



CLUB DES
UTILISATEURS

Mardi 14
Janvier 2020



JOURNEE SEMINAIRE – Châteauneuf-Le-Rouge



PROGRAMME DE LA JOURNEE

10H00 – 11h00 : Les avantages concurrentiels de mettre en place une GRC au sein de sa structure et de bien la travailler



- Présentation de Gil PONS – Service Attractivité et Tourisme Région Sud
 - ✓ L'avantage concurrentiel de mettre en place une GRC,
 - ✓ l'accompagnement de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le cadre du Plan de Développement de l'Economie Touristique



- Présentation de Aline COLLODELLO – Fédération Régionale des Offices de Tourisme :
 - ✓ Les formations GRC et AVIZI
 - ✓ La GRC, un outil incontournable et indispensable pour l'Office de Tourisme du Futur

11h – 13h00 - Présentation des évolutions de l'outil



- Présentation de Nicolas RUDELLE – Proximit

13h-14H00 : Déjeuner commun à la charge de chacun

14h00 – 16h30 - Retour d'utilisation & questions/réponses

Les Objectifs de la journée

- ✓ Faire ressortir la valeur ajoutée pour une structure de bien réfléchir sa démarche de mise en place de sa Gestion de la Relation Client,
- ✓ Vous présenter et faire part des derniers développements et évolutions de l'outil
- ✓ Pour les futurs utilisateurs : Quelles sont vos motivations et avez-vous des questions spécifiques ?
- ✓ Pour les utilisateurs : recueillir vos retours précis sur le déploiement et l'utilisation en interne, et de vous permettre de poser toutes les questions qui vous sont apparues au fur-et-à-mesure de son utilisation pour une meilleure optimisation de votre exploitation.

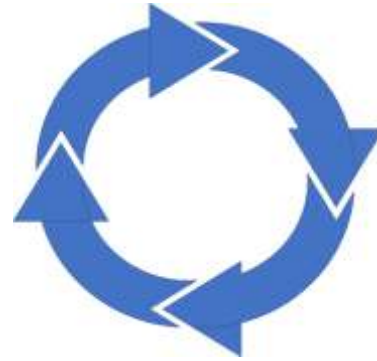
Présentation de Gil PONS – Service Attractivité et Tourisme – Région Sud



Plan de croissance de l'économie touristique

Nouvelles expériences touristiques (NEXT)

Soutenir les acteurs du tourisme pour innover davantage.



SMART DESTINATIONS

Des destinations connectées et centrées sur le client.

Marché de 2 ans reconduit pour 3 ans en novembre 2019 :

Tarifs préférentiels et prise en charge de certaines évolutions demandées par les utilisateurs.

GRC/CRM

Gestion de la Relation Client/ Customer Relationship Management



76 % des organismes pensent savoir ce que les clients veulent, aiment, préfèrent...

Mais 34 % seulement le leur ont effectivement demandé



Il n'y a qu'un patron : le client. Et il peut licencier tout le personnel, depuis le directeur jusqu'à l'employé, tout simplement en allant dépenser son argent ailleurs.

Sam Walton

Les 7 points clés d'un site internet orienté 100 % client



- Un référencement naturel omniprésent (SEO)
- Une rapidité d'affichage (moins de 2,5 secondes sur mobile)
- Des pages et des infos indispensables avec un moteur de recherche puissant
- Des fonctionnalités attendues par les internautes (filtres, éditorialisation de l'information, internet de séjour, push...)
- L'esthétique (photos et vidéos)
- L'interaction avec les internautes (blogs, réseaux sociaux, avis clients...)
- La réservation en ligne

Calculer la vitesse de chargement de votre site avec ThinkWithGoogle

Vos résultats pour maregionsud.fr ⓘ

La vitesse de chargement de votre site est de 2.4 secondes sur les réseaux 4G dans le pays suivant: France ▾

ÉVALUATION

Moyennement rapide

Une page moyennement rapide commence à se charger en 1 à 2,5 secondes.

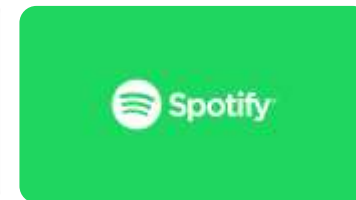
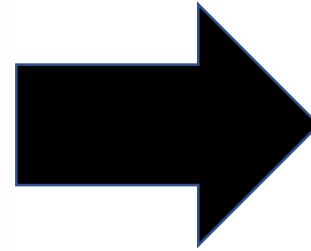
TENDANCE MENSUELLE

Aucun changement

La vitesse de votre site n'a pas évolué depuis le mois dernier.

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/feature/testmysite/>





Marketing ciblé



D'un marketing de la demande



à un marketing de l'offre



Taux d'ouverture d'une newsletter générale : **22%**

Taux de clic : **5%**

Taux de conversion : **4,5%**

Sur 10 000 prospects, 5 achètent une prestation

Taux d'ouverture message ciblé :
entre **40 et 70 %**

Une start-up qui récupère la donnée client

Un traitement personnalisé en ligne pour chaque visiteur

WAG adapte votre site internet à chacun de vos visiteurs, en fonction de sa navigation.

L'I.A. WAG comprend les besoins du visiteur : **la destination** (ou le style de destinations), **le thème ou le but du voyage** (en famille, culture, gastronomie), **les contraintes** (budget, dates, handicap, accompagnants). Forte de cette compréhension, elle lui propose en temps réel la meilleure information sur le projet de voyage, la meilleure offre de votre catalogue : celle qui fait rêver pour une décision immédiate.

> 500 000 visiteurs analysés par mois

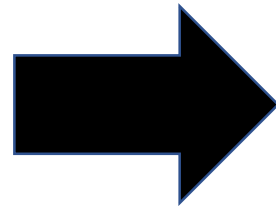


Règlement Général sur la Protection des Données



Le traitement des données une valorisation

Back Office



Front Office

Activité

Informations générales

Saison de	May - October
Temps nécessaire	4 à 8 heures
Convient aux enfant âgés de	6 à 9 ans, 10 à 13 ans, 14 ans et +
Convient à/aux	Groupes
Météo	Extérieur
Catégorie	Nature, Actif

Informations sur les groupes et les prix

Accompagné(s)	Oui
Langues	allemand
Taille des groupes	1 - 8

Hébergement

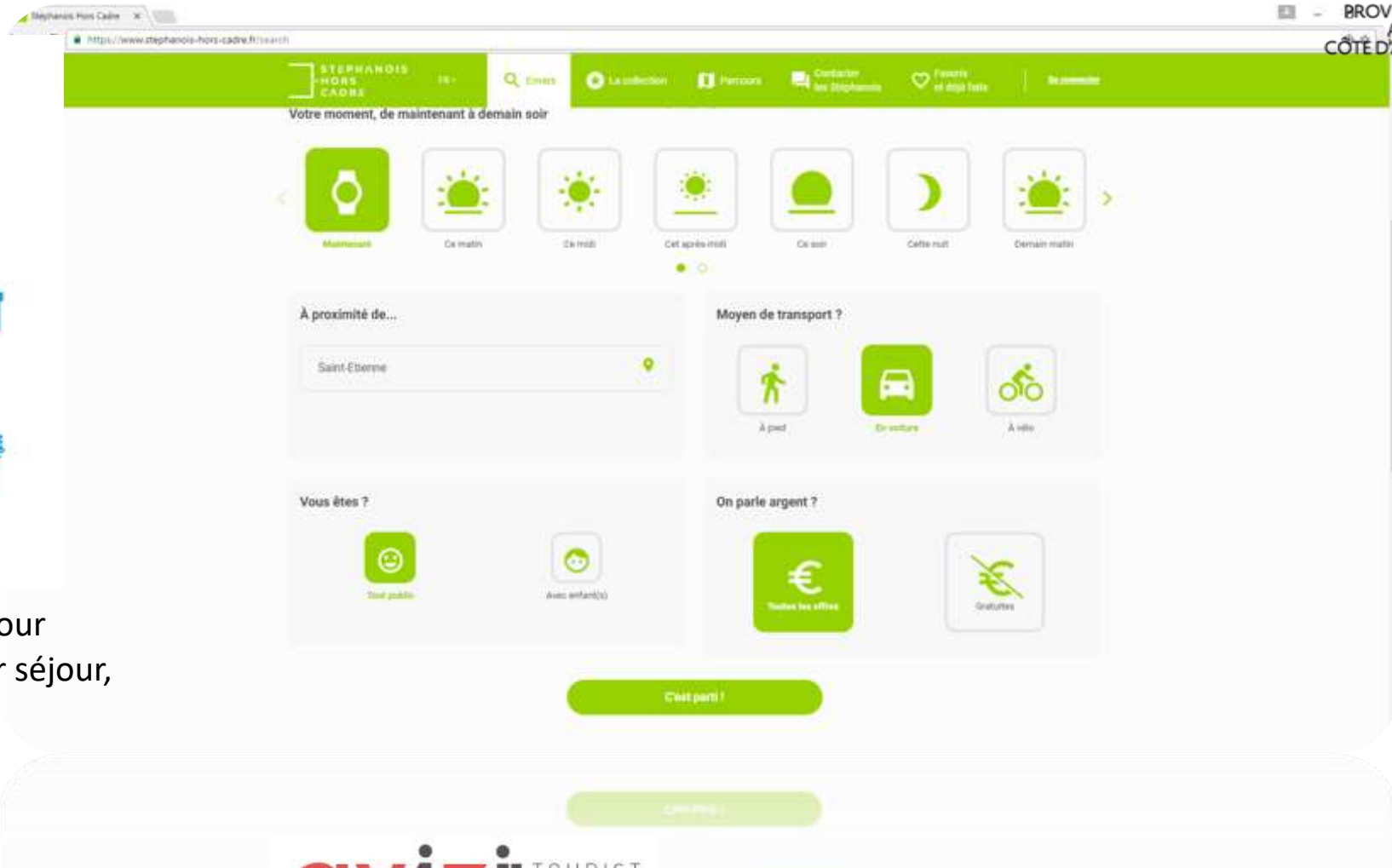
Équipement

- ✓ Luggage Service
- ✓ Station de recharge
- ✓ Parking souterrain
- ✓ Parking privé
- ✓ Parking public
- ✓ Internet - gratuit
- ✓ Chambres très calmes
- ✓ Wi-Fi - gratuit
- ✓ TV
- ✓ WC
- ✓ Radio
- ✓ Mini-bar
- ✓ Climatiseur
- ✓ Téléphone
- ✓ Chambres non fumeur
- ✓ Bar
- ✓ Restaurant
- ✓ Vue panoramique
- ✓ Terrasse
- ✓ Aire de jeux intérieure
- ✓ Jardin
- ✓ Hôtel non fumeur
- ✓ Animaux de compagnie acceptés
- ✓ Situation très tranquille

Wellness

- ✓ Bain à remous ou jacuzzi
- ✓ Bain de vapeur
- ✓ Piscine intérieure
- ✓ Piscine extérieure
- ✓ Massage complet et massage partiel

Internet de séjour



63% utilisent leur smartphone pour trouver des inspirations pour leur séjour,
76% s'en servent pendant leurs vacances.

Ok Google, Alexa, Dis Siri ...

Le nombre d'utilisateurs mensuels des assistants vocaux en France est de plus de 15 millions de personnes



Près de **6 millions de Français** sont déjà équipés d'une enceinte à commande vocale.



1 possesseur sur 2 de smartphone utilise sa recherche vocale et **1 sur 3 le fait quotidiennement**.



Présentation de Aline COLLODELLO – Fédération Régionale des Offices de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur



Les formations :

La Fédération Régionale est l'organisme de formations « AVIZI » pour les OT de la Région :

- Inscription & gestion administrative depuis le catalogue en ligne : <https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/>
- 2 types de formation :
 - ✓ Intra-entreprise : pour répondre à un besoin rapide et particulier d'une structure (rapidité de formation, participants en nbre > 4 pers./session, développements spécifiques de l'outil)
Formation en interne dans la structure – pas de frais de déplacement
 - ✓ Interentreprises : Sessions programmées à Aix-En-Provence ou sur un département si nbre de participants suffisants – Coûts optimisés
- 3 jours de formation assurés par Proximit : Administrateur – Utilisateur & Marketing
- Administrateur : à distance ou en présentiel
- Utilisateur & Marketing : en présentiel

Programme des formations AVIZI :

- **Pourquoi suivre ces formations :**
- Avizi est un outil d'accueil et de gestion de la relation client multicanal dédié au monde du tourisme institutionnel.
 - Un outil pour vous donner les clés pour construire et animer votre stratégie de marketing relationnel,
 - tout en vous offrant une réponse concrète à vos attentes en matière d'accueil, de suivi de la fréquentation et de gestion des demandes.

La formation au module marketing d'Avizi est dédiée aux profils marketing de votre structure en charge de la relation client.

Formation complémentaire inscrite au PRF :

➤ Utiliser les techniques de gestion de la relation client

- ✓ Pourquoi suivre cette formation ?

Pour transformer votre prospect en client,

Pour le faire consommer l'hébergement, les activités, la restauration, etc...

Pour le fidéliser

- ✓ Ses Objectifs :

Méthodologie pour la collecte et la qualification de la donnée client

Maîtriser le cycle de la relation client « avant/pendant/après » séjour

Se saisir du marketing one to one : personnalisation des messages

Apprendre à analyser la satisfaction des touristes sur votre destination

GRC : observatoire National & OT du Futur



- ✓ Observatoire National PILOT :
 - Le Pack « start » permet de répondre aux indicateurs spécifiques d'identification client de l'observatoire OT pour vous permettre de vous comparer par rapport à vos collègues, de réajuster votre stratégie marketing territorial, de faire évoluer les aménagements touristiques

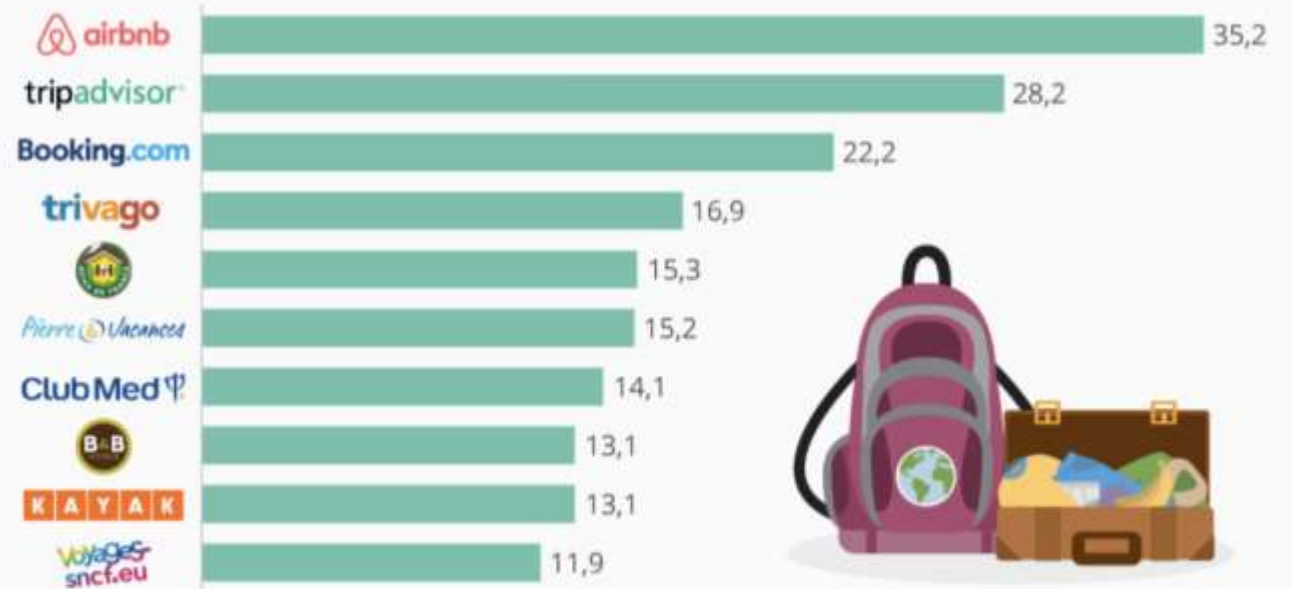
- ✓ Outil indispensable à la transformation de votre structure vers l'OT du Futur :
 - Evolution de nos métiers = obligation de s'adapter, de se transformer pour répondre aux attentes des milleniums / Génération Y (30 % de la dépense en 2020 et 75 % de la population en 2025).
 - Importance d'une stratégie marketing one to one pour séduire, fidéliser la Génération Y car ils sont de plus en plus à décider entre une ou plusieurs destinations lorsqu'ils décident de faire un voyage pour la première fois d'où l'importance de bien qualifier sa base de données clients pour cibler ses campagnes.

De nouveaux clients... Et de nouveaux collègues !

- Millenials européens 4,3 voyages par an contre pour 3,7 pour toutes les générations
- Les voyages sont moins longs (= 8,5 jours)
- 23% d'entre eux ont une destination en tête lorsqu'ils décident de partir en vacances
- 37% se disent influencés par des blogs ou articles pour le choix de leur voyage
- 69% préfèrent opter pour des endroits « hors sentier battu »
- 51% planifient leur voyage par les moteurs de recherches
- 48% par les OTA

Le voyage vu par les Millennials

Classement BrandIndex des acteurs du voyage préférés des Millennials en France en 2017 *

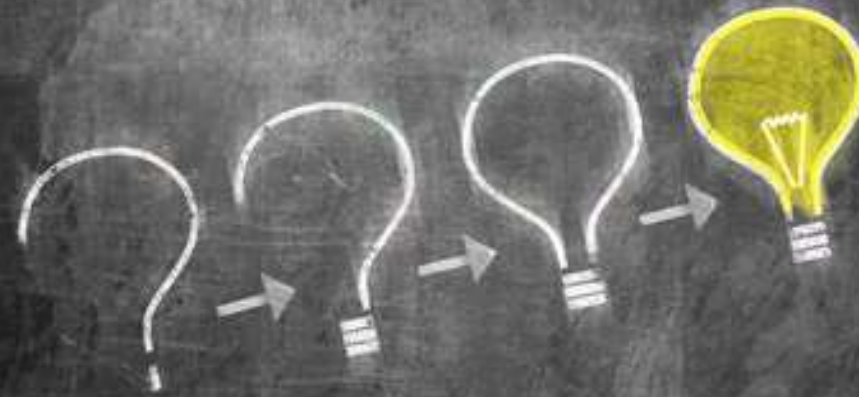


Période : 1er janvier au 24 septembre 2017

* D'après le score d'Impression.
Source : YouGov

YouGovBrandIndex statista

L'EXPERTISE METIER ET TERRITORIALE



BIG DATA



to



BIG VALUE

*La force de la
donnée*

avizi TOURIST
RELATIONSHIP
MANAGEMENT



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

L'animation d'un écosystème économique



L'intelligence collective de la filière





La performance
du marketing



*La logique
expérientielle*



La création de valeur centrée client

Des modèles économiques à relancer voire inventer



Les nouveaux métiers identifiés – OT DU FUTUR :



Coach d 'experience de séjour



Data Miner - Pilote de l'attractivité



Développeur Networking



Coach d'expérience de séjour



Coach d'expérience de séjour



Le coach d'expériences a pour finalité d'intervenir **avant et pendant et après un séjour** touristique pour faire vivre une **expérience unique** aux visiteurs et clients de son territoire/sa destination. Fort de sa **connaissance précise de l'offre** innovante en tourisme et en loisirs de son territoire, il joue un rôle de **médiateur** en adaptant ses propositions aux publics afin de leur garantir un **bénéfice émotionnel** et une **expérience unique très qualitative**. Ses liens avec de nombreux acteurs locaux et son expertise technique lui permettent de **diversifier les parcours clients** et de mieux répartir les flux de consommation dans l'espace et dans le temps. **Son potentiel vendeur** permet de développer l'économie touristique à forte valeur ajoutée au bénéfice des acteurs locaux. **In fine, il renforce la légitimité de l'OT comme tiers de confiance.**



Data Miner Pilote de l'attractivité

Data Miner – Pilote de l'attractivité



Le pilote d'attractivité data miner maîtrise la connaissance de **l'ensemble des données qualitatives et quantitatives liées à son territoire**. En particulier, il est un expert de la GRC (gestion relations clients), doté d'une fine connaissance des **profils clients et de leurs attentes** par rapport au territoire.

Son expertise lui permet d'alimenter continuellement la **stratégie d'attractivité** de la destination en relation avec de nombreux paramètres **marketing, qualité et innovation**. Performant en **veille**, il est en quête de ressources complémentaires innovantes pour alimenter ses bases de données et est attentif à l'évolution des **retombées économiques** des offres et produits mis en marché. Acteur clé de la **marque territoriale**, il en développe l'impact en termes de rayonnement. Pièce maitresse de l'attractivité de la destination, il intervient comme tour de contrôle et en tant que support interne des différents métiers de l'OT. En ce sens, il a pour rôle de mesurer, objectiver et diffuser les données recueillies pour permettre à l'OT de définir des plans d'actions pertinents.



Développeur Networking

Développeur Networking

Le développeur networking est un **expert en coordination des acteurs socio-économiques du territoire**, animant de multiples réseaux avec une démarche qualitative collective, autour d'une gamme de services de type « **guichet unique** ». Ambassadeur éclairé de son territoire, acteur clé du levier touristique et économique, il coache, forme et accompagne **les porteurs de projets, investisseurs et acteurs professionnels et habitants locaux** dans leurs démarches afin de garantir la réussite de leurs projets économiques et de développer la fierté d'appartenance au plan local.

Facilitateur de liens entre les milieux économiques et la société civile, le développeur networking anime le **dialogue territorial** en agissant comme **pivot** d'une économie transversale, circulaire, sociale et donc durable, au bénéfice du territoire. Il développe des activités créant du lien social et favorisant l'autofinancement de l'OT (du type « tiers lieu de vie »...).

Référent de la marque territoriale, il accompagne les acteurs en termes d'outils et de moyens.



Merci !

Pour votre participation,
Pour votre écoute,
Pour votre fidélité à votre Fédération
Régionale.



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

FÉDÉRATION RÉGIONALE
DES OFFICES DE TOURISME
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

300, avenue Giuseppe Verdi
BP 40150 - 13605 Aix-en-Provence

Tél. 04 42 16 80 10
Email : contact@offices-tourisme-sud.fr
www.offices-tourisme-sud.fr

