



VALLÉE DU TARN
& MONTS DE L'ALBIGEOIS



TOURISME | OCCITANIE

Présentation

Diagnostic numérique

I- Les évolutions touristiques liées à l'essor du numérique

II- Les préconisations

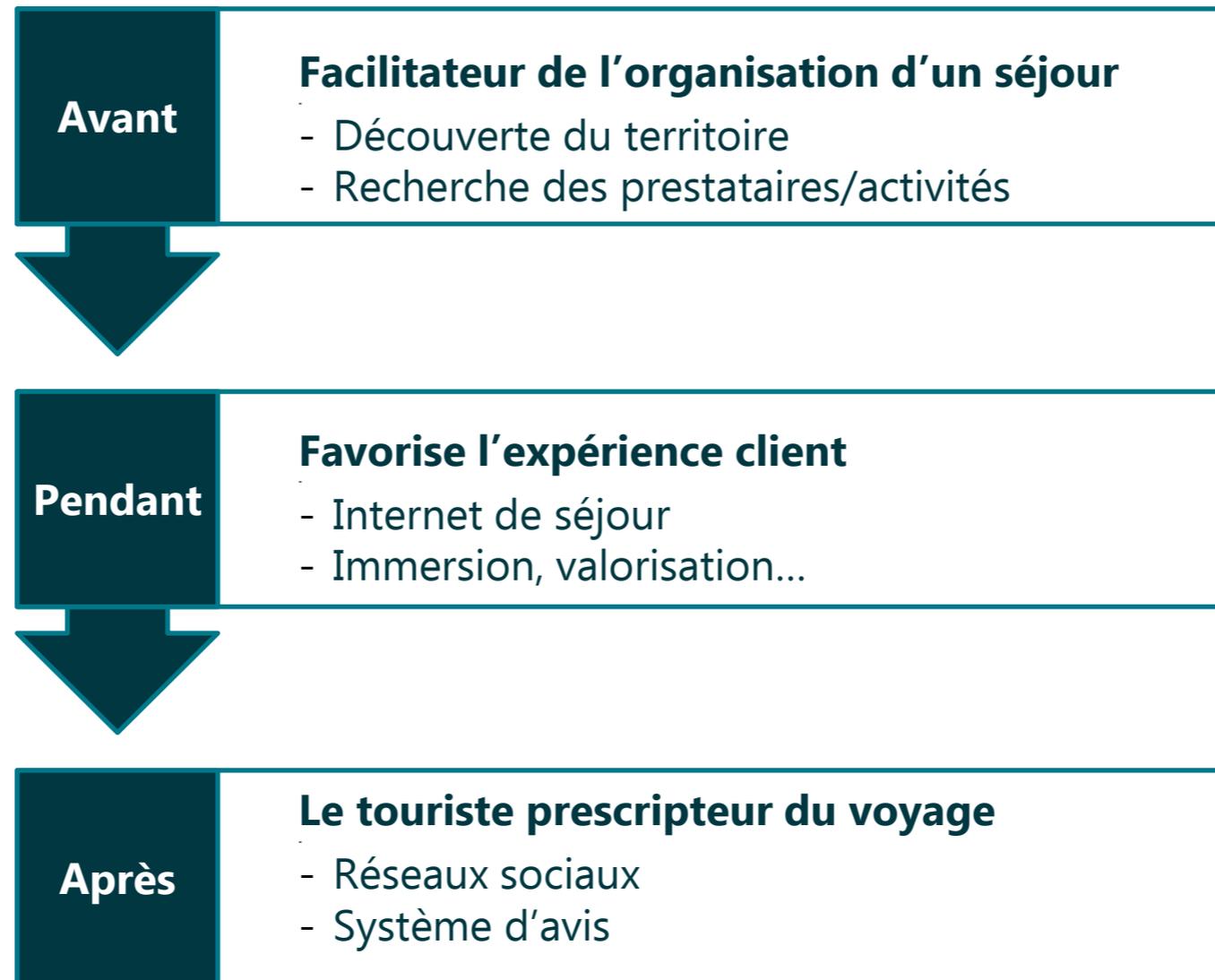
III- Mise en place des préconisations



L'essor du numérique :
Quels changements dans le secteur du
tourisme ?

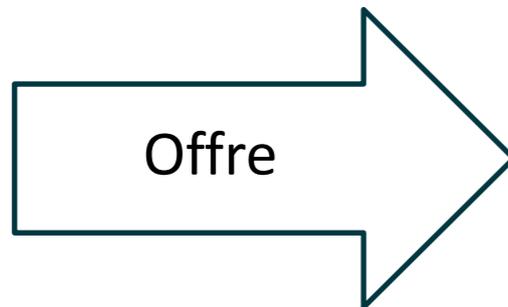
I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

1. De nouvelles habitudes de consommation : la place du numérique



2. L'ubérisation du tourisme

Alternatives aux outils
numériques traditionnels

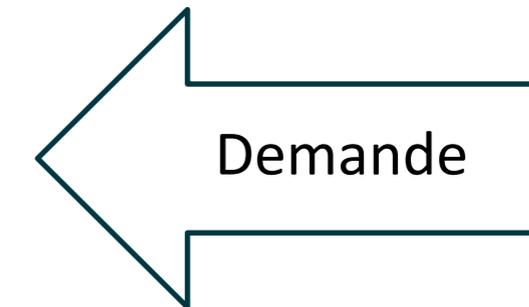


Résultats

Visibilité déjà
développée

**Origine du
succès**

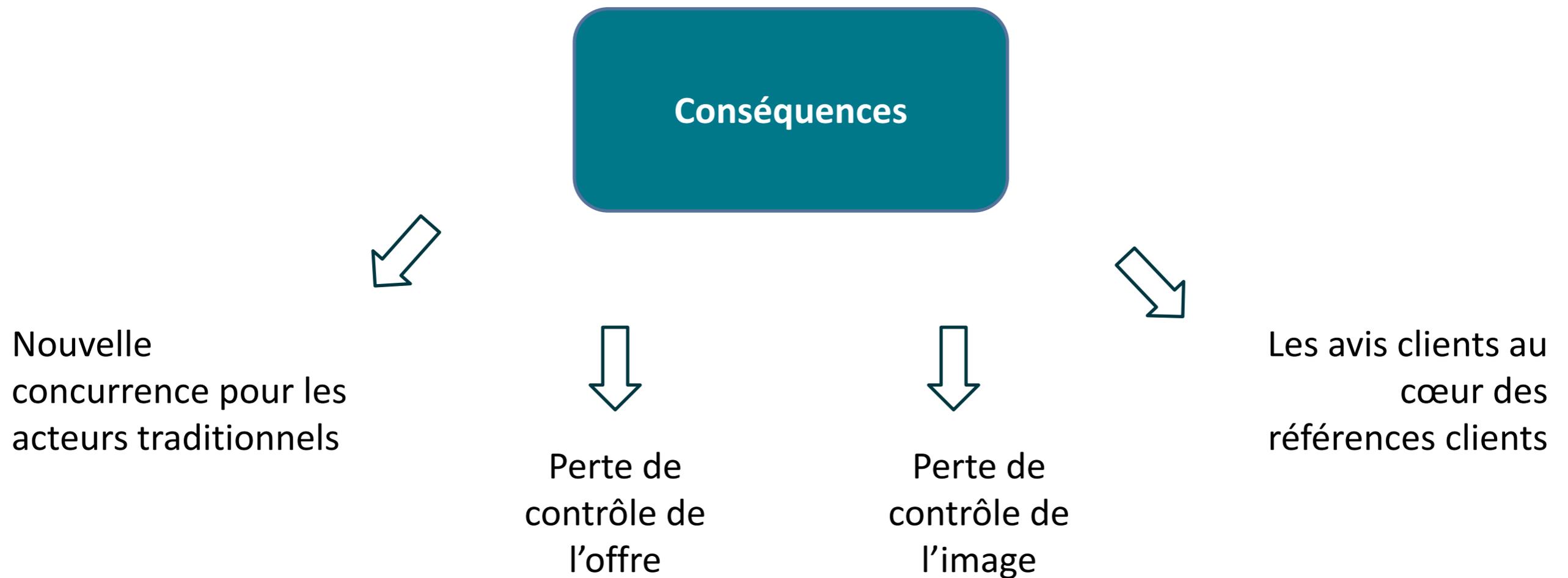
Rapport
qualité-prix



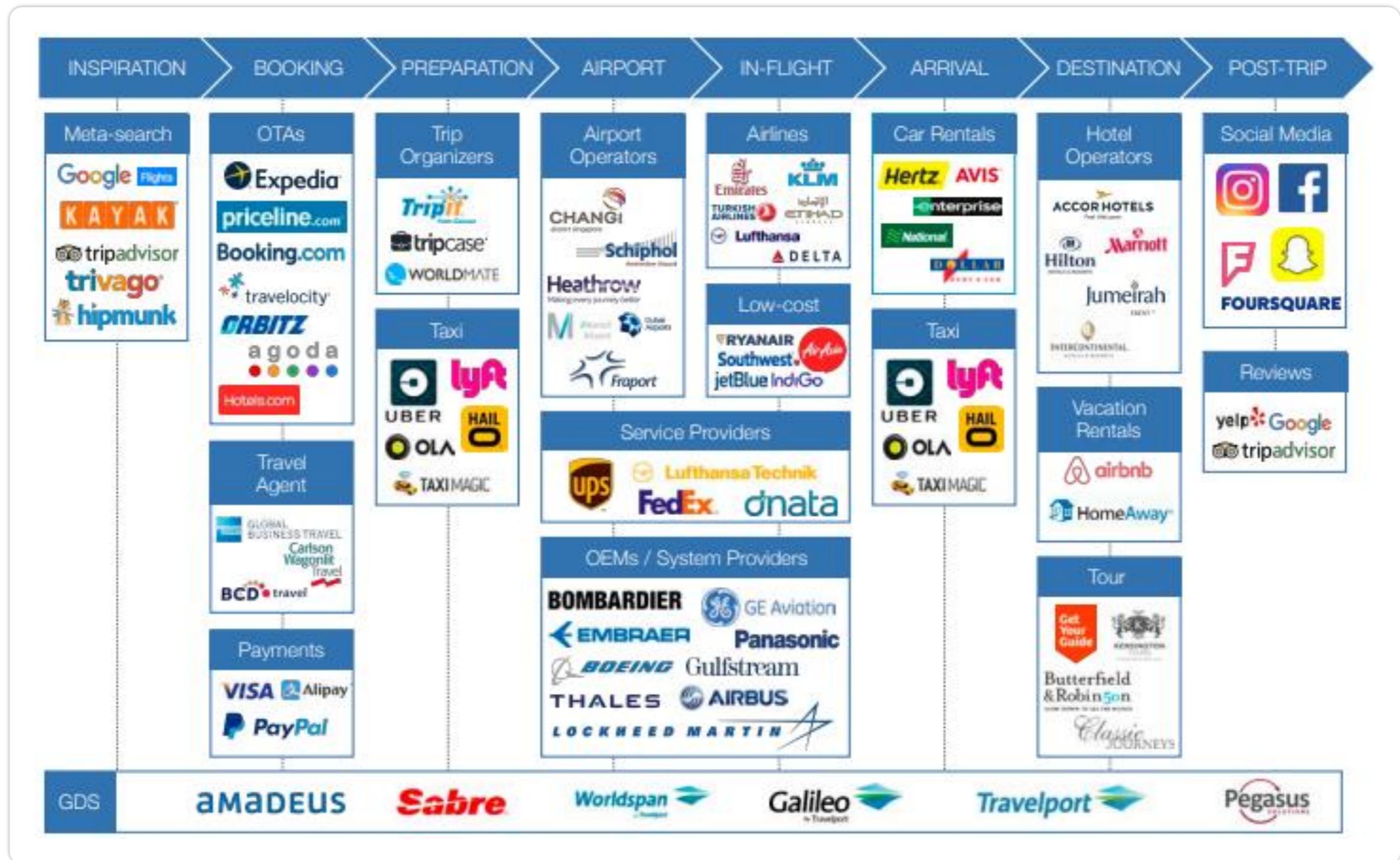
Visibilité

Praticité

2. L'ubérisation du tourisme



2. L'ubérisation du tourisme : l'écosystème numérique à travers toutes les étapes de l'organisation du séjour



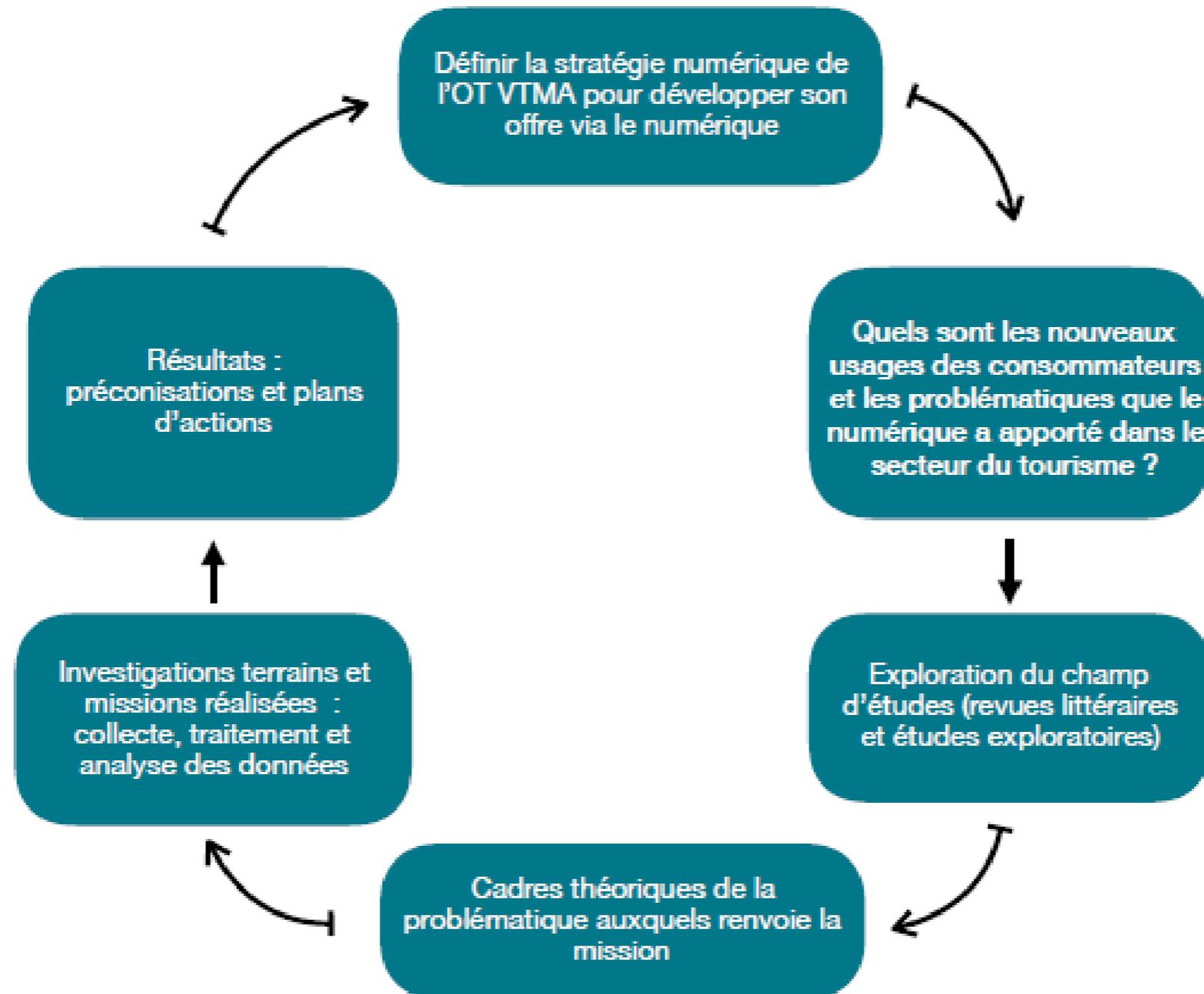
3. L'apparition d'une fracture du numérique

Définition

La fracture du numérique désigne la disparité d'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication des populations.

I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

La démarche de recherche :

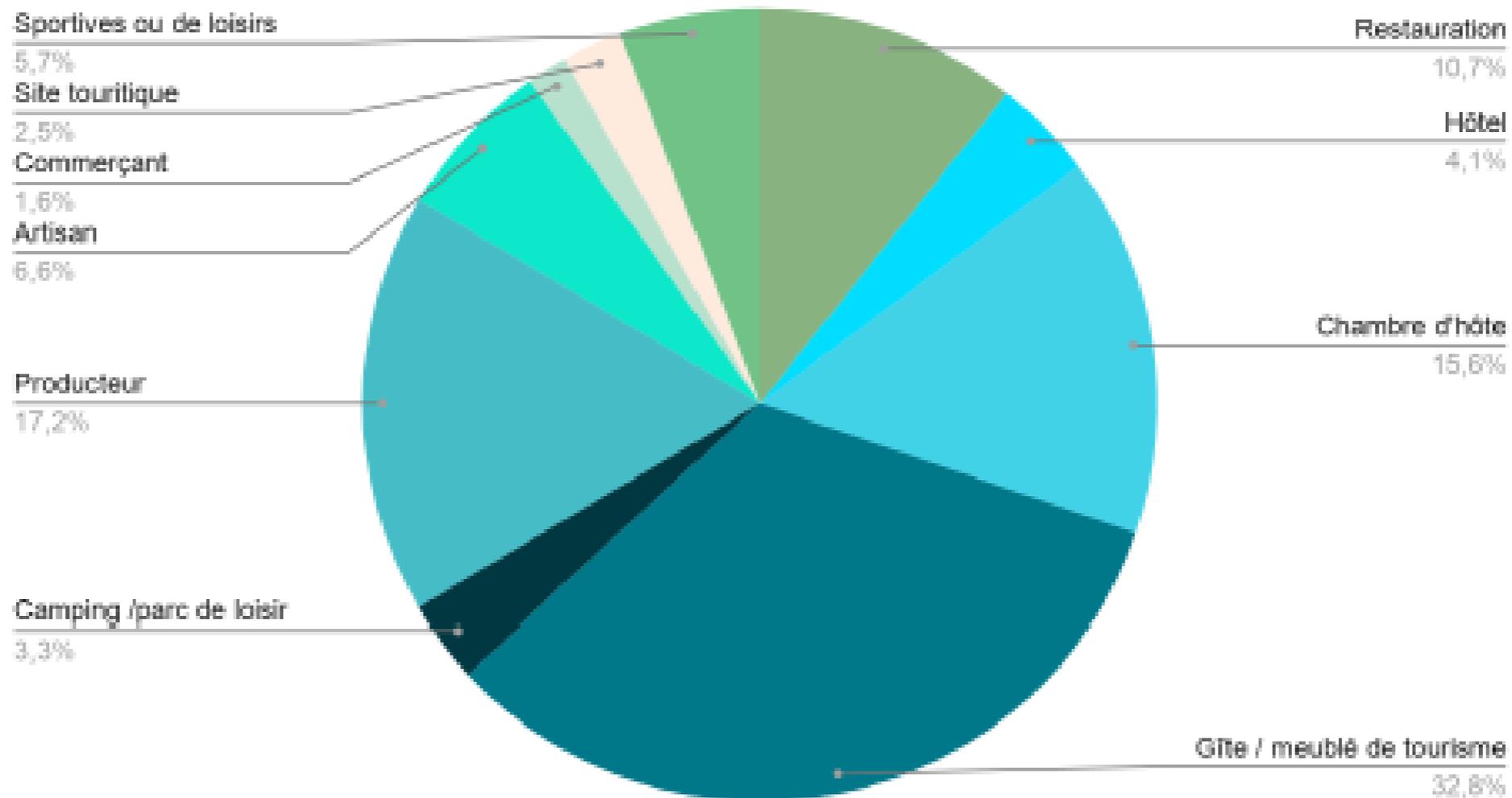


I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

Résultat de l'enquête réalisée

89 participant.e.s (sur 225) : enquête réalisée durant le premier confinement

Quels sont vos activités ?



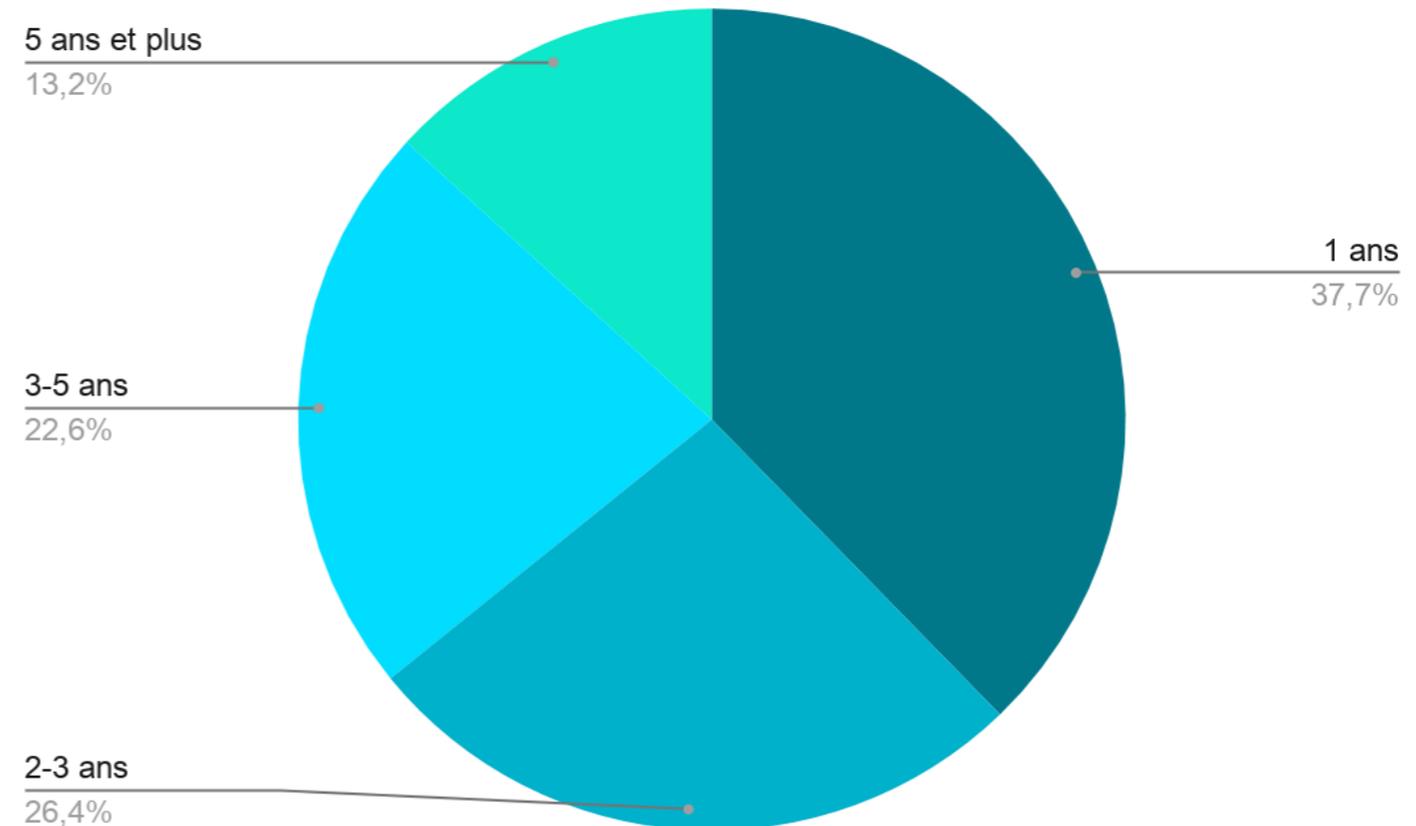
I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

Possédez-vous un site internet ?	Total	%
Oui	53	59,55 %
En cours de réalisation	7	7,8 %
On envisage de le réaliser	3	3,3 %
J'aimerais	9	10,1 %
Non je ne vois pas l'intérêt	17	19,1 %

Résultat de l'enquête réalisée

De quand date votre dernière refonte ?

Utilisez-vous les réseaux sociaux pour promouvoir votre activité ?		
Oui	58,4 %	52
Non je ne vois pas l'intérêt	30,3 %	27
Non, mais j'aimerais en avoir	11,2 %	10

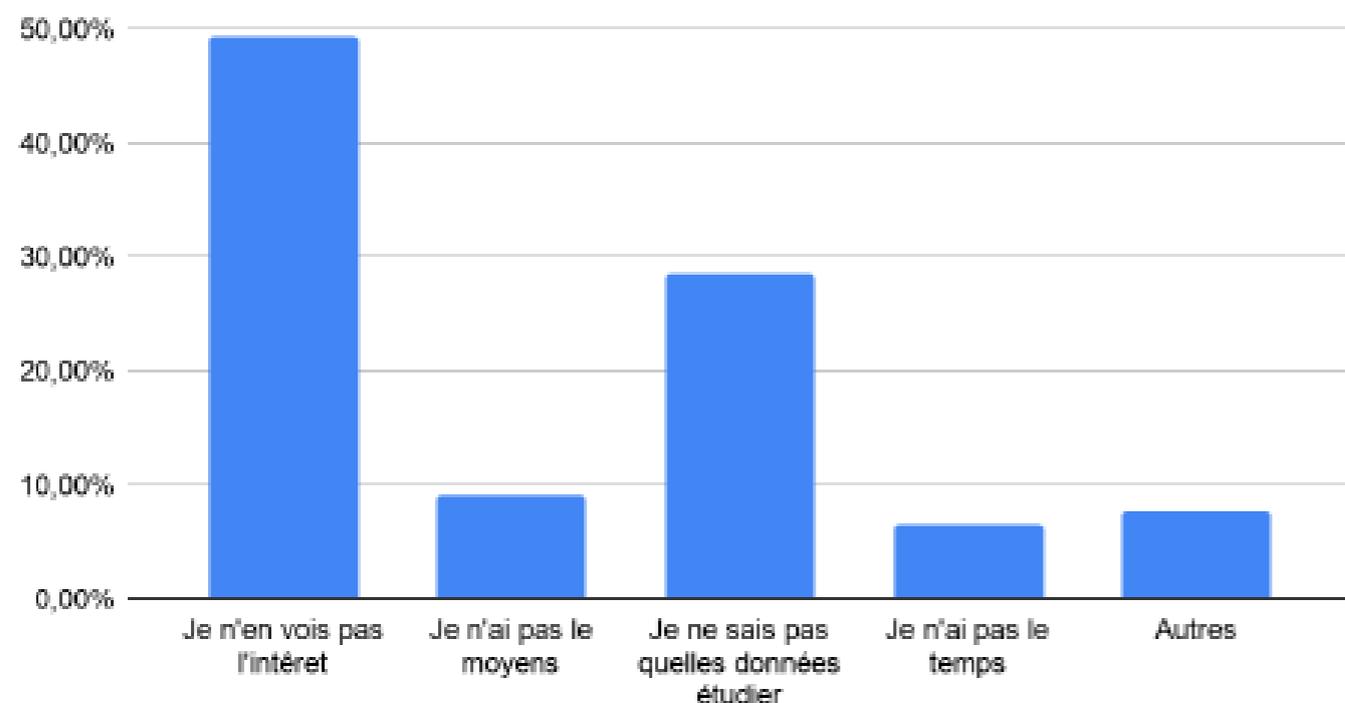


I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

Résultat de l'enquête réalisé

Créer-vous des fichiers clients pour récolter les informations sur votre clientèle ?	%	Total
Non	86,5 %	77
Oui	13,5 %	12

Pourquoi vous n'en créez pas ?



Réalisez-vous des actions de marketing ou webmarketing ? (actions de communications, de référencement payant, de sponsoring...)

	%	Nombre
Oui	20,2 %	18
Non,	79,8 %	71
Total répondants		89

Non Pourquoi ?

	% total de répondant par rapport au nombre de réponse	Nombre de réponses
Je n'ai pas le temps	16,90 %	12
Je n'en vois pas l'intérêt	22,54 %	16
Je manque de compétence	26,76 %	19
Je manque de moyen	21,13 %	15
Je ne vois pas ce que je peux faire	11,27 %	8
Total répondants		71

I- Quels changements dans le secteur du tourisme ?

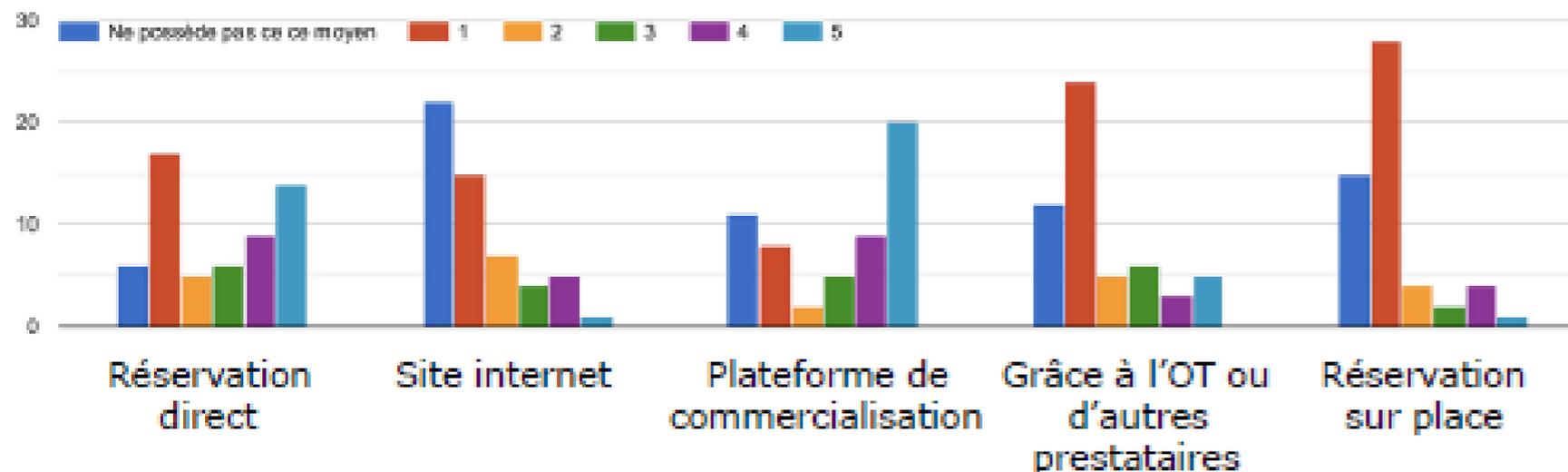
Résultat de l'enquête réalisé

Avez-vous des canaux de commercialisation, ou bien votre établissement fonctionne-t-il sans ?	%	Nombre
Je possède des canaux de commercialisation	60,7 %	54
Je n'en ai pas besoin pour réaliser mon activité	27 %	24
Non, mais j'aimerais en avoir	12,4 %	11

Êtes-vous référencé sur des plateformes d'avis clients ?		
Oui	46,1 %	41
Non	25,8 %	23
Je ne sais pas	28,1 %	25

À répondu : *je possède des canaux de commercialisation*

Quels sont les moyens de commercialisation qui vous amènent le plus de vente/réservation? (5 étant le maximum de point)



Résumé des résultats de l'enquête

Moyenne d'âge

Temps

Moyens financiers

FREINS AU
DEVELOPPEMENT
DU NUMERIQUE

Manque de compétences

Alternatives

Pas d'intérêt



VALLÉE DU TARN
& MONTS DE L'ALBIGEOIS



TOURISME | OCCITANIE

Préconisations :

II- Quelles stratégies adopter ?

II- Quelles stratégies adopter ?

1. Centraliser la gestion de l'offre

Qu'est-ce que cela veut dire ?

Centraliser la commercialisation, la GRC, le marketing, la promotion...

Pourquoi ?



Répondre aux besoins des consommateurs



Harmoniser l'image et la communication



Lutter contre les plateformes collaboratives



Parce que les prestataires ne font pas ou ne savent pas faire



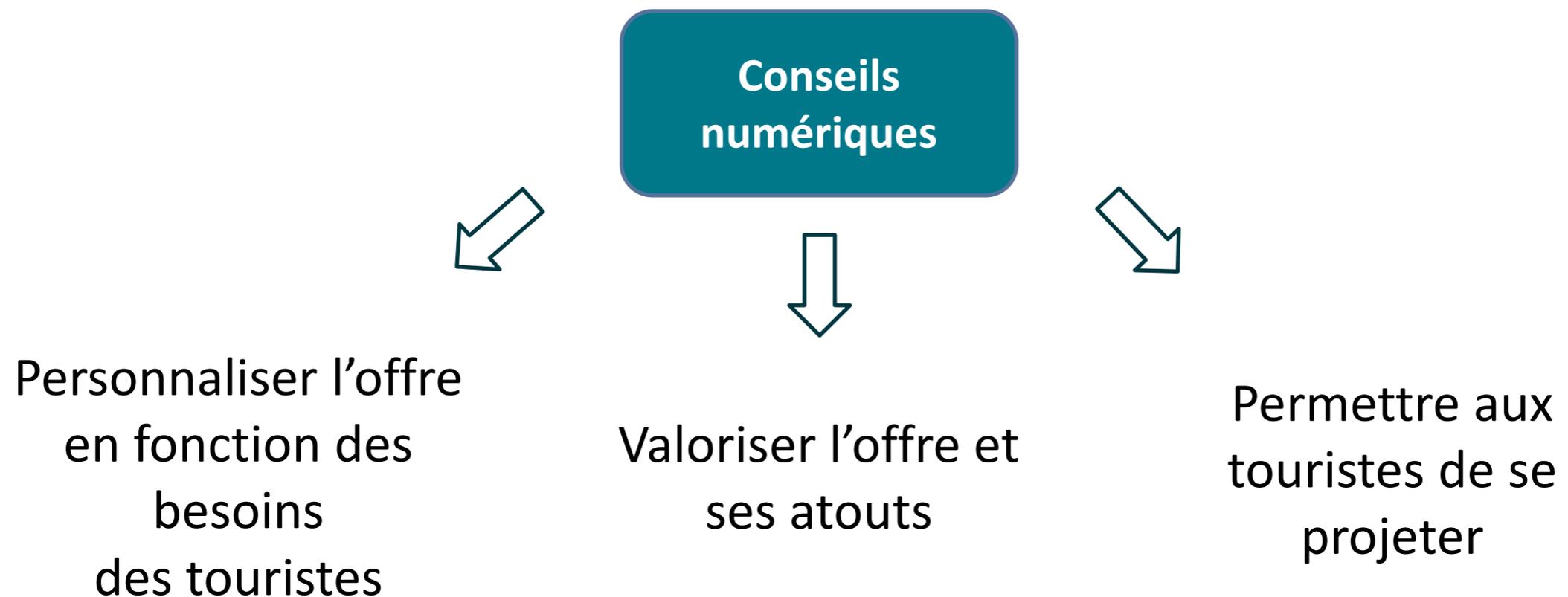
Remplacer les avis clients



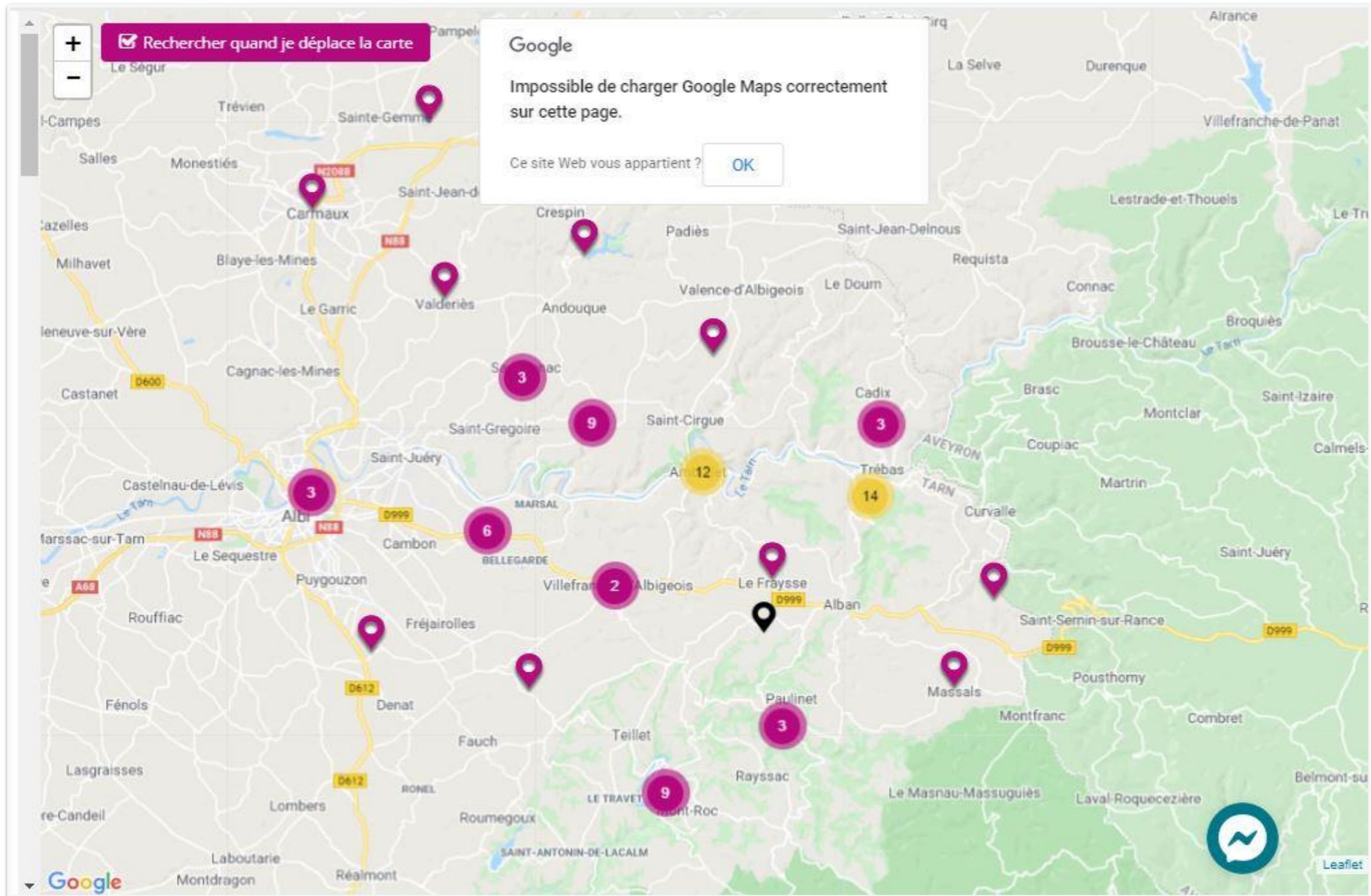
Gérer les flux

II- Quelles stratégies adopter ?

2. Conseil en séjour touristique, grâce au numérique



2.1 Exemple : cartographie



2.2 Exemple : présentation de l'offre

PRÉSENTATION

Le retour à la nature dans le respect des traditions. Dans un écrin de nature sauvage, une superbe bastide du XIXème siècle, bercée par le chant du ruisseau, ses 5 chambres dont une familiale, son restaurant, son bar ...

Allie confort moderne et beauté traditionnelle dans un parc de 42 Ha.

Le Domaine possède également 10 chalets de 4 à 8 personnes, une piscine 16 x 7m et un camping de 25 emplacements.

Option : demi-pension ou pension complète

+33 (0)5 6 3 53 4 8 44

+33 (0)6 3 2 05 9 4 57

labastidealbignac@gmail.com

Site web

PRESTATIONS

Confort

- ▶ Douches chaudes
- ▶ Lavabos eau chaude

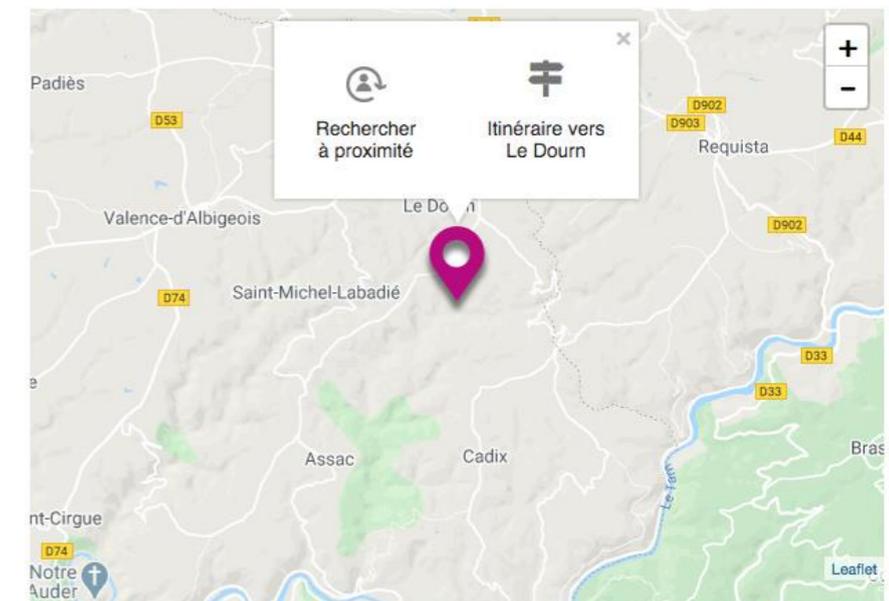
Equipements

- ▶ Bar
- ▶ Terrain ombragé
- ▶ Bac à vaisselle
- ▶ Barbecue
- ▶ Boulodrome / Terrain de pétanque
- ▶ Branchements d'eau
- ▶ Branchements électriques
- ▶ Parking
- ▶ Piscine

Activités sur place

- ▶ Animation
- ▶ Animation enfants
- ▶ Randonnée pédestre
- ▶ Sports pédestres

LOCALISATION



II- Quelles stratégies adopter ?

3. Le Big Data : une opportunité encore somnolente

Définition : *Suite à l'explosion quantitative de données numérique, le Big Data représente notre capacité à les collecter, les traiter et les analyser pour en comprendre des phénomènes*

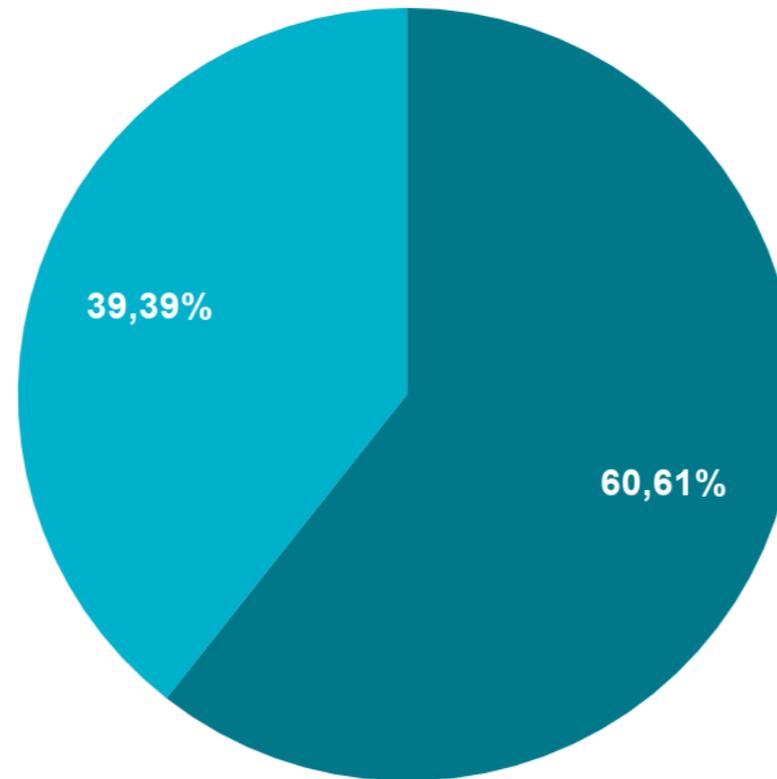


II- Quelles stratégies adopter ?

4. Formation et communication auprès des prestataires

Seriez-vous intéressé de participer à des ateliers ? 66 réponses

- Non
- Oui



Le manque de temps : principal frein

52% des 40 répondants n'étant pas intéressés par les ateliers de l'Office de Tourisme



Mise en application :

Comment réaliser un conseil en séjour touristique, grâce au numérique ?

III- Mise en application

1. Identifier les attentes de notre clientèle

Deux types d'attentes

Besoins

Ensemble des éléments nécessaires aux touristes pour séjourner sur un territoire

Envies

Représentent toutes les activités touristiques qu'un touriste recherche

III- Mise en application

Exemple : Lister les attentes et les envies

Besoins	Envies
Lit bébé	Randonnée
Accès PMR	Nature
Prix	Promenade
Accessibilité	Gastronomie
Localisation	Histoire
Proximité avec les services	Paysage
Proximité avec les activités	Monuments historiques
Confort	Convivialité
Tranquillité	Sports
Ect	

2. Catégoriser les besoins et les envies grâce aux tags

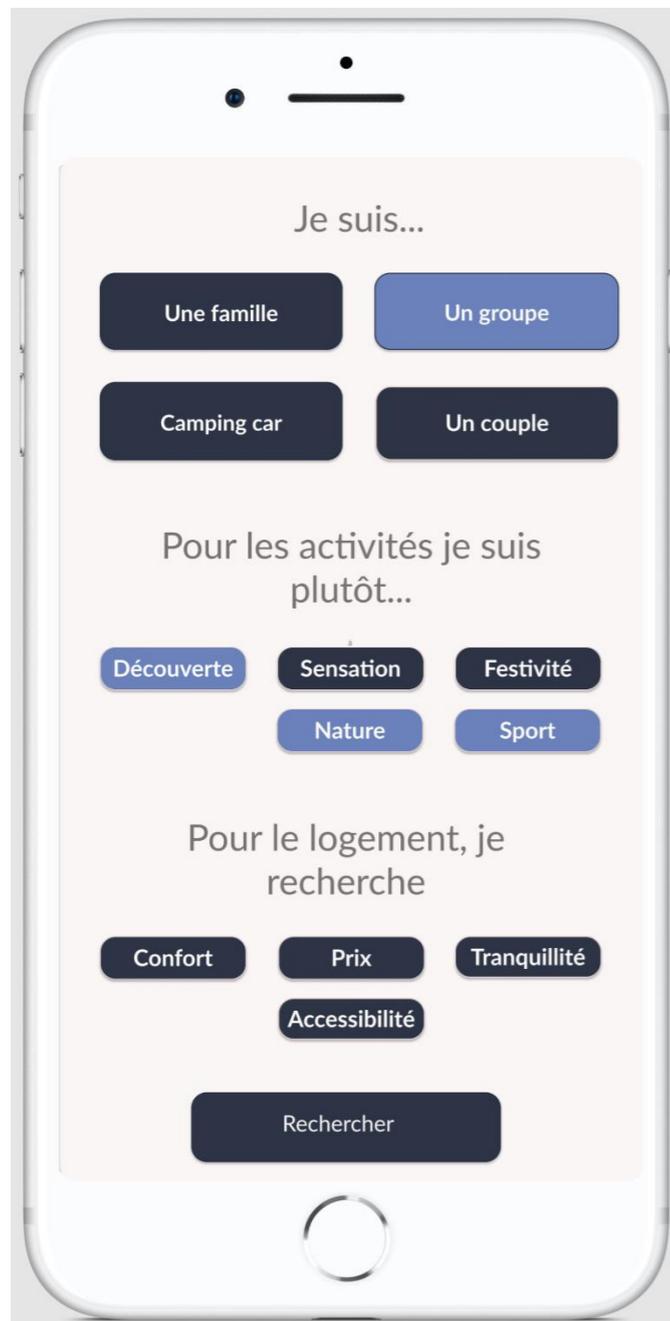
Type de clientèle et de séjour	Besoins
Famille	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Equipements pour nourrisson Capacité Prix
Séjours court	<ul style="list-style-type: none"> Prix Proximité
Séjours long	<ul style="list-style-type: none"> Confort Equipements Proximité services Proximité activités
Camping car	<ul style="list-style-type: none"> Accessibilité des itinéraires Parking camping car Proximité services

Type d'expériences	Envies
Nature	<ul style="list-style-type: none"> Paysage Randonnée Visite à la ferme
Découverte	<ul style="list-style-type: none"> Gastronomie Patrimoine Histoire Biodiversité Visite à la ferme
Bien être	<ul style="list-style-type: none"> Equipements type piscine, sauna, spa Tranquillité ^[L] _[SEP] Confort
Sensationnel	<ul style="list-style-type: none"> Activités de pleine nature Paysage Activités atypique

3. Relier les tags à l'offre correspondante

Sites / activités / prestataires	Catégories
Cité d'Ambialet	<p>Découverte</p> <p>Nature</p> <p>Séjours court</p> <p>Famille</p>
Bastide d'Albignac	<p>Séjours long</p> <p>Nature</p> <p>Famille</p> <p>Bien être</p> <p>Groupe</p>
Visite à la ferme	<p>Nature</p> <p>Découverte</p>

4. Créer une application web



Adapter les attentes aux utilisateurs : utilisation de Tag

- On différencie dans la sélection les envies et les besoins
- On filtre avant la présentation de l'offre
- On s'adapte à l'utilisateur
- On peut obtenir de la donnée
- On rend les contenus dynamiques en fonction des tags

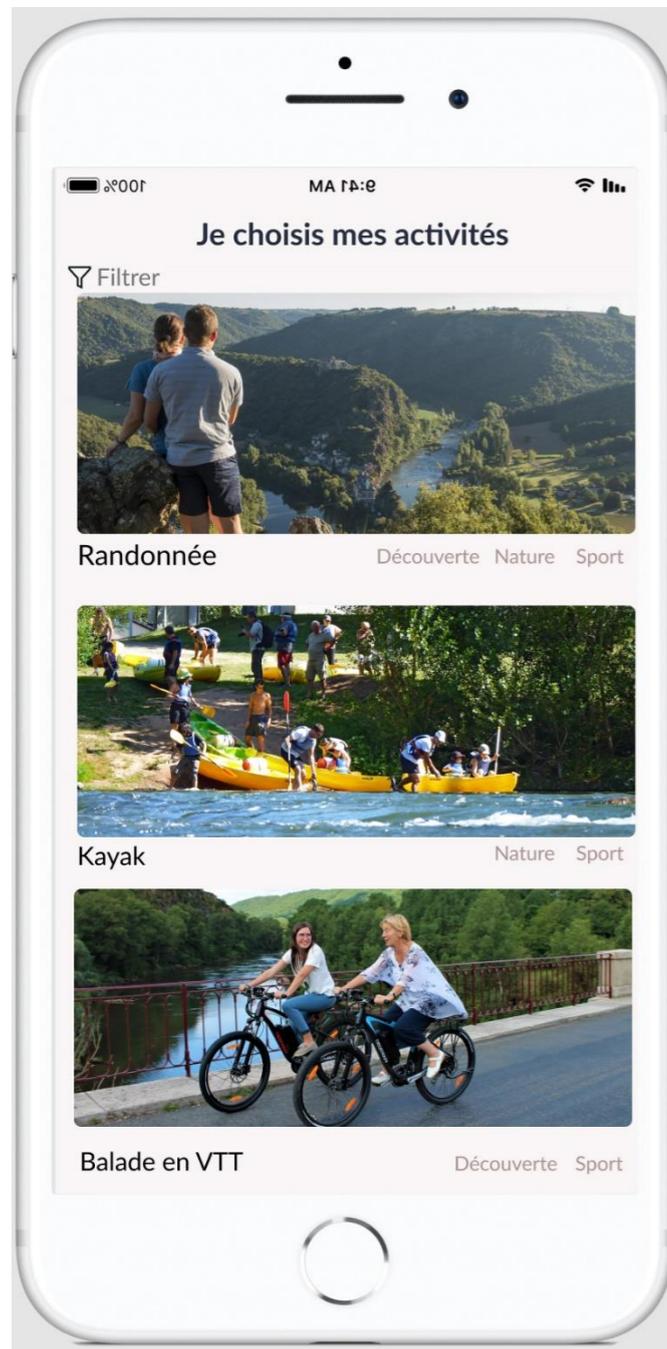
4. Créer une application web



Temporalité : choisir la période du séjour

- On retire les offres non disponibles sur la période
- On gère la saisonnalité
- On crée un internet de séjour

III- Mise en application



On a une offre épurée :

- Elle ne correspond qu'aux besoins et envies de l'utilisateur
- Proposer plus de personnalisation des besoins grâce aux filtres

Présentation d'une prestation ou d'une activité

- La présentation de l'offre doit se faire par les tags

III- Mise en application

Permettre aux touristes de se projeter : cartographie



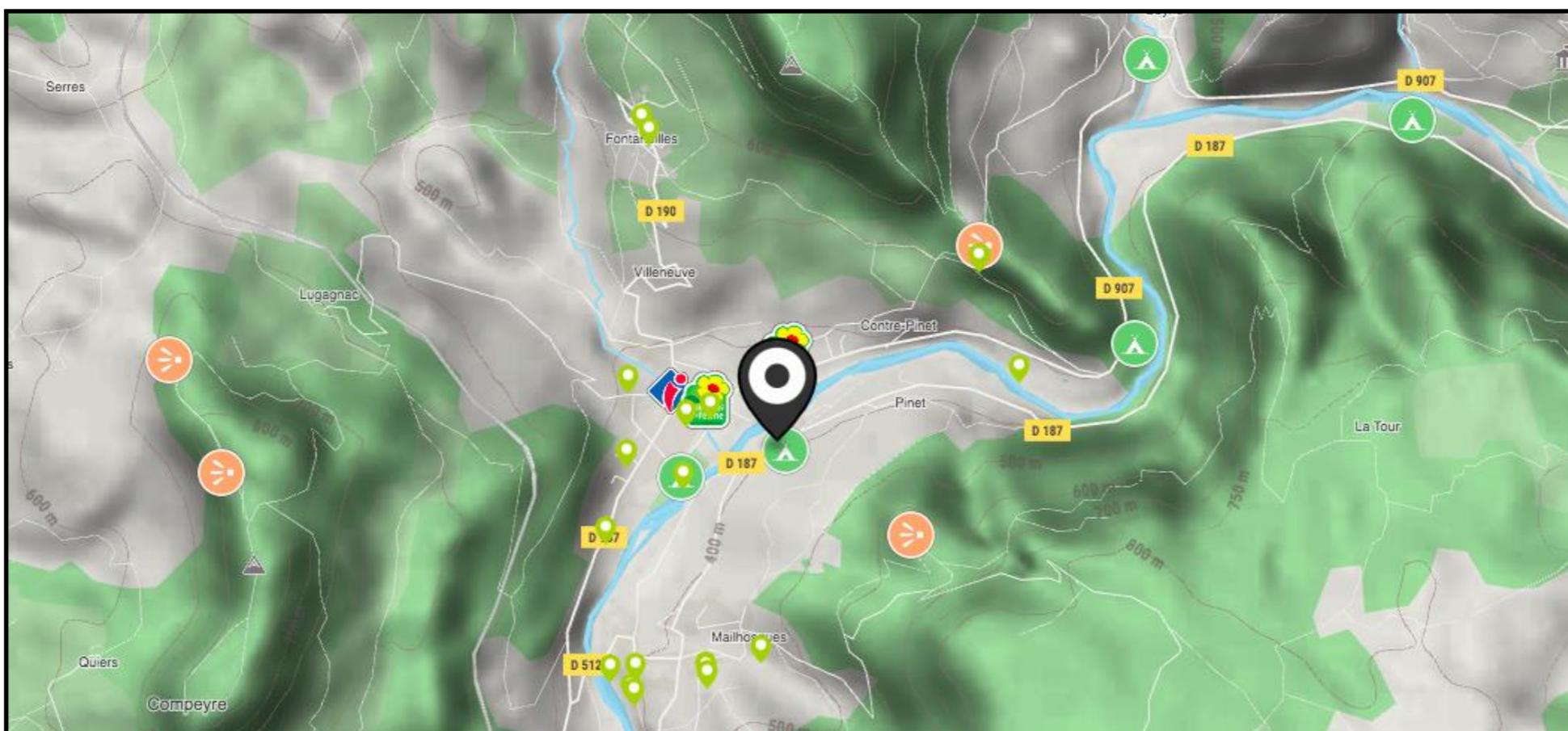
Dans la description des prestataires



Utilisation de pictogramme représentatif de l'information



Utilisation de filtre en fonction des envies et besoins





VALLÉE DU TARN
& MONTS DE L'ALBIGEOIS



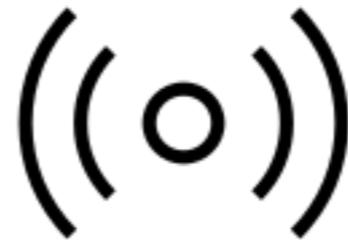
TOURISME | OCCITANIE

Communication et formations auprès
des prestataires

III- Mise en application

Formations des prestataires

Les prestataires participent peu aux formations



Relais d'informations

Les besoins en formation peuvent être répondu grâce aux supports numériques

Créer une bibliothèque de la documentation

III- Mise en application

Formations des prestataires

Quelles thématiques aimeriez-vous voir ?	%	Nombre de réponse
Accroître sa visibilité sur internet	57,14 %	28
Développer et gérer son site internet	53,06 %	26
Gérer ses réseaux sociaux	40,82 %	20
Mieux comprendre le territoire et son tourisme	32,65 %	16
Adapter son offre et sa stratégie en fonction de la clientèle	30,61 %	15
Récolter et utiliser de la donnée client	30,61 %	15
Gérer ses plateformes de commercialisation	26,53 %	13
Apprendre à utiliser des logiciels	26,53 %	13
Total répondants		49

Communiquer avec les prestataires



User des outils actuels ou futurs

- La plateforme de la taxe de séjour
- La plateforme de commercialisation



Améliorer l'espace pro du site internet

- Porte d'entrée de la plateforme de la taxe de séjour
- Hiérarchisation des contenus

III- Mise en application

Communiquer avec les prestataires

Les limites du numérique

Deux types de prestataires que le numérique ne pourra pas toucher

Réfractaires du
numérique

Non-adhérent / peu
investit

Développer de nouvelles méthodes de communication

Il faut identifier les moyens de communications qu'utilisent nos prestataires et
segmenter nos actions en fonction



Mémoire et présentation seront disposition dans
l'espace pro

réalisés par Pierre Carron