

FEDERATION REGIONALE DES OFFICES DE TOURISME
Provence-Alpes-Côte d'Azur

Dans le nuage

03 Avril 2020

Conf' Confinées #1

Destinations Touristiques : Comment accompagner au mieux ses prestataires à s'adapter aux changements induits par cette crise du COVID 19 ?



LA FR-OT SUD VOUS PRESENTE

LES CONF' CONFINÉES

DES RENDEZ-VOUS 100% EN LIGNE ET
100% GRATUITS

Infos et inscriptions : cutt.ly/9tlo8UUu





Jean-Patrick MANCINI
Directeur
@FROTSIPACA



MAIL

jpmancini@offices-tourisme-sud.fr



06 01 00 19 47



<https://www.facebook.com/jp.mancini.pro>



<https://twitter.com/mancinijp>



<https://fr.linkedin.com/in/jpmancini1>

Directeur (Fédération Régionale des Offices de Tourisme Région Sud)



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

**Fédération Régionale des Offices de Tourisme de
Provence-Alpes-Côte d'Azur**

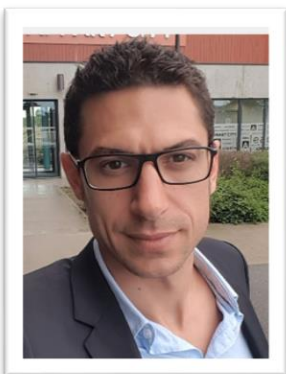
300 avenue Giuseppe Verdi - BP 160
13 605 Aix-en-Provence Cédex 1

Tél : 04 42 16 80 10 / 06 82 67 68 57
@ : contact@offices-tourisme-sud.fr

Claude-Hélène PASCO
Consultante Indépendante



Quels rôles pour les OT dans ce contexte
vis-à-vis de leurs prestataires ?



Mathieu VADOT
Consultant Indépendant

MARKETING
&
TOURISME

[Membre fondateur du groupement]



www.marketing-tourisme.net

www.id-rezo.com



vadot@marketing-tourisme.net



Facebook.com/Marketing.Tourisme

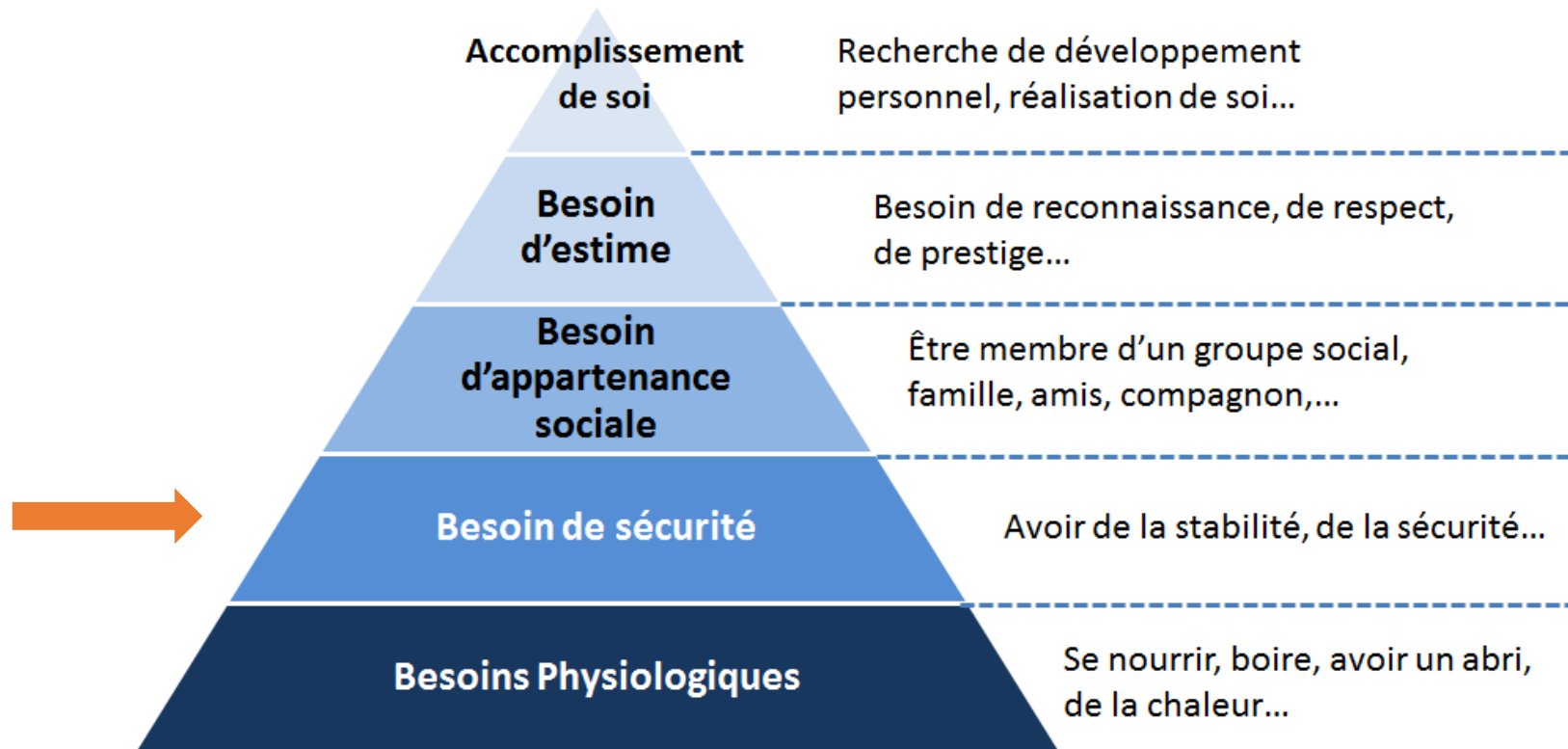


Twitter.com/MathieuVadot

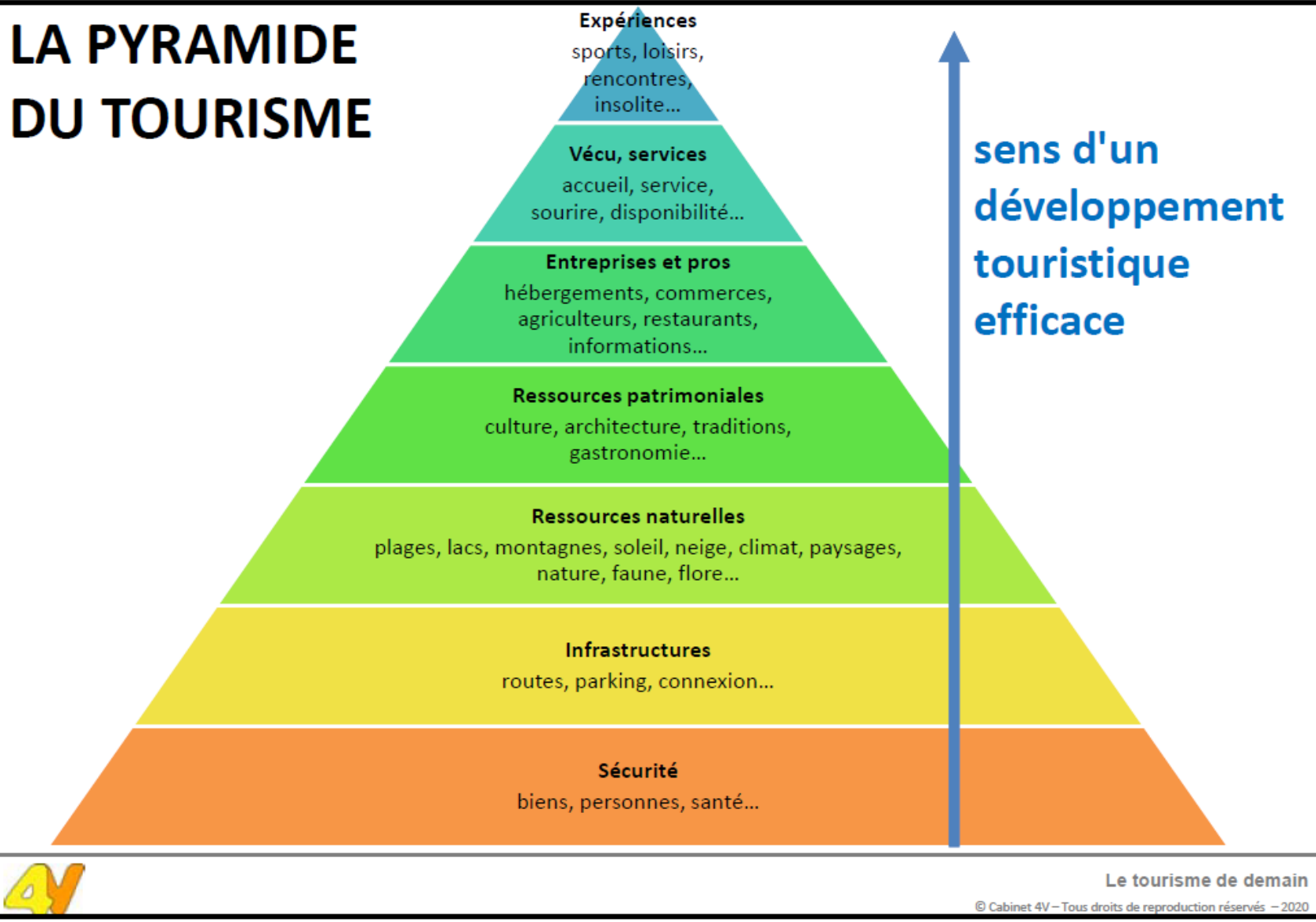
- ✓ Expert en e-tourisme
- ✓ Stratégie marketing
- ✓ Médias Sociaux
- ✓ Commercialisation

État de la situation ...

La pyramide des besoins de Maslow



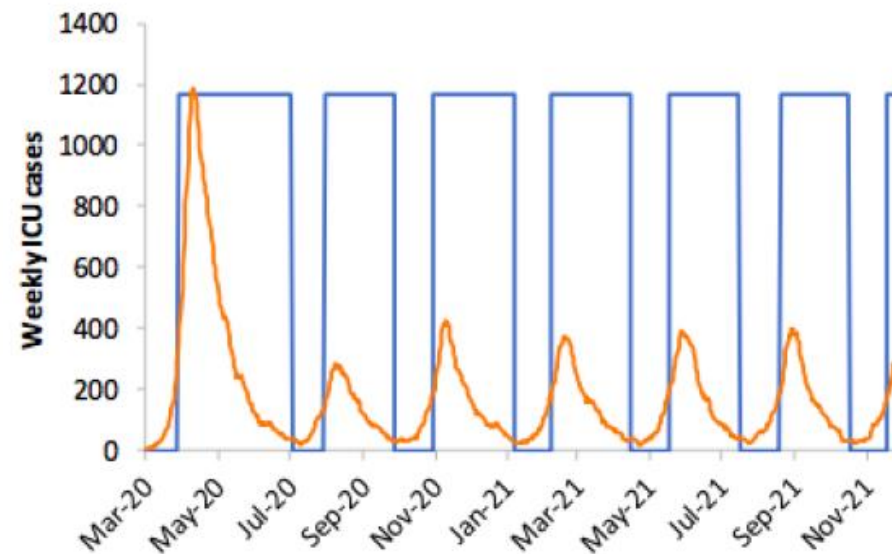
Pas de sécurité = Pas de tourisme





En gros, on ne sait pas quand vont être levées les restrictions...

Mais on semble percevoir que cela va se faire de façon progressive et que l'on n'est pas à l'abri d'une rechute....





Quels impacts la crise du COVID-19 va-t-elle avoir
sur le comportement des voyageurs ?

Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?



#1 - Un besoin de sécurité exacerbé *(qui sera le premier frein au retour de l'activité touristique).*



= Vulnérabilité

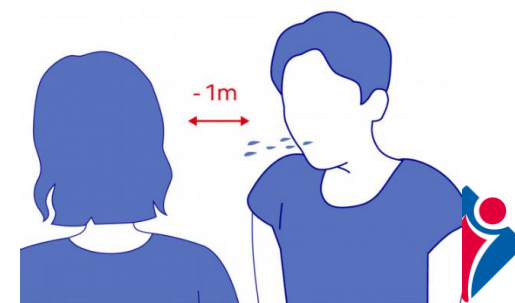
Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?

#2 - Des préoccupations sanitaires sur à peu près tout.

5 GESTES "BARRIÈRE" pour freiner le coronavirus



**MERCI DE RESPECTER
AU MINIMUM
UNE DISTANCE DE 1 METRE**



Vous avez des questions sur le coronavirus ?
GOUVERNEMENT.FR/INFO-CORONAVIRUS 0 800 130 000 (appel gratuit)
Régionale de Tourisme Côte d'Azur

Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?



#3 - Des préoccupations financières potentiellement lourdes.



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?



#4 – Un besoin de se recentrer sur l'essentiel, de se retrouver en famille et/ou entre amis, en couple...
(séparations dues au confinement, inquiétudes, volonté de passé du temps avec ses aînés).



VS



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?

#5 – Une crainte des lieux sur-fréquentés (*aéroport gares... mais aussi villages vacances, gros camping...*).



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?



#6 – Un besoin d'espace, de nature, de liberté.



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?

#7 – Une prise de conscience renforcée du rôle de « consom'acteur » de chacun.



VS

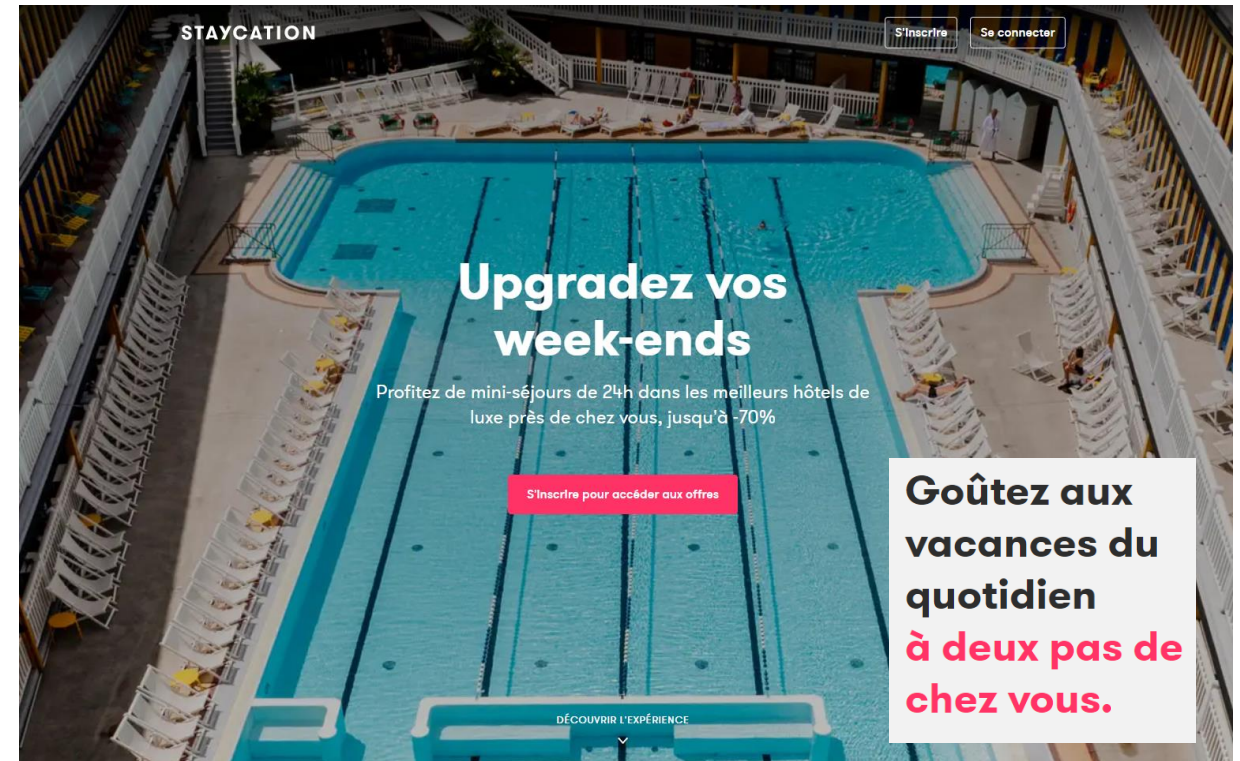


Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?

#8 – Une perception beaucoup moins « glamour » des voyages longs courriers au bénéfice du « local ».



VS



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?

#9 – Une défiance renforcée envers tout ce qui concourt à un « tourisme de masse ».



Projections sur les changements de comportements prévisibles des voyageurs à court terme ?



#10 – Une accélération de la digitalisation (déjà engagée) des actes quotidiens de la vie (*communication, travail, démarches administratives, apprentissage, courses, réservations, achats, évaluations ...*).





Sur quelle clientèle, vos prestataires pourront-ils compter en premier pour relancer leur activité ?

Projections sur les profils des voyageurs qui reviendront en premier ?



Les clientèles « Business » françaises avec le retour de l'activité économique.

Les clientèles « Loisirs » françaises qui ont encore les moyens de partir.

Les clientèles « Loisirs » locales.

Le besoin de sécurité sera très fort.

Il est donc fort probable que la tentation de retourner dans des lieux et des destinations que l'on connaît déjà bien, où l'on s'y sent bien, en sécurité... soit très forte.

Les clients français, et en particulier les très bons clients de chaque structure, seront sans doute les premiers à revenir, en particulier les locaux/régionaux.



Quelles stratégies et quelles actions
vos prestataires peuvent-ils en place
pour s'adapter à la situation ?



[Avant tout chose]

Attention à la posture !

Les recettes devront s'inventer en fonction des situations et des profils des prestataires.

Et surtout avec bienveillance et empathie face une situation inédite que l'on maîtrise pas.

Comment les prestataires peuvent s'adapter ?

Besoins de sécurité & préoccupations sanitaires

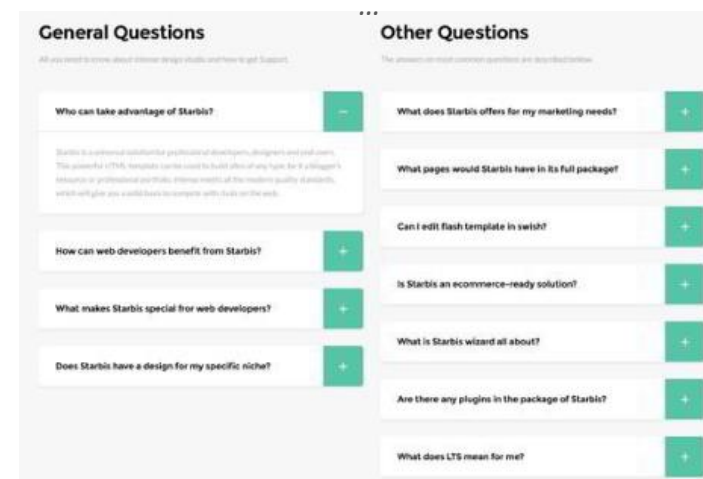
> Enrichir la présentation de son offre « produit » et ses services associés :

- ✓ Préciser le protocole sanitaire mise en place sur la literie, les draps, le nettoyage de l'hébergement, les sanitaires, le matériel.
- ✓ Préciser la fréquence de ce nettoyage.
- ✓ Faire un focus sur « Qui se charge du nettoyage ».
- ✓ Rassurer sur l'application rigoureuse des gestes « barrière » par tout le personnel.
- ✓ Préciser les mesures et les aménagements mis en place pour respecter la distanciation sociale et l'application des gestes « barrière ».
- ✓ Informer sur les données récentes locales concernant le COVID19 ?
- ✓ ...

Comment ?

FAQ sur les fiches « produit »

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





Cette semaine dans votre boutique Paysans du Coin à Clapiers

Message Important COVID-19

En cette période d'épidémie nous avons mis en place des mesures d'hygiène accrues pour continuer à vous recevoir dans les meilleures conditions possibles et toujours avec plaisir:

- Nous portons gants et masques pour vous servir.
- Nous avons mis à disposition à l'entrée de la boutique du gel hydroalcoolique pour vous nettoyer les mains (Vous pouvez aussi utiliser le votre, nos stocks diminuant rapidement)
- Le magasin n'accueillera que 10 personnes à la fois.
- Mise en place d'un marquage au sol pour respecter les 1m de distance sanitaire lors de l'attente en caisse.
- Privilégiez les paiements par carte bancaire, si vous souhaitez payer par chèque prenez votre stylo.
- Nous restons ouverts aux horaires habituels et nos producteurs font tout pour nous réapprovisionner au plus vite.

L'équipe des paysans du coin vous remercie de faire preuve de patience et de respecter ces quelques recommandations la sécurité de tous.



Sirops biologiques

Si vous aimez les saveurs originales venez découvrir dans votre boutique les sirops biologiques "les fromentières" au thym, au sureau ou à la châtaigne vous pourrez les déguster simplement avec de l'eau, comme base pour un kir ou les utiliser dans des recettes sucrées ou salées (charlottes, vinaigrettes...etc)



Boeuf à griller

Pour les amateurs de viande rouge notre producteur vous propose de nombreuses pièces de boeuf à griller, du faux-filet au gîte de noix en passant par la bavette d'alloyau et le rumsteck, des pièces fines ou épaisses à simplement poêler ou à cuisiner.

Issue de vaches de race aubrac élevées en plein air en Lozère, c'est une viande goûteuse qui vous réglera.



Hydrolat d'ail des ours et huile essentielle de Basilic

À partir de vendredi, le printemps montrera le bout de son nez avec le retour de l'hydrolat d'ail des ours cévennes-essences.

Idéal pour égayer un plat de pâtes ou une vinaigrette!

Une nouveauté fera également son arrivée, l'huile essentielle de basilic, idéale pour parfumer de l'huile à hauteur d'1 goutte pour 2 cuillères à soupe.

Comment les prestataires peuvent s'adapter ?



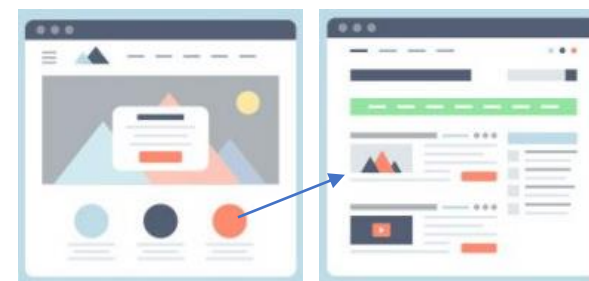
Besoin de se retrouver (en famille, entre amis, en couple), de se recentrer sur l'essentiel :

> Repenser son offre « produit » et ses services associés :

- ✓ Imaginer des offres « Retrouvaille en famille » - « Tous ensemble » - « Parenthèse sans les enfants. Yes ! » :
 - 3 Mobile-Home d'une même zone d'un camping commercialisés globalement.
 - Les 5 chambres d'hôtes d'un même bâtiment privatisées et vendues globalement.
 - 1 à 2 nuits d'hôtels + love box + repas romantique servi en chambre + privatisation du spa.
 - La privatisation des activités pour les familles et groupes d'amis avec tarif unique et services inclus.
- ✓ Étoffer son offre de services :
 - Mis à disposition de vélos pour toute la famille avec road book.
 - Solution de livraison de repas avec des prestataires locaux et des produits locaux.
 - Privatisation systématique des espaces auparavant communs.
 - ...
- ✓ Proposer des solutions de paiement partagées à distance.

Comment ?

Pages « offres » accessibles depuis la page d'accueil



Comment les prestataires peuvent s'adapter ?



Besoin de se retrouver (en famille, entre amis, en couple), de se recentrer sur l'essentiel :

> Penser à adresser ces offres de séjours aux clientèles locales et régionales !

✓ Valoriser l'expérience à vivre plus que l'offre en elle-même :

- Le coucher du soleil sur la terrasse de la chambre avec notre meilleur Rosé, juste à 2, sans les gosses ...le bonheur !"
- Pic nique en pleine nature entre potes accessible uniquement en Canoë !
- Faire soi-même son xxx coaché par ceux qui le fabriquent depuis ...

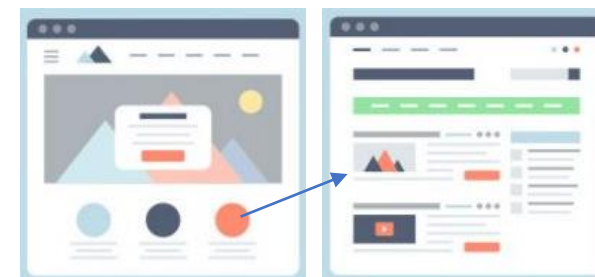
✓ Argumenter sur le dépaysement à 2 pas chez soi.

> Cibler les clientèles locales et régionales :

- ✓ Utiliser les réseaux sociaux, la presse locale et les influenceurs locaux.
- ✓ Favoriser la prescription de votre clientèle locale.
- ✓ Utiliser des nouveaux canaux de distribution susceptibles de toucher ces cibles.

Comment ?

Pages « offres » accessibles depuis la page d'accueil



Pub avec ciblage local



Offices de Tourisme, Presse locale & blogs locaux

OTA adaptée à la cible

STAYCATION
Upgrade your everyday

voyage privé

VERYCHIC
VENTES PRIVÉES D'HÔTELS EXTRAORDINAIRES

Hotel Tonight

airbnb





Attention à la guerre des prix ! Celle-ci pourrait avoir des conséquences désastreuses à moyen terme...

« Les hôtels qui cèdent les plus rapidement à la baisse des prix et qui baissent le plus leurs tarifs peuvent être les derniers à se redresser lorsque la demande revient ».

Dan Skodol, responsable RM et analyse des prix chez Cendyn – [Source Skift](#).

- La structure de prix des hôtels est basée sur le " meilleur prix disponible ", ce qui signifie que tous sont liés.
- Lorsque la demande reviendra, les clients les plus lucratifs comme les voyageurs d'affaires et les organisateurs d'événements seront plus réticents à accepter des hausses de prix.
- Baisser le prix ne rassure pas plus sur les préoccupations sanitaires et le besoin de sécurité.
- Les données de réservations des premières semaines de reprise seront bien plus significatives que les données des années précédentes.

« Les clients se souviendront davantage de leur expérience d'annulation que du tarif qu'ils ont payé ».

Mike Chuma, vice-président, marketing mondial, chez IDEaS, un éditeur de logiciels – [Source Skift](#).

- La souplesse des conditions d'annulation ainsi que la richesse et la pertinence des services inclus seront porteurs de valeur ajouté.



Comment les prestataires peuvent s'adapter ?



Besoin d'espace, de nature, de liberté :

> Valoriser l'espace dans sa structure et à proximité, les sites naturels proches, sous le prisme de l'expérience :

- ✓ Les balades dans la nature au départ de l'établissement.
- ✓ Les spots naturels à découvrir absolument à proximité.
- ✓ Les spots de pique-nique (+ mise à disposition gratuite d'équipement pour cela).
- ✓ Les expériences à vivre chez vous.
- ✓ Les espaces « privés » à disposition.
- ✓ Les expériences « nature », « insolite » à vivre à côté de chez vous.
- ✓ Communiquer sur la densité de population au km² ?
- ✓ ...

Comment ?

Images fortes sur son site web
Rubrique A voir/A Faire (hébergeur)



Analyse & réponses aux avis



Comment les prestataires peuvent s'adapter ?



Besoin de sens dans sa consommation :

> Entretenir le lien avec ses clients en dehors de toute logique « business » :

- ✓ Montrer les changements dans ses pratiques dans sa structure pour adapter les protocoles sanitaires recommandés (sans dramatiser).
- ✓ Expliquer et valoriser ses actions pour soutenir l'économie locale, le personnel soignant, les producteurs, etc.
- ✓ Présenter les services nouveaux mis en place et demander l'avis des communautés (réseaux sociaux).
- ✓ Valoriser le personnel (courage, bienveillance, solidarité).
- ✓ Créer du contenu utile pour ses clients et abonnés en cette période confinement (en lien avec votre activité).
- ✓ Montrer ce qu'il y a de profitable pour soi et sa structure pendant cette période de confinement (avec un peu d'humour et de légèreté, ça fait du bien).
- ✓ Partager ses réflexions, ses valeurs, sur ce que cette crise peut amener comme changements positifs à moyen terme.

Comment ?

Réseaux sociaux et news letter



Site web



Message de nos Fondateurs

Nous suivons depuis plusieurs semaines avec la plus grande attention la propagation du Coronavirus. Les évolutions récentes nous imposent de prendre la parole aujourd'hui pour vous donner un peu plus de détails sur la façon dont nous gérons la situation.

- L'hygiène avant tout -

Cela fait déjà 10 jours que nos 2 ateliers parisiens ont pris des mesures d'hygiène fortes pour limiter toute source de contamination. Nous avons imposé un **lavage des mains stricte**, toutes les heures, à l'intégralité de notre équipe, des **distances d'éloignement minimum**, les futures mamans ont été invitées à ne pas venir travailler et l'intégralité de **notre équipe support est désormais en télétravail** depuis jeudi. A compter de lundi, nous allons également mettre en place des **roulements d'équipe** pour avoir un minimum de personnes en même temps dans nos ateliers.

Enfin, notre tournée de magasins éphémères à travers la France et l'Europe a été annulée jusqu'à nouvel ordre.

- Votre sécurité et celle de nos livreurs -

Nous avons imposé à nos 3 partenaires de livraison, **un nouveau mode de livraison sans contact, à compter d'aujourd'hui**. La signature électronique est désormais désactivée pour éviter tout contact entre nos livreurs et nos clients. Vos commandes seront déposées devant votre porte d'entrée d'appartement ou de maison.

- Maintenir l'avenir de nos producteurs de fleurs -

Nos producteurs sont déjà très touchés par l'épidémie. Vendredi, 35% de la production de tulipe européenne est partie à la poubelle, faute de débouchés. Sur la semaine, c'est déjà plus de 10 tonnes de fleurs qui ont été jetées, car vous ne le savez peut-être pas, mais les fleurs doivent être récoltées tous les jours.

Il nous fallait agir afin de les soutenir. Nous avons décidé dès vendredi de **maintenir un prix fixe garanti pour chacun de nos producteurs afin de les aider à continuer leur activité déceimment** et cela aussi longtemps que possible. Cette décision maintient un espoir raisonnable et nous permet de soutenir directement la profession, en espérant que d'autres suivront.

Nous allons nous battre pour préserver la santé et la sécurité de notre équipe, préparer vos commandes avec toujours autant d'amour, soutenir nos producteurs adorés et vous offrir le même niveau d'expérience client sur les prochaines semaines.

Prenez soin de vous et de vos proches.

On vous aime.

Romain, Loic et toute l'équipe Bergamotte.



DANS LES COULISSES DU CHÂTEAU

Nous sommes nombreux à devoir rester chez nous en ces temps difficiles. Cependant, la Nature, elle, ne peut attendre. C'est pour cela qu'au Château, avec toutes les précautions nécessaires, nous travaillons d'arrache-pied pour préparer le Clos Marey-Monge à la période de pousse.

Nous avons donc décidé de vous emmener dans les coulisses du Château ! Rejoignez nos réseaux sociaux pour découvrir nos aventures printanières. Nous vous proposerons également des idées d'accords mets & vins, et de livres autour du vin à lire sans plus attendre.



Ruby, Vanille and Rasta, nos chevaux auxois respectent comme nous les règles de distanciation sociale tout en labourant le Clos Marey-Monge.

[Découvrir >](#)



Comment appelle-t-on la période de développement du raisin où ce dernier commence à perdre sa couleur vert foncé ? La réponse avec École V, notre école des vins.

[Répondre >](#)



Entre la préparation et l'envoi de vos commandes, notre équipe logistique s'occupe également d'étiqueter notre millésime 2018, bientôt disponible.

[Voir la vidéo >](#)



Invitez la Bourgogne chez vous !
Découvrez notre collection "Les Incontournables de Bourgogne".
Livraison à domicile.

[COMMANDER](#)

N'hésitez pas à nous partager vos dégustations, taguez le compte du Château et nous vous reposterons. Nous adorons découvrir vos expériences !

Envoyé avec ♥ par la Famille Carabello-Baum

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.



Copyright © 2020 Famille Carabello-Baum. Tous droits réservés.

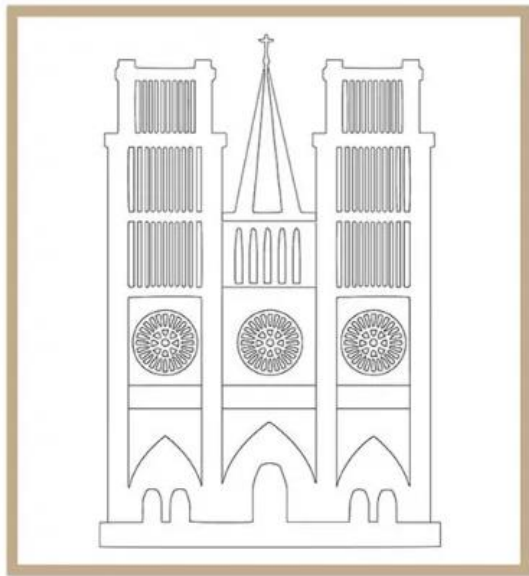
FAMILLE CARABELLO-BAUM
15 rue Marey-Monge, 21630 Pommard, France
www.chateaudepommard.com

[Se désabonner](#)

Orléans Val de Loire Tourisme, inspiré.
Publié par Corentin Bojda Pro [?] · 21 mars, 11:20 ·

Pour que vos enfants profitent de ces instants à la maison, on vous a préparé un coloriage... sur notre magnifique Cathédrale Sainte-Croix

Pour le télécharger <https://bit.ly/ColoriageOrleans>



**CATHÉDRALE SAINTE-CROIX
ORLÉANS**

2 667 **210**
Personnes touchées Interactions [Boostez la publication](#)

55 4 commentaires 11 partages

J'aime Commenter Partager

Office National du Tourisme de la République Dominicaine
Publié par Célia Tichadelle [?] · 17 mars, 11:33 ·

À défaut de ne pouvoir vous recevoir actuellement sur notre belle île, nous vous proposons une belle heure d'évasion en République Dominicaine avec Raphaël de Casabianca !

Prenez soin de vous



YOUTUBE.COM
Éblouissante République dominicaine - Échappées belles
La République dominicaine occupe les deux tiers de l'est de l'île...

8 235 **939**
Personnes touchées Interactions [Boostez la publication](#)

233 55 commentaires 69 partages

J'aime Commenter Partager

pbalille
Palais des Beaux-Arts de Lille (page officielle) [Voir le profil](#)

[@PBALILLE](#) [@TUSSENKUNSTENQUARANTAINE](#)

[Afficher le profil sur Instagram](#)

91 mentions J'aime
pbalille

#TussenKunstenQuarantaine : défi relevé par notre collègue Sophie Dutheillet de Lamothe, bravo à elle !

Saint Jérôme, José de Ribera, Italie, 1643

Découvrez cette oeuvre sur notre site Web :
<https://pba.lille.fr/Collections/Chefs-d-Oeuvre/Peintures-XVI-sup-e-sup-XXI-sup-e-sup-siecles/Saint-Jerome>

#PBA Lille #PBALilleChezVous #Confinement #museefromhome #culturechezvous

Ajouter un commentaire...



Quels rôles pour les OT dans ce contexte
vis-à-vis de leurs sociaux pros ?

Témoignages

Boris Cyrulnik – Psychiatre

« Je pense que la contrainte est sécurisante, c'est l'inconnu qui est angoissant... »

Gilles, gérant d'un site de loisirs

« Je vais avoir un discours rassurant : **sur la sécurité hygiène** en plus de sécurité matérielle ; je vais mettre en avant la réponse à **une charte d'hygiène**, ce sera mon maître mot. Je vais mettre des panneaux sur ce qu'on fait / sécurité hygiène et je vais travailler avec mes partenaires vvf, campings qui m'envoient leurs clients. Si eux ou leurs clients se posent des questions – je prépare les réponses »

Vulnérabilité

Sécurité

Actions envisageables

Réfléchir avec son équipe OT, enrichir par la veille et sonder un panel de prestataires pour se mettre d'accord sur **les postures, les contenus forts vis-à-vis des clients tels : Accueil bienveillant, Transparence, Engagements**

- ✓ En pratique ce sera de les traduire
 - ✓ Sur les composantes de l'offre et services : engagements ,matériel, Kits propres offerts...
 - ✓ Sur les questions des clients et les réponses à apporter
- ✓ Sélectionner des engagements communs ou spécifiques par secteur d'activités (hébergeurs, activités plein air...):
- ✓ Modéliser des infographies et contenus types qui pourront être utilisés par les prestataires.
- ✓ Lister les questions des clients, rédiger les réponses (et choisir les bons mots),
 - ✓ Les placer sur la FAQ de votre site web
 - ✓ Proposer un modèle de FAQ utilisable par vos prestataires
- ✓ Proposer à ses prestataires des achats groupés : produits hygiène, matériel....



The SG Clean quality mark

Organisations from specific sectors that commit to upholding good sanitation and hygiene practices can be assessed and certified with the SG Clean quality mark.

FIND OUT HOW →



<https://www.sgclean.gov.sg/>

Témoignages citadins, ruraux

« Me prémâcher les choses ... rassurantes , faire des choses qui ne sont pas des prises de tête »

« On vient de passer des moments difficiles, c'est pas le moment d'aller faire des trucs dangereux »

« Si je suis en vacances 3 jours, je ne veux pas de mauvaises surprises en arrivant, encore plus si j'ai décidé de buller pendant ces 3 jours »

A l'inverse un autre dit « j'ai envie de m'éclater »

**Liberté en toute
sécurité**

**Facilitation
Confiance**





Actions envisageables

Déplacer le conseil en séjour des BIT !

- ✓ Produire du contenu de « conseil en séjour » adapté à la situation pour le web et le cas échéant pour du print sur place, avec l'appui des prestataires :
 - ✓ Se balader dans la forêt de cèdres centenaires, le départ du circuit balisé à 300 m d'ici, compter 2 heures et au retour faites une halte au moulin à huile , Gérard vous fera goûter sa dernière huile d'olive primée, ma préférée
 - ✓ La plage des « sablons » est la plus proche, à « x » km, facile d'y aller à vélo, piste cyclable, le top en fin de journée pour être plus tranquille et au retour au niveau de la rade, c'est « le » spot pour admirer le coucher du soleil
- ✓ Modéliser ces conseils personnalisés . Les matérialiser sur des supports numériques mais pas que, sur place, à leur arrivée, un document léger « papier » personnalisé.
- ✓ Transmettre ces contenus et ses outils aux prestataires pour qu'ils le reprennent dans leur communication, etc. auprès de leur clientèle.
- ✓ Produire une news-letter quotidienne qui pousse du conseil en séjour auprès des prestataires afin qu'ils le relaient auprès de leur clientèle.
- ✓ Imaginer des RDV de conseil en séjours à distance (en visio) relayés par les prestataires pour les clientèles sur place.
- ✓ Proposer un atelier -formation « conseil personnalisé » aux personnels en contact.

Exemple de suggestion de ballade, bien détaillée, qui va au de-là d'un itinéraire Cirkwi ou d'une fiche SIT, qui donne les bons plan, les étapes intéressantes, etc. tel que l'on pourrait l'avoir à l'oral dans un BIT.

Provence Verte & Verdon

Découvrir • Idées d'activités • Préparer mon séjour • Agenda et Festivités • Où dormir, déguster, s'amuser •

Entre Fontaines et Cascades

Nos idées balades / Entre Fontaines et Cascades

“ Partez à la découverte de Barjols et ses trésors. Fontaines et cascades vous attendent pour une journée fraîcheur. ”

Matinée : à la découverte du circuit des Fontaines

VERSION IMPRIMABLE

Infos utiles

- Durée: 1 journée
- Public concerné: Famille avec enfants autonomes
- Saison idéale: Printemps / Été
- Météo idéale: Quand il fait beau

Exemple d'une présentation d'offre insolite sous l'angle de l'expérience tel que l'on pourrait l'avoir à l'oral dans un BIT.

chilowé

PROCHE DE PARIS • TOUTE LA FRANCE • BEST-OF • SAVOIR-FAIRE • CHALLENGES • LIFESTYLE • GUIDE CHILOWÉ PARIS

LA VIE EST BRELLE

ARDÈCHE À MOBYLETTE

PETITE ADRESSE • MOBYLETTE • 2 À 3 JOURS • 100% DÉCOUVERTE

Arpenter l'Ardèche à mobylette

ALVERGNE-RHÔNE-ALPES

Infos pratiques

- NOM: La Brêle Bleue
- LOCALISATION: Vals-les-Bains

Exemple d'une expérience bien traitée sur plan éditoriale et multimédia qui inclut du conseil pratique et concret tel que l'on pourrait l'avoir à l'oral dans un BIT.

LUDE PAYS CATHARE • LE SUD

Corbières, une parenthèse nature

FABREZAN • 1 JOURNÉE



Témoignages

Sabine - confinée à Lyon

« Consommer local, l'authentique, oui j'ai compris que ça sert mes intérêts, ce qui est bon pour moi ... dès lors que ce sera compatible économiquement, je le ferai »

Solidarité

Partage Responsabilité

Actions envisageables

Les élans de solidarité sont nombreux partout en France, ils sont beaux, émouvants :

La mise en réseau de vos prestataires : oui ! Pour les aider à faire le lien avec le local.

- ✓ Relever les bonnes expériences locales durant le confinement : qui et avec qui... pour les produits alimentaires, services ...
- ✓ Prenez contact avec eux , ils enrichiront votre réflexion sur ce qui est possible à développer, ils seront vos appuis
- ✓ Remue méninges d'idées (versus conf « locales ») : troc/ prêt de matériel, services d'approvisionnement, services aux clientèles ...
- ✓ Mettre en lien producteurs locaux (associés, c'est plus facile) et meublés – campings pour proposer à leurs clients un panier de produits frais et/ ou cuisinés à leur arrivée.
- ✓ Faire connaître les initiatives « locales » sur une rubrique spécifique de votre communication « pro ».

[Et maintenant]

En construction :

Un parcours de formation de 21h en courts modules et avec différents experts

Comment être en appui de ses prestataires en contexte de crise ?

- Être tiers de confiance, facilitateur d'intelligence collective et de professionnalisation
- Être organisateur d'une stratégie de contenu partagée, au service de ses prestataires et au bénéfice de mon marketing



Programme de Formation à distance « Spécial Plan de Relance »

Utilisez les techniques de Gestion de la Relation Client – Mercredi 15 Avril

inscriptions ici : <https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/formation/157/utiliser-les-techniques-de-gestion-de-la-relation-client>

Accueillir et intégrer vos saisonniers en un temps record – Jeudi 16 Avril matin et Vendredi 17 après-midi

inscriptions ici : <https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/formation/155/faites-de-vos-saisonniers-des-pros-de-laccueil-en-un-temps-record>

Créer, gérer, relancer ou développer votre boutique d'Office de Tourisme – Lundi 20 et Mardi 21 Avril

inscriptions ici : <https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/formation/156/creer-gerer-relancer-ou-developper-votre-boutique-doffice-de-tourisme>

Management : conduite du changement – Mardi 21 et Jeudi 23 Avril

inscriptions ici : <https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/formation/154/conduite-du-changement>

...