

Atelier Tourisme et Numérique : Les Bonnes Pratiques

LUNDI 19 AVRIL 2024



pays de serres
en quercy
OFFICE DE TOURISME
INTERCOMMUNAL



Ordre du jour

1. L'importance du Numérique dans le Tourisme

2 : Les Fondamentaux du Marketing Numérique

- Le site web
- Le référencement (SEO)
- Les réseaux sociaux

3. Gestion de la Réputation en Ligne

4. Outil Numérique Pratique pour le Tourisme, l'I.A.



L'importance du Numérique dans le Tourisme

Internet et les réseaux sociaux sont devenus des outils indispensables pour les voyageurs, parce qu'ils influencent leurs décisions

Selon une étude récente (*Hilton*), **80 % des voyageurs** préfèrent

planifier leurs vacances entièrement en ligne : recherche destinations, hébergements, activités, avis de voyageurs.

Près de la moitié des voyageurs (**41 %** - *Mintel*) utilisent les **réseaux sociaux** pour **découvrir de nouvelles destinations touristiques**.

Plus de la moitié des voyageurs utilisent des **plateformes** comme Booking.com, ou Airbnb pour **rechercher** et **réserver** leurs **hébergements**.

Les vidéos et les images jouent un rôle essentiel dans l'inspiration des voyages, avec près de **70 %** des voyageurs affirmant être **influencés** par du **contenu visuel** lorsqu'ils planifient leurs vacances (*Hobspot*).



Les Fondamentaux du Marketing Numérique

En combinant un site web bien conçu, une présence active sur les réseaux sociaux et une stratégie efficace de référencement, vous pouvez créer une solide base pour votre marketing numérique et atteindre vos objectifs commerciaux.

le Site Web : vitrine en ligne pour votre activité, où les clients potentiels peuvent en apprendre davantage sur vos produits, services et valeurs.

▷ doit être **intuitif**, convivial et **optimisé** pour les **moteurs de recherche** (Google, Bing, Yahoo, etc...)

▷ configuration **Mobile first** : les pages du site web sont tout d'abord créées pour les smartphones et les tablettes puis évoluent ensuite progressivement pour s'adapter aux ordinateurs.



▷ doit **répondre aux attentes des internautes** :

- photos,
- vidéos,
- géolocalisation,
- services ou infos utiles au bon déroulement du séjour,
- avis clients.

▲ **Toutes ces informations doivent être mises à jour régulièrement, les plus complètes possibles !**

▲ **Si la clientèle est internationale, le site devra être traduit en plusieurs langues, a minima en anglais.**



▷ **le + : la réservation en ligne**

- **Accessibilité 24/7** : les visiteurs peuvent réserver à tout moment.
- **Confort et praticité** : les voyageurs peuvent réserver depuis n'importe où.
- **Gestion simplifiée** : les entreprises touristiques peuvent gérer plus efficacement les réservations grâce à des systèmes de gestion en ligne, ce qui réduit les risques d'erreurs et de sursréservations.
- **Suivi et rétroaction** : les plateformes de réservation en ligne permettent souvent aux clients de laisser des commentaires et des évaluations après leur expérience, ce qui peut être précieux pour améliorer les services.



Le Référencement (SEO) : (Search Engine Optimization)

« Optimisation pour les moteurs de recherche » : ensemble de techniques permettant d'améliorer le positionnement d'un site web dans les moteurs de recherche afin de le rendre visible auprès des internautes.

▷ Il comprend des stratégies telles que l'**optimisation des mots clés**, la création de **contenu de qualité**, l'**optimisation des balises méta** (éléments HTML tels que titre de la page, résumé concis du contenu de la page), et la **création de liens**.

▷ Un bon référencement permet d'**augmenter la visibilité de votre site web** et d'attirer **un trafic qualifié** (visiteurs susceptibles d'être intéressés par votre activité), pour faire croître vos ventes.

▲ Les évolutions récentes du SEO incluent une **importance croissante de l'expérience utilisateur** : avec des facteurs comme la vitesse de chargement des pages et la convivialité mobile de plus en plus cruciaux.



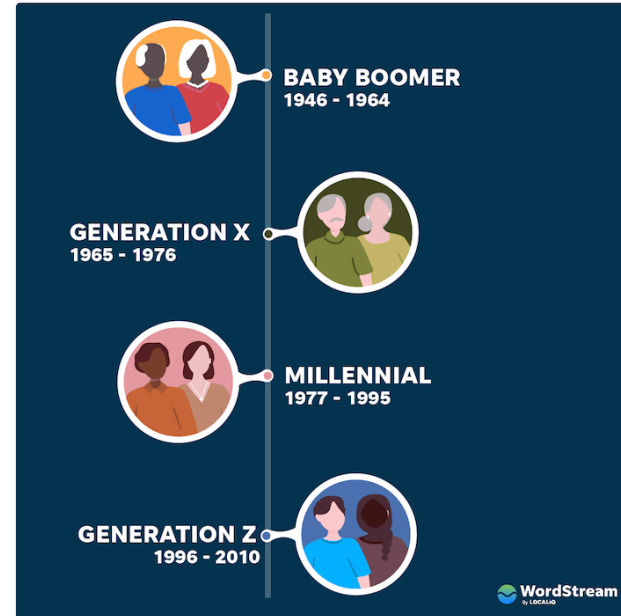
Les Réseaux Sociaux offrent une plateforme pour interagir directement avec votre public cible (4,88 milliards d'utilisateurs dans le monde, soit plus de 60% de la population).

▷ permettent de **partager du contenu pertinent**, d'engager les utilisateurs et de **créer une communauté autour de votre activité**.

▷ **chaque plateforme sociale** a ses propres **caractéristiques** et **publics cibles**, il est donc important de choisir celles qui correspondent le mieux à votre activité.

Aujourd'hui 4 générations se retrouvent sur les réseaux sociaux !

▲ Votre audience a donc entre 13 et 77 ans.

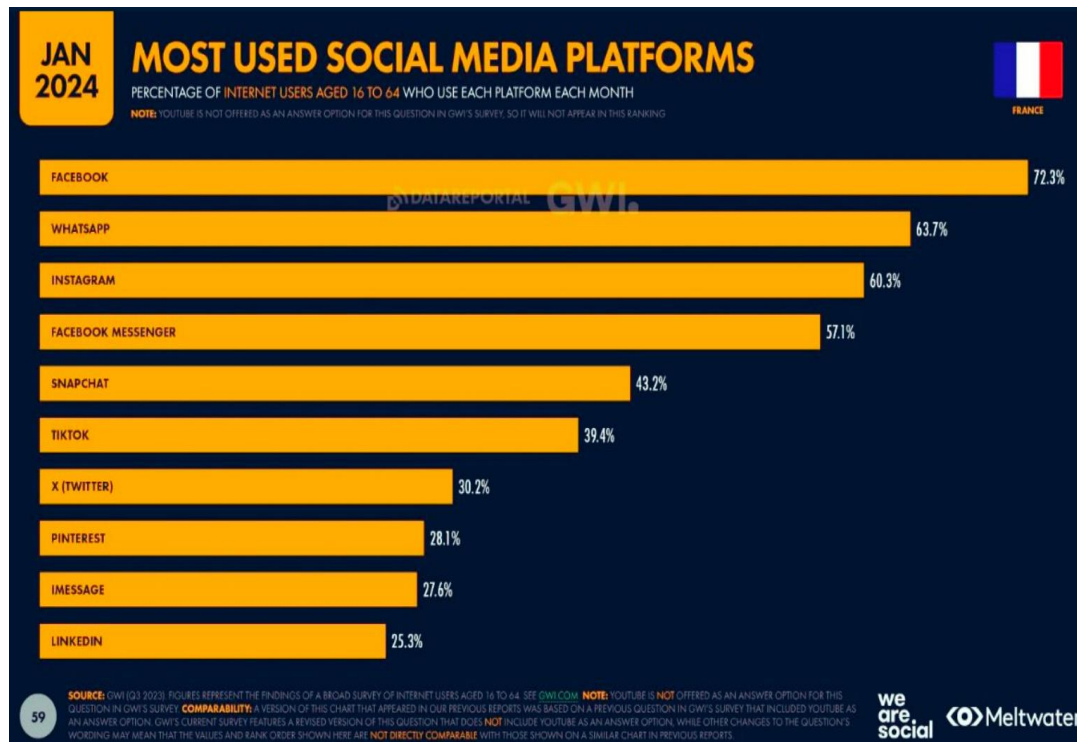


Les réseaux sociaux en France

▷ plus de 80% de la population sont utilisateurs des réseaux sociaux

▷ Temps passé par jour en moyenne: 1h55

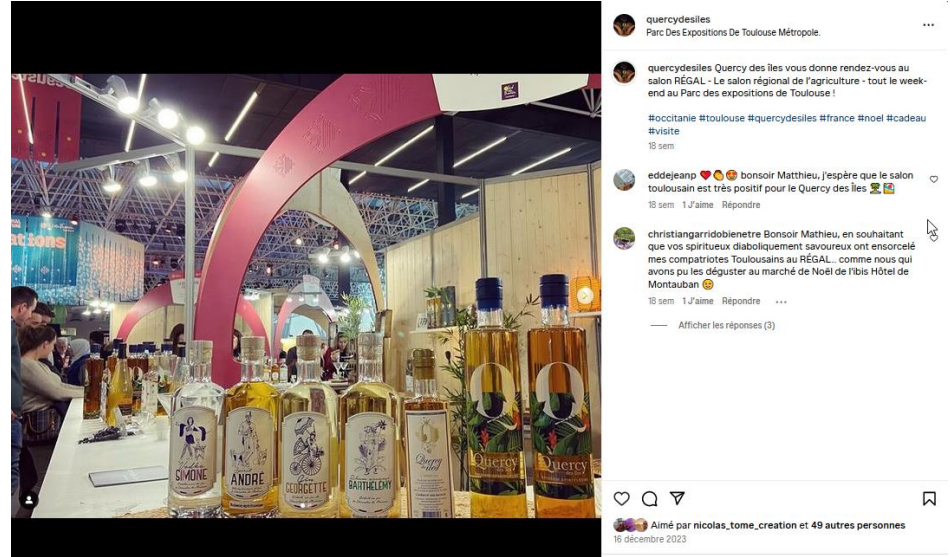
▷ 51% de femmes, 49% d'hommes



Les 3 grands réseaux sociaux du Tourisme : Instagram | Facebook | LinkedIn

Instagram :

- Priorité à l'image
- Varier entre carrousel photos (mix de photos et/ou vidéos) et reel
- Géolocaliser
- Poster en collaboration
- Faire du contenu de haute qualité mais authentique
- Utiliser les bons hashtags
- Poster régulièrement



Les 3 grands réseaux sociaux du Tourisme : Instagram | Facebook | LinkedIn

Facebook :

- Toujours illustrer
- Soigner l'orthographe
- Faire des liens
- Faire un texte court mais impactant

🕒 **Facebook** devrait rester au sommet du podium des plateformes sociales les plus utilisées, mais diverses applications centrées sur les vidéos, comme **TikTok**, **Instagram** et **YouTube**, devraient continuer de connaître une croissance impressionnante en 2024. – *Hubspot*



Les 3 grands réseaux sociaux du Tourisme : Instagram | Facebook | LinkedIn

LinkedIn :

- Utilisez la méthode CIT : court, interactif et tendance.
- Etre dans la communication positive
- Illustrez votre publication avec une image marquante.
- Parlez de vos lecteurs et de leurs enjeux, pas uniquement de vous. ...

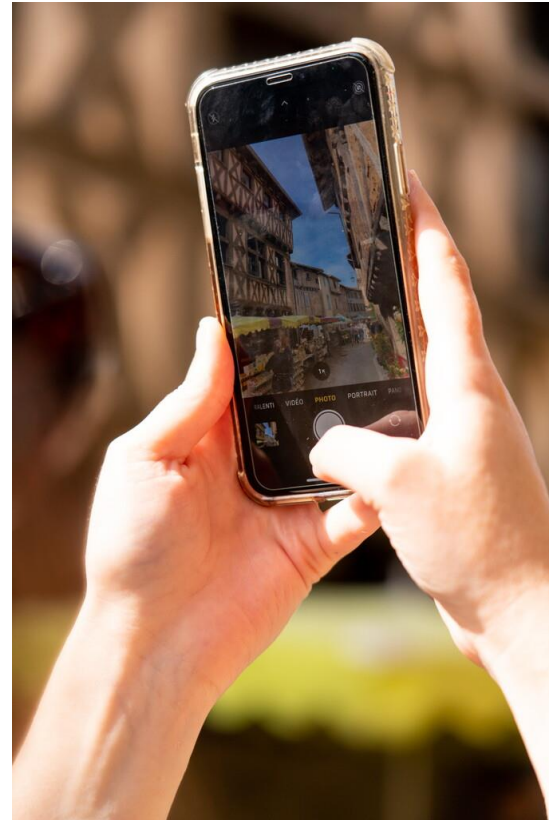
🔴 **LinkedIn** : Au départ, un réseau pour connecter entre eux des professionnels d'un même secteur d'activité.

À présent, pour les professionnels du tourisme, c'est également un excellent moyen de valoriser son offre, créer son réseau de partenaires et clients, et promouvoir les nouveautés et actualités.



10 bonnes pratiques de la communication sur les réseaux sociaux dans le tourisme :

- Être authentique
- Publier régulièrement
- Illustrer systématiquement ses publications
- Assurer la qualité du contenu (orthographe, qualité des photos ou vidéos)
- Vérifier les informations avant de les partager
- Adapter le format au contenu
- Veiller à l'origine du contenu (éviter les photos non créditées ou achetées sur internet)
- Maintenir une attitude positive
- Séparer le professionnel du personnel
- Aligner ses actions sur sa stratégie et ses objectifs



Gestion de la Réputation en Ligne

Importance des avis en ligne et de la gestion de la e-réputation

● Selon une enquête de *Tripadvisor*, **75 % des personnes interrogées considèrent les avis en ligne comme « extrêmement ou très importants »** au moment de planifier un voyage et **68 %** d'entre elles sont davantage susceptibles d'**effectuer une réservation après avoir lu un avis détaillé plutôt que des résumés plus courts**

- Les commentaires en ligne, sur votre site ou sur les plateformes de réservation, améliorent votre référencement.
- Les réseaux sociaux sont très utilisés par les touristes pour partager leurs souvenirs de vacances. Profitez-en pour créer votre communauté et être visible auprès des amis de vos clients.



Techniques pour obtenir et gérer les avis clients.

- **Demandez activement des avis** : Encouragez vos clients à laisser des avis en leur envoyant des e-mails après leur visite, séjour, activité, en fournissant des liens directs vers les plateformes d'avis populaires. (ex : Fair Guest ...)
- **Répondez rapidement** : Soyez réactif aux avis, qu'ils soient positifs ou négatifs. Montrez que vous prenez en compte les retours de vos clients.
- **Soyez authentique** : Ne supprimez pas les avis négatifs, mais répondez-y de manière constructive et professionnelle. Les clients apprécient la transparence.
- **Optimisez votre présence sur les plateformes d'avis** : Assurez-vous que vos profils sur les sites d'avis sont complets et à jour, avec des photos et des informations pertinentes sur votre entreprise.

Google Établissement, en quatre points :

1. Plateforme de Présentation en Ligne :

▷ plateforme en ligne où les entreprises peuvent créer et gérer leur présence sur Google : adresse, horaires d'ouverture, avis des clients, et bien plus encore.

2. Visibilité sur Google :

▷ les entreprises plus visibles dans les résultats de recherche Google et sur Google Maps.

3. Interaction avec les Clients :

▷ gestion des avis, mises à jour sur les horaires d'ouverture, partage de photos...

4. Outil de Gestion :

- ▷ statistiques sur la fréquentation du profil,
- ▷ fonctionnalités pour mettre en avant des offres spéciales,
- ▷ options pour mettre à jour les informations de l'établissement en temps réel.



Bureau de Tourisme de Lauzerte (Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Serres en Quercy)

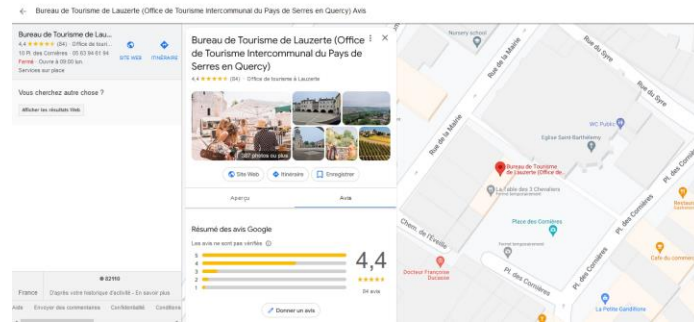
4,4 ★★★★★ 84 avis

Office de tourisme à Lauzerte



Adresse : 10 Pl. des Cornières, 82110 Lauzerte

Horaires : Fermé · Ouvrir à 09:00 lun. >



Réponses aux avis négatifs : bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Bonnes pratiques :

- Répondre rapidement.
- Être empathique : Exprimez votre compréhension et votre empathie envers l'expérience du client.
- Garder un ton calme, poli et professionnel, même face à des critiques injustes.
- Proposer des solutions ou mesures correctives pour résoudre le problème rencontré par le client.
- Prendre la conversation en privé.

Erreurs à éviter :

- Ignorer les avis.
- Répondre de manière agressive.
- Révéler des informations confidentielles publiquement.
- Faire des promesses que vous ne pouvez pas tenir.



Outil Numérique pratique pour le Tourisme : l'I.A.

Potentiel de l'intelligence artificielle dans le tourisme *(source ADN Tourisme)*

- **L'IA pour converser**

L'intelligence artificielle alimente plusieurs assistants personnels dans le tourisme, qu'ils se présentent sous forme vocale ou textuelle : les **chatbots**.

Messageries instantanées, application ou fenêtre de tchat sur un site Web, ils donnent la possibilité aux utilisateurs de se renseigner, de réserver...



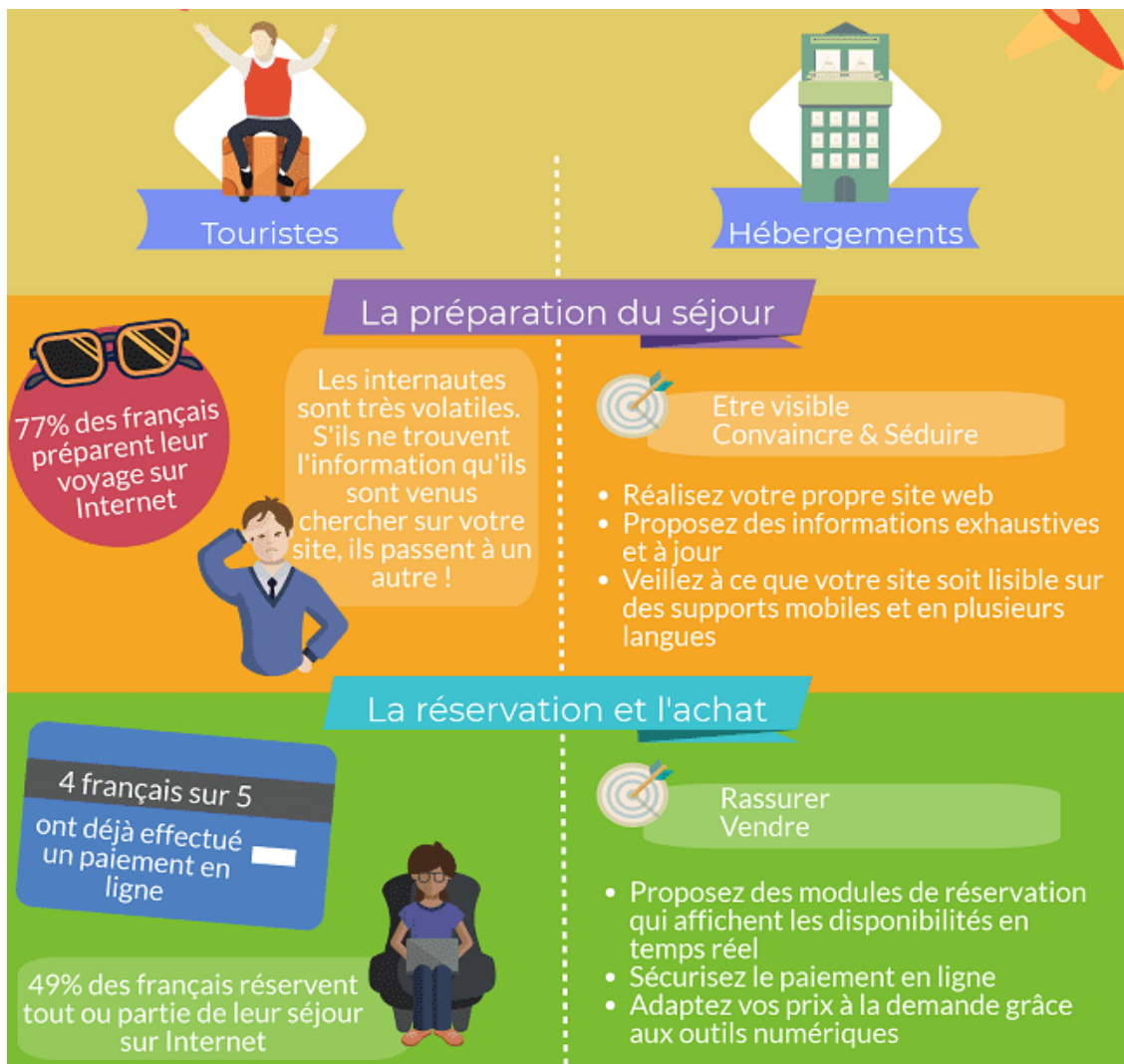
- **L'IA générative**

Concerne l'avant-séjour, notamment l'inspiration des voyageurs, et la relation client.

Des expérimentations récentes concernent une multitude de tâches pouvant être automatisées : la création de code, la création de contenu, l'analyse d'un grand nombre d'avis, etc

Conclusion

La digitalisation
de mon entreprise
touristique :
quels outils ?
quels avantages ?



Conclusion

La digitalisation
de mon entreprise
touristique :
quels outils ?
quels avantages ?



Conclusion

En conclusion, nous avons exploré l'importance croissante du numérique dans le secteur du tourisme rural et découvert ensemble des stratégies et des outils pratiques pour tirer parti de cette tendance.

Nous avons vu comment un site web bien conçu, une présence active sur les réseaux sociaux et une gestion efficace de la réputation en ligne peuvent contribuer à attirer davantage de visiteurs et à fidéliser votre clientèle.

Il est essentiel de garder à l'esprit que le paysage numérique évolue constamment, et il est donc important de rester informé des dernières tendances et des meilleures pratiques.

Proposition d'ateliers spécifiques en partenariat avec la CCI : à l'écoute de vos besoins, faites nous part de vos attentes et besoins en matière d'atelier pratique en vue de leur programmation à l'automne 2024 !