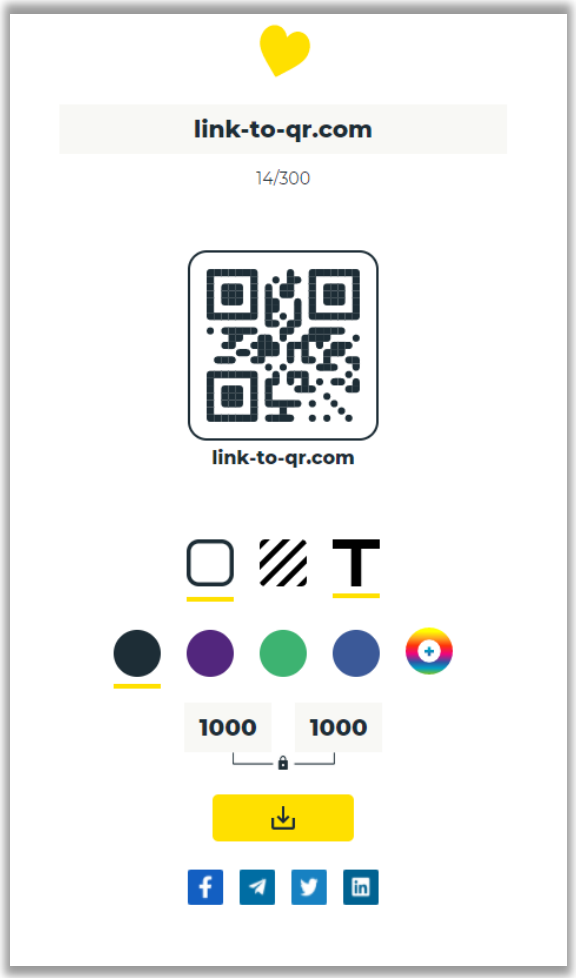


© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]

Pensez à avoir un usage intelligent du QR code sur vos docs papier :

- Code promo + lien vers la page de réservation via le QR (en plus de l'URL).
- Lien vers la page qui présente des témoignages via le QR (en plus de l'URL) : « Ils l'ont fait et ils en parlent… »
- Lien vers le positionnement Google Maps via le QR : « venir chez nous avec Google Maps ».



QR Code Generator
CRÉEZ VOTRE CODE QR GRATUITEMENT

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#6 Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.

id-rezo
l'expertise etourisme

Envoyer un email à chaque client à j-1 de la date de l'activité pour :

[Exemple]

- Lui dire que l'on attend avec impatience.
- Qu'il peut déjà se mettre dans l'ambiance en s'abonnant à notre page Facebook et Instagram.
- Lui indiquer les principales recommandations « pratiques » et le cas échéant « techniques concernant l'activité.
- Lui donner les détails importants pour ne pas se tromper de direction en arrivant.
- Lui rappeler les horaires de son activité.
- Lui indiquer la personne à contacter en cas de besoin *(n° de mobile de Gwendoline qui fait l'accueil sur place).*

Envoyer un email à chaque client à j+1 de la date de l'activité pour :

- Lui dire qu'on le remercie sincèrement d'être venu chez nous et que l'on espère qu'il a passé un super moment.
- Lui proposer de faire un retour de son expérience sur Tripadvisor (ou autres).
- Lui rappeler les avantages dont il peut bénéficier ou faire bénéficier ses amis (cf. programme de fidélité ou code promo).

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#6 Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.

id-rezo
l'expertise etourisme

Envoyer un email à chaque client à j+3 de la date de l'activité pour :

- Lui adresser quelques petites photos de son activité (si possible).

- Lui rappeler que faire un retour de son expérience sur Tripadvisor (ou autres) serait super-sympa.
- Lui rappeler les avantages dont il peut bénéficier ou faire bénéficier ses amis (cf. programme de fidélité ou code promo).
- Lui dire qu'on raconte plein de « trucs cool » sur les réseaux sociaux que l'on aimerait bien le compter parmi nos abonnés.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#6 Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.

id-rezo
l'expertise etourisme

Relancer par téléphone, chaque client ayant réservé en direct une activité chez vous en 2020 pour le remercier de son soutien.

Adresser, en priorité et en avant-première, à ses clients, les offres, les bons plans (code promo), les informations importantes concernant sa structure.

Maintenir le lien avec eux.

Faire fonctionner la prescription locale pour diffuser les offres et bons plans (code promo)…

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]

La prescription de ses amis, ses voisins, partenaires locaux…

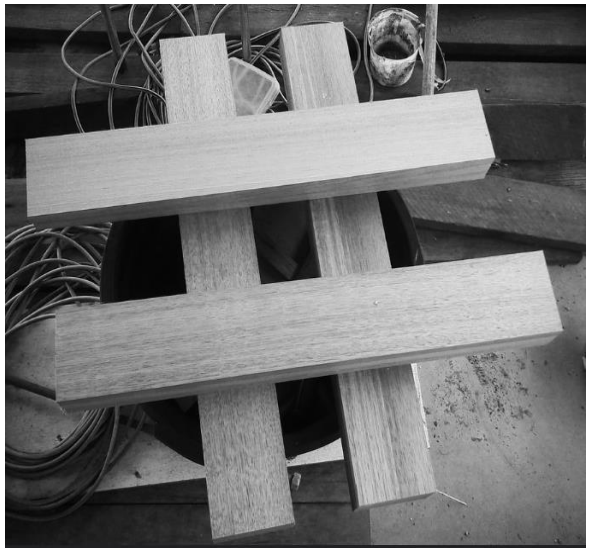
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2021

#6 Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.

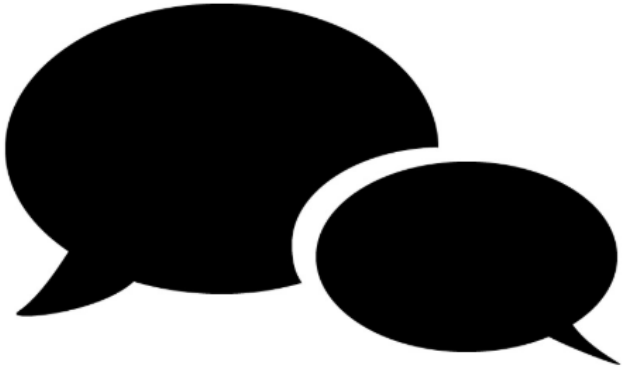
id-rezo
l'expertise etourisme

A) Encourager la publication de photos par vos clients en activité !

En mettant en scène votre hashtag dans de votre structure !



En le suggérant à vos clients !



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#6 Soigner sa relation client afin d'encourager la recommandation et rassurer.

id-rezo
l'expertise etourisme

En mettant en scène l'intérêt de vous suivre sur les réseaux sociaux !

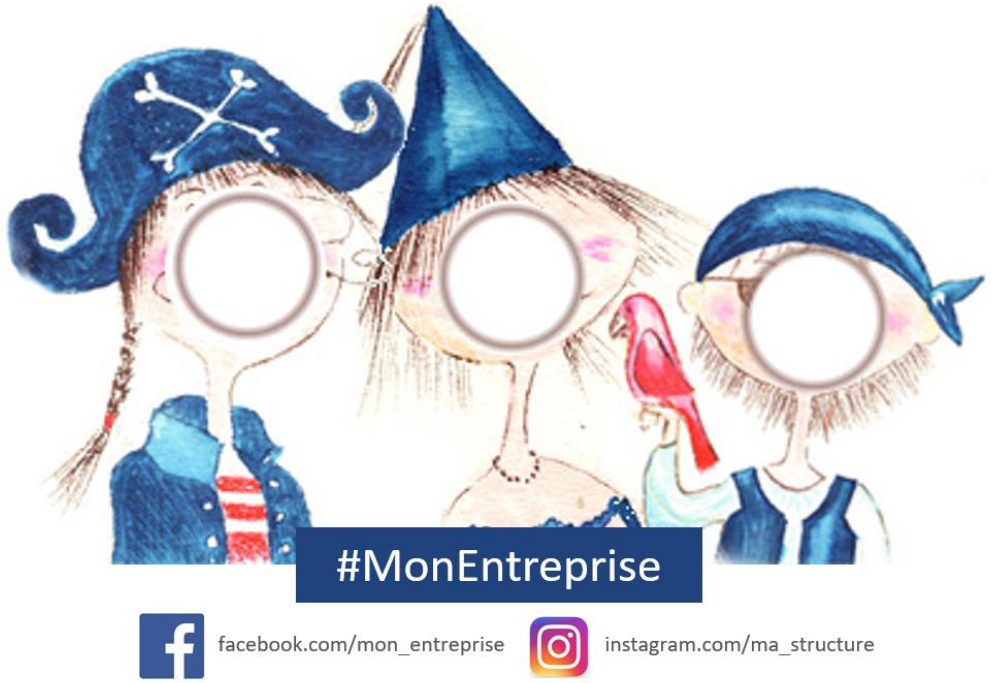
En récompensant les publications de vos clients qui contiennent votre hashtag !

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#6 Rassurer avec des contenus « utilisateur » !

id-rezo
l'expertise etourisme

En mettant à disposition des accessoires !



B) Réutiliser les meilleurs contenus dans votre communication (avec leur autorisation)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

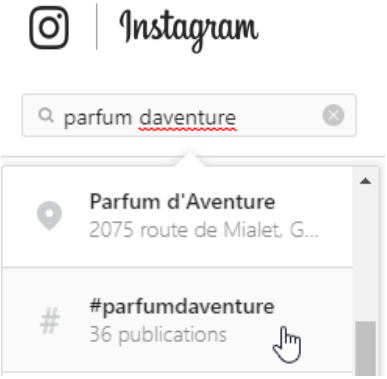
[En aparté]

Où est la vraie famille ?

[Faux]

[Vrai]

Le « vrai » existe sur les réseaux sociaux, il faut l'encourager, le valoriser et oui… l'utiliser sur ses supports !



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[Exemple]

id-rezo
l'expertise etourisme

SANTA MONICA PIER
TODAY'S HOURS:
CLOSED

MONDAY 70 °F

PACIFIC PARK
SANTA MONICA PIER

Main Menu

Inkie's Scrambler

The Scrambler has 3 sets of 4 cars; each set spins on its own axis, while the three sets spin on a central hub, like an old-fashion egg scrambler. The Scrambler has gone by many names over the years, including The Twist in the United Kingdom and the Cha Cha in Australia. Whatever you call it, the Scrambler has been thrilling riders as far back as 1938. As one of the Park's most nostalgic rides, the Scrambler spins inside the second helix of the West Coaster's elevated steel track.

Fast Facts

The Scrambler debuted at Pacific Park in 2001 and was intended to only be a temporary ride offering, but due to the ride's nostalgic appeal, it fast became one of the Park's most loved rides and has found a long-time home inside the second helix of the West Coaster.

Height Requirement to ride alone: 48"
With Chaperone: 36"

Instagram

Rechercher

manhattanbeachboxer • S'abonner

manhattanbeachboxer The world is just flying by at the #santamonicapier #santamonicaferriswheel #oldschool #sonnythesender #lalife #escapingitall

15 sem

pacpark @manhattanbeachboxer Hope you enjoyed your visit, don't wait too long to come back We'd love to feature your photo, would that be OK? Respond #YesPacificPark to let us use it

15 sem Répondre

Afficher les réponses (3)

25 J'aime

23 FÉVRIER

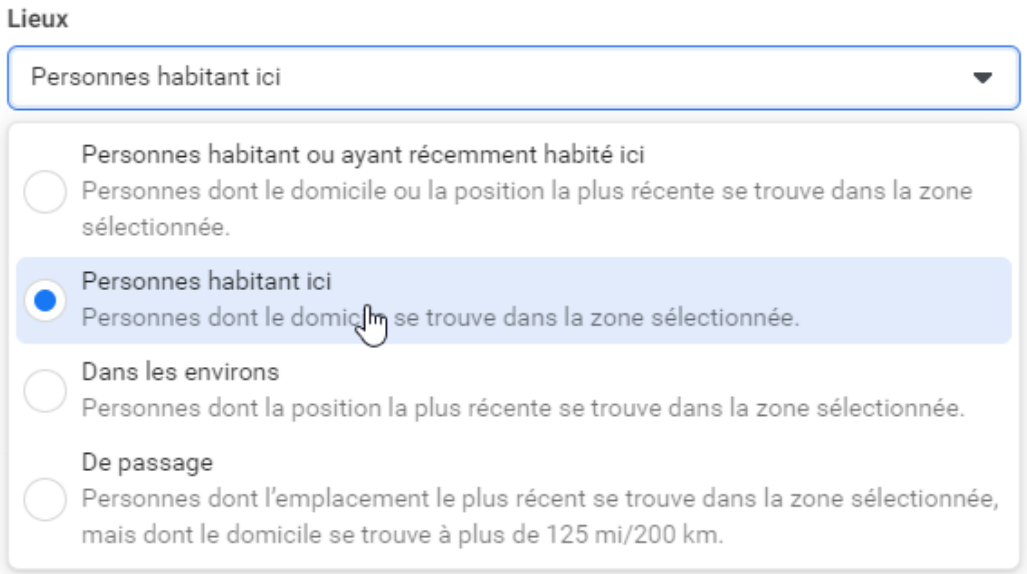
Ajouter un commentaire... Publier

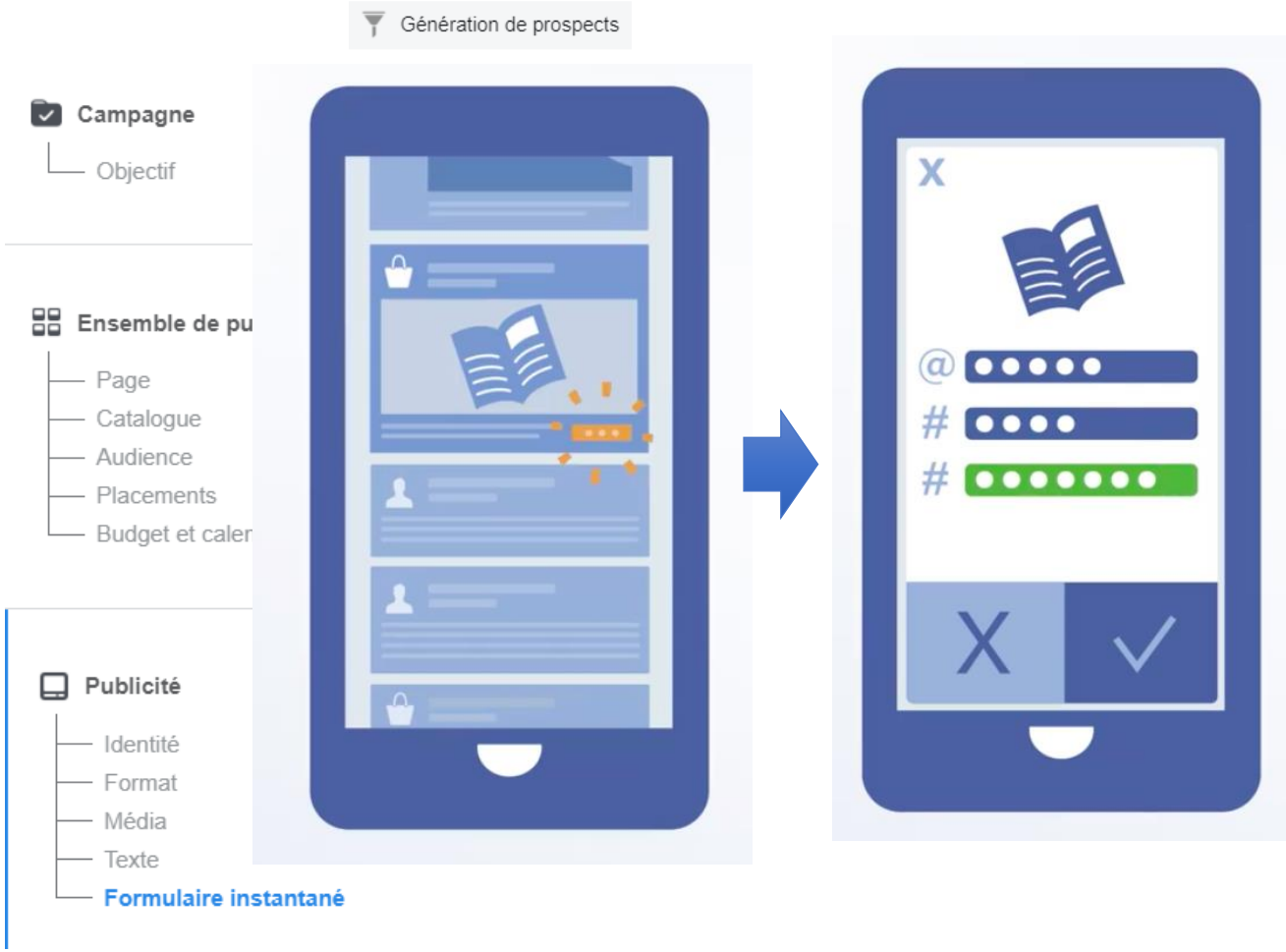
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#7 Travailler une communication virale via les réseaux sociaux à destination des clientèles en séjour et des locaux.

id-rezo
l'expertise etourisme

facebook Ads





© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

#8 Utiliser les distributeurs pour capter une clientèle plus large et favoriser l'effet « billboard »

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Tourisme — Culture

Get Your Guide
Expedia Local Expert
musement
KLOOK
smartbox
Wonderbox
GROUPON
Funbooker
kazaden
Sport Découverte
SportRIZER
Agences réceptives
Offices de Tourisme
Tiqets
CEETIZ
GOOD SPOT
digitick group
fnac
france billet
panda ticket
ticketmaster
airbnb
Booking.com
musement
Google

- Clientèles étrangères
- Clientèles indiv en séjour
- Clientèles locales
- Clientèles groupe et BtoB
- Billetterie évènements concerts …
- Clientèles indiv françaises hors saison

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

>> Jouer collectif avec sa destination.

id-rezo
l'expertise etourisme

Qui mieux que les DMO*pour répondre à la question du « Quoi faire à Destination ? »

- Les «incontournables »
  - Valent-ils vraiment le coup ? (cf. avis + tarifs)
  - Faut-il réserver avant en ligne ?
  - Ou trouver le meilleur prix ? Tarifs enfants ?
  - Est-ce que les enfants ne vont pas s'ennuyer ? …

- L'agenda du moment
  - Que se passe-t-il pendant mon séjour ?
  - Y a-t-il des animations gratuites ? Des concerts ?
  - Y a-t-il des événements adaptés aux enfants ? …

- Les balades, les randos, …
- La situation géographique des activités potentielles…
  - Quelles sont les balades sympas à proximité ?
  - Quel programme de visite demain ?
  - Quel itinéraire pour le programme de demain ?
  - Que fait-on en premier ? Y a-t-il des choses à faire, à voir, à proximité, adaptées aux enfants ? …

- Les bons plans
- Les recommandations
- Les astuces
  - Quelles activités gratuites sympas à faire en famille ?
  - Quel est le meilleur bar à tapas du coin ?
  - Où acheter de vrais bons produits locaux pas cher ?
  - Y a-t-il des parkings gratuits à xxx ? Peut-on venir à xxx depuis xxx en transport en commun ?
  - Est-il préférable de louer des vélos ? Est-ce bien sécurisé pour les enfants ? …

- La réservation d'activités
  - Peut-on gagner du temps en réservant en ligne ?
  - Y a-t-il toujours de la place demain ?
  - Y a-t-il des tarifs promo ? Famille ? …

[Facteurs clés de réussite]

- Produire le contenu éditorial qui répond aux problématiques des visiteurs sen séjour.
- Optimiser le référencement de ce contenu au regard des requêtes des visiteurs en séjour (objectif positon zéro)
- Proposer une interface web séduisante et un tunnel de vente efficace pour la faciliter la vente en ligne des activités.
- Pousser ce contenu auprès des prestataires touristiques prescripteurs
- Promouvoir ce contenu en local auprès des touristes en séjour
- Promouvoir ce contenu auprès des locaux consommateurs & prescripteurs

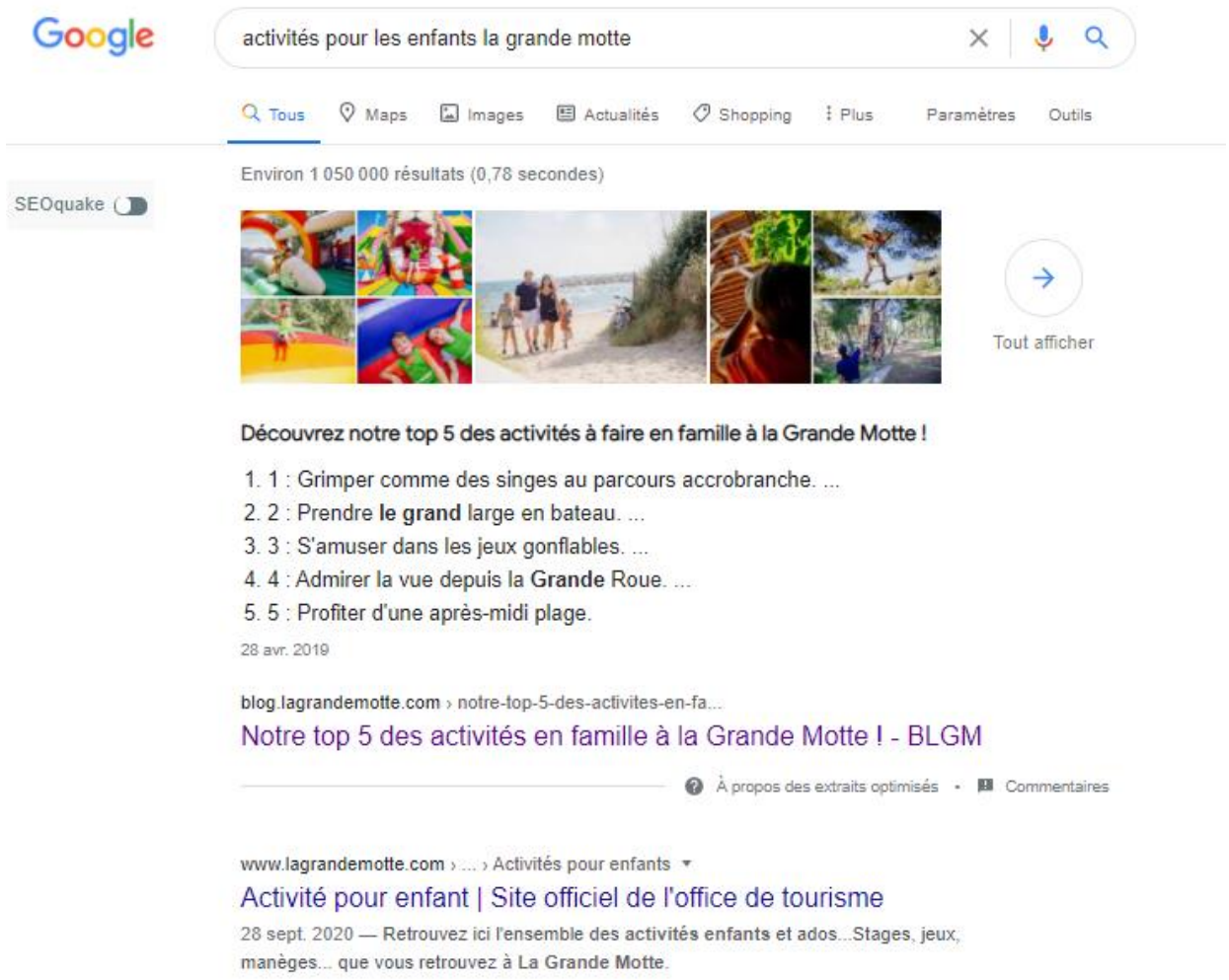
Avant → Pendant

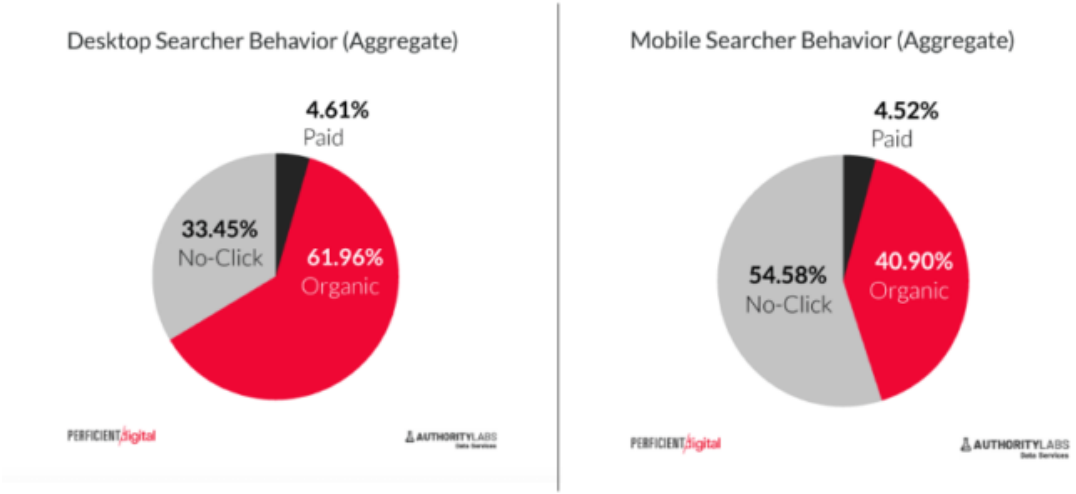
DMO* = Destination Management Organisation (Office de Tourisme, ADT, CRT…)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[En aparté]





Position Zéro =

- Je donne l'info à ceux qui ne cliquent sur rien
- J'augmente le trafic de la page (+ 600 % dans certains cas …)
- Je suis référent sur le sujet.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + structure	Question 1	Question 2
Office Intercommunal de Tourisme de Fécamp	Comment gérer l'aléa météo ? (pour les sorties en mer notamment)	J'ai été contacté la semaine dernière par décathlon, que pensez-vous de cette plate-forme entrez dehors ?

ENTREZ DEHORS
DECATHLON

=

DECATHLON ACTIVITES

COMMENT ÇA MARCHE ?

1 Devenir organisateur chez DECATHLON Activités, c'est très simple ! Créez votre activité*, gratuite ou payante, en ligne : choisissez vos dates et horaires, un titre accrocheur, une photo de qualité. Décrivez l'ambiance et la philosophie de votre cours pour donner envie à vos futurs participants, publiez, et le tour est joué !

2 Gérez simplement vos activités grâce à votre tableau de bord qui récapitule votre planning, les notes laissées par vos participants et vos paiements éventuels. Vous pouvez aussi utiliser la messagerie pour contacter les inscrits.

3 Percevez vos revenus automatiquement, au maximum 7 jours après la fin de vos activités payantes, grâce à notre partenaire bancaire Stripe (seuls les frais bancaires de 0,25€ + 1,4% sur chaque inscription seront prélevés).

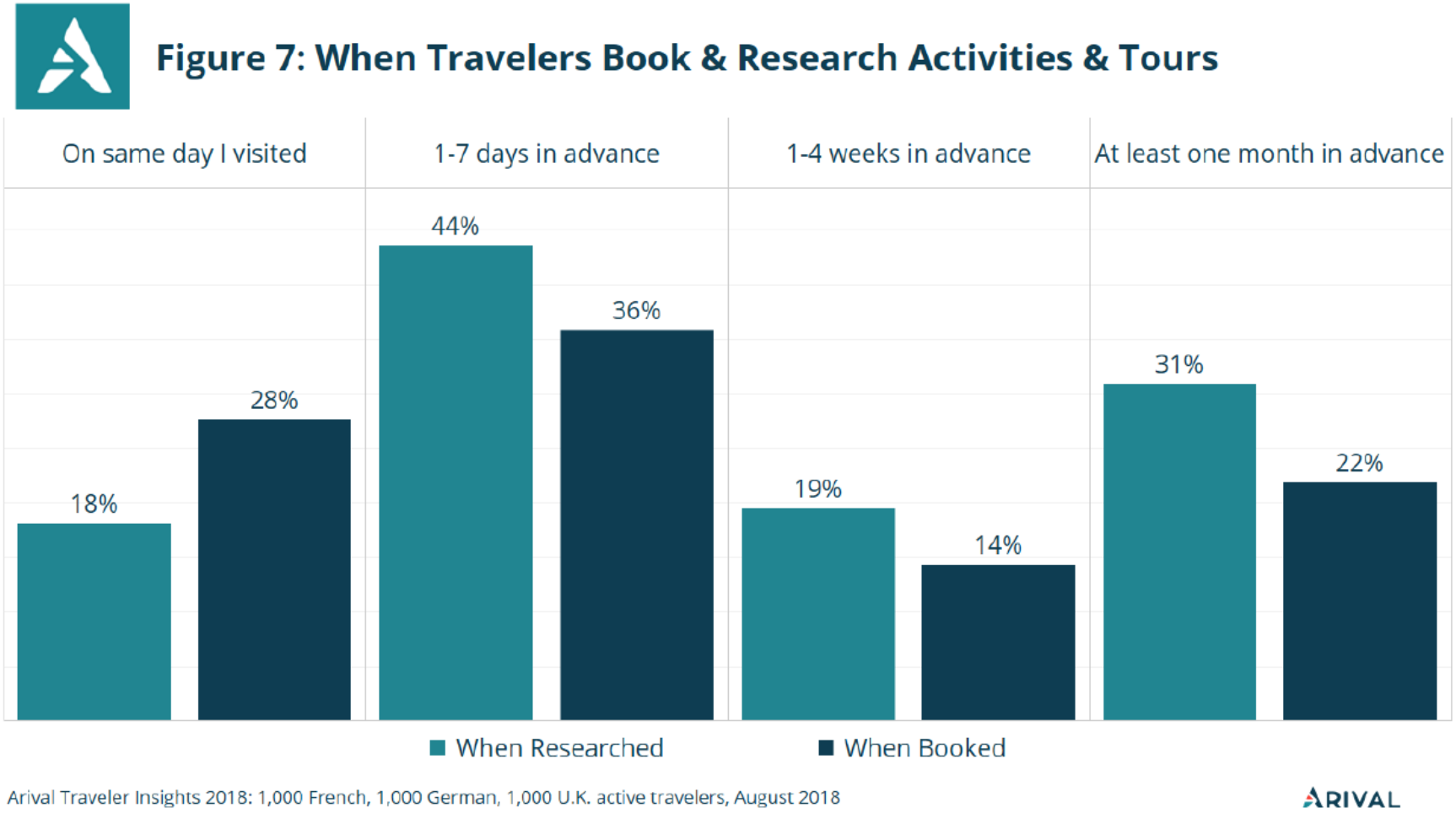
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Nom + établissement	Question 1	Question 2
Office de Tourisme du Cotentin	Comment organiser des sessions découverte de prestations à destination des locaux/prescripteurs. Avez-vous des exemples ?	> Est-il pertinent de s'efforcer de proposer des solutions de package dynamique quand on sait que la résa de l'hébergement se fait bien en amont des activités ? > Pour les campagnes Google/Facebook Ads, quel est le bon timing pour mettre en avant une offre ?

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

id-rezo
l'expertise etourisme

La recherche et la réservation d'activités ne se font pas en même temps que la recherche et l'achat d'hébergement ou de transport.



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

id-rezo
l'expertise etourisme

La recherche et la réservation d'activités ne se font pas en même temps que la recherche et l'achat d'hébergement ou de transport.

85% des voyageurs d'agrément ne décident d'activités qu'après être arrivés à destination.

Près de neuf voyageurs sur 10 s'attendent à ce que leur fournisseur de voyages partage des informations pertinentes pendant leur voyage.[1] et 67% des voyageurs se sentent plus fidèles envers une société Voyage qui partage des informations au cours de leur voyage qui améliore leur expérience Voyage. [1]

Recherches mobiles pour « choses à faire / activités » plus « près de moi » ai vu une 6X augmentation au cours des deux dernières années.

Données Google

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020