

SÉMINAIRE COMMERCIALISER LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE

18 DÉCEMBRE 2019

vaucluseprovence-attractivite.com





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

DES EXPERTS ETOURISME QUI SE MOUILLENT POUR VOUS !



Un réseau d'experts e-tourisme pour développer vos compétences.



Initiation &
fondamentaux du
e-tourisme



Stratégie,
organisation &
management



Site web, visibilité
& référencement



Commercialisation
& gestion de la
relation client



Mobilité,
m-tourisme &
geomarketing



Web 2.0, Facebook
& e-reputation

Au programme :

- Les enjeux de ce séminaire.
- État des lieux et prospective concernant la distribution des activités.
- Les leviers pour développer les ventes (coté prestataire d'activité).
- Les stratégies possibles pour les territoires.
- Benchmark et retours d'expériences !
 - CRT Côte d'Azur
 - Hyères Tourisme
 - Estérel Côte d'Azur
 - Agence de Développement Hautes Alpes
 - ADT 64 - Béarn Pays-Basque
- Comparatif simple des solutions de vente « activités » évoquées pendant le séminaire.
- Exemple du programme de professionnalisation d'Hérault Tourisme.
- Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « prestataires d'activités ».
- Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « Office de Tourisme ».

Les enjeux de ce séminaire...

Enjeux du séminaire

Contexte :

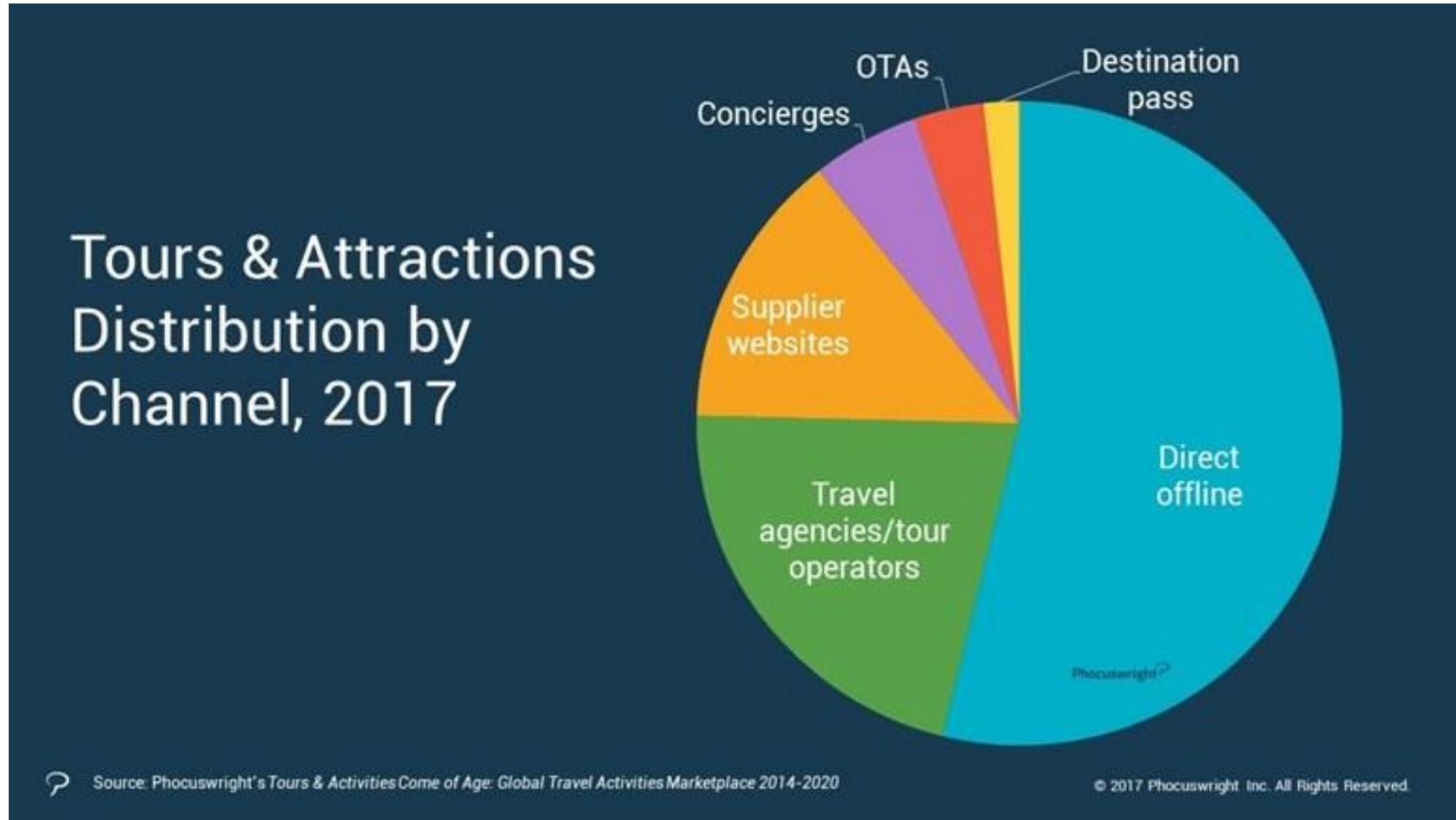
- ✓ La recherche d'activités et de loisirs sur internet n'a jamais été aussi forte (70% des voyageurs) mais il est toujours aussi compliqué de trouver des offres réservables en ligne; c'est-à-dire, qui répondent aussi bien qu'un site de réservation d'hébergement,
- ✓ 67% des voyageurs préfèrent réserver un hébergement moins cher pour se payer des loisirs,
- ✓ Seulement 1 pro sur 5 est correctement équipé pour sa commercialisation (PhocusWright), 30 % seulement des prestataires se commercialisent en ligne et sont partenaires des OTA
- ✓ L'offre vélo et d'activités de pleine nature, caractérisée par la petite taille des opérateurs, est présente sur la totalité du territoire régional
- ✓ La commercialisation de cette offre est abordée dans le cadre du contrat régional filière vélo car les problématiques sont les mêmes.

Enjeux :

- ✓ Améliorer les ventes en ligne des prestations sèches et ainsi accroître l'activité des prestataires.
- ✓ Faciliter l'accès à ces prestations constitue un enjeu majeur à la fois pour les entreprises qui n'ont pas toujours les moyens de se commercialiser, mais également pour faciliter l'achat par les touristes et les excursionnistes.
- ✓ Les OTA se diversifient au travers de la commercialisation de ces prestations. Une place reste encore à prendre !

État des lieux et prospective concernant la distribution des activités

L'achat d'activités de loisirs se fait encore très majoritairement « off line ».



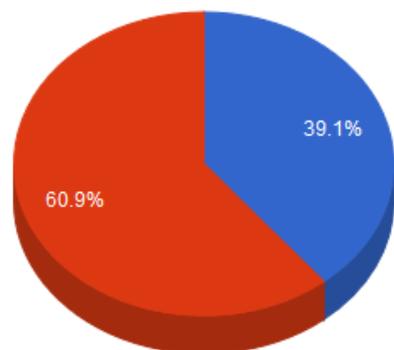
[En aparté]

[Résultats de l'enquête prestataires d'activités]



PROPOSEZ-VOUS LA RÉSERVATION EN LIGNE SUR VOTRE SITE WEB (AVEC PAIEMENT SÉCURISÉ) ?

oui
non



un chiffre à relativiser...



± 60 % ne proposent pas la réservation en ligne sécurisée (36 réponses)

± **14 outils de réservation en ligne !**
(Regiondo, Amadéus Sherpa, Open Pro, Elloha, Stripe ?, Bokun, Guidap, Trekker pro, nexdive, Hellasso, skilouresa, revouack?, webresa)

Mais la situation est en train d'évoluer...



Et on n'a jamais autant consommé d'activités touristiques !

The tours and activities sector is growing **faster than the total travel market**; by next year, it will grow to \$183 billion.

Think with Google

Source: Phocuswright's Tours and Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace, 2014-2020.

20 % du marché mondial des loisirs touristiques est réalisé en ligne et cette part progresse de 13 % par an.

(Source : Phocuswright)

État des lieux...

Globalement, la réservation en ligne d'activité est en pleine expansion...



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.



In the 12 weeks leading up to a trip, there are:

3x
more experiences
searches than
hotel searches.

8x
more experiences
searches than
air searches.

Think with Google

Source: Google/Greenberg, Global, Travel Tours and Activities Survey and Behavioral Study, Dec. 2018.



48%
of experiences bookings are happening once
travelers arrive at their destination.

Think with Google

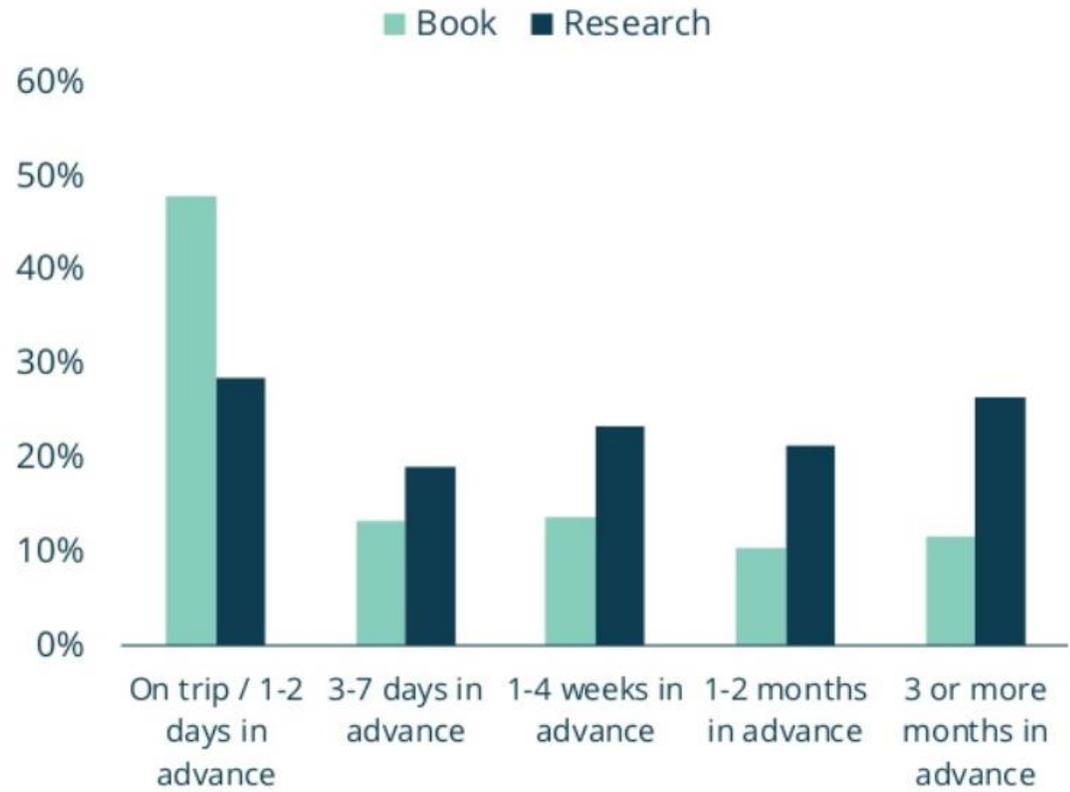
Source: Google/Greenberg, Global, Travel Tours and Activities Survey and Behavioral Study, Dec. 2018.

[En complément]

Tours, Activities, Attractions & Events follow a very different booking window from flights and hotels, which are usually booked well in advance of travel.

Travelers begin researching attractions and activities in advance of their trip, but most book last minute.

Arival's 2018 State of In-Destination: Activity travelers: US - 1,000, UK - 1,001, FR - 1,000, DE - 1,000; August 2018

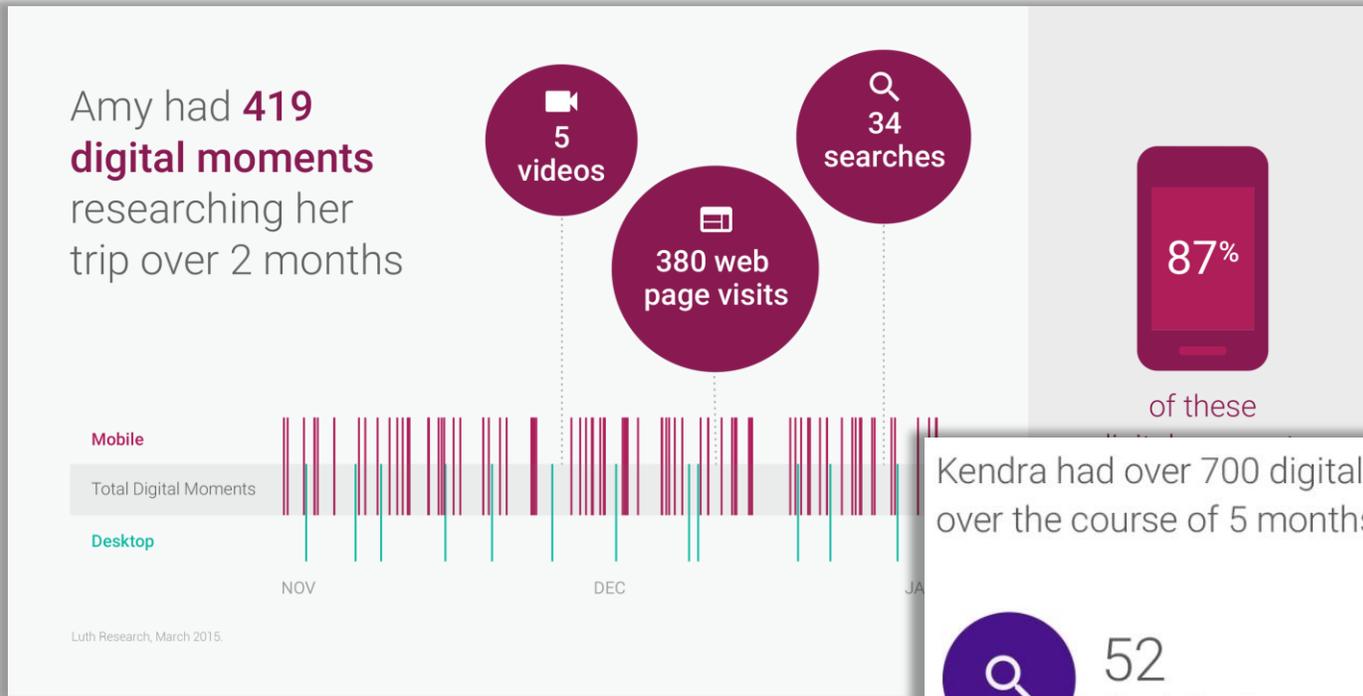


www.arival.travel



État des lieux...

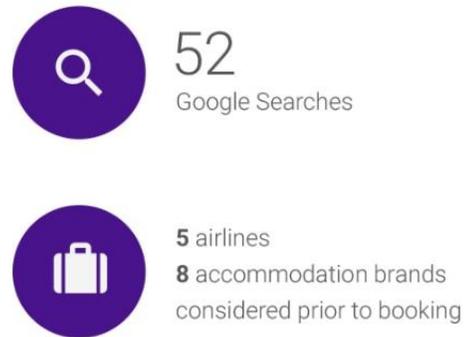
Le parcours client « type » n'existe plus ! La préparation/réservation du « quoi faire à destination » sur les smartphones le fait exploser !



Aux États-Unis, ce sont aujourd'hui plus de 250 points de contact en moyenne qui jalonnent désormais les parcours d'achat de voyage!

(Source : [Google 2019](#))

Kendra had over 700 digital travel touchpoints* over the course of 5 months.



Types of sites visited:



*Touchpoints = searches, website visits, video views, clicks

[enjeux]

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

Le « Quoi faire? » à destination : De quoi parle-t-on ?



- Les « incontournables »



- L'agenda du moment



- Les balades, les randos, ...
- La situation géographique des activités potentielles...



- Les bons plans
- Les recommandations
- Les astuces



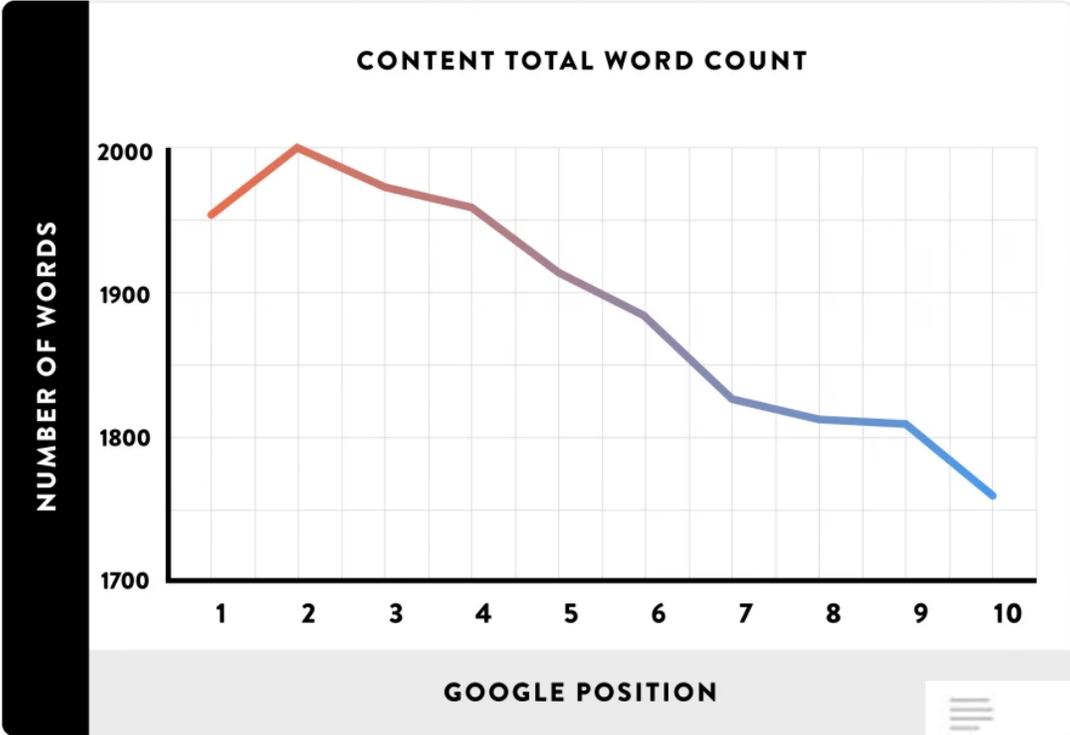
- La réservation d'activités

- 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 ? ...
- 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 ? ...
- 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 ? ...
- 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 ? ...
- 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 ? ...



[En aparté]

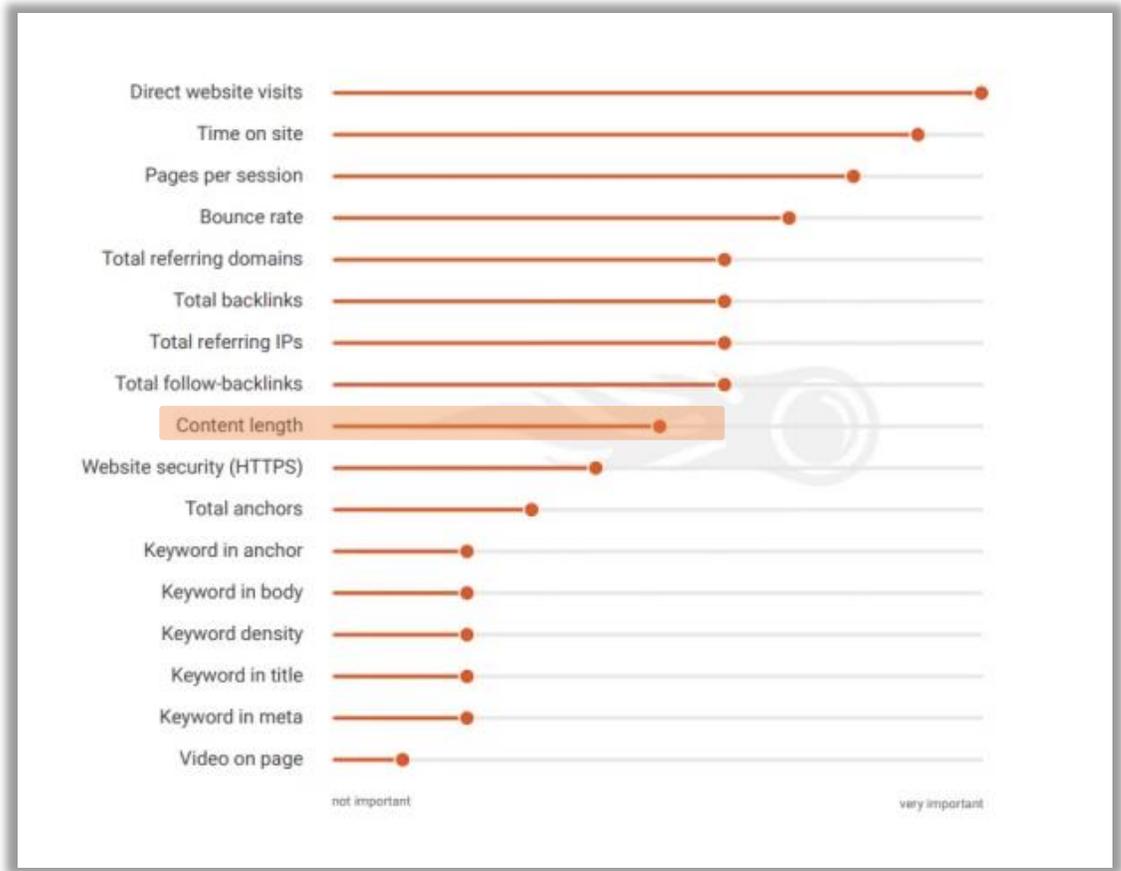
Étude Backlinko - 2016



45%
 is the difference
 in content length
 between Top-3
 and 20th position

Etude SEMRUSH 2017

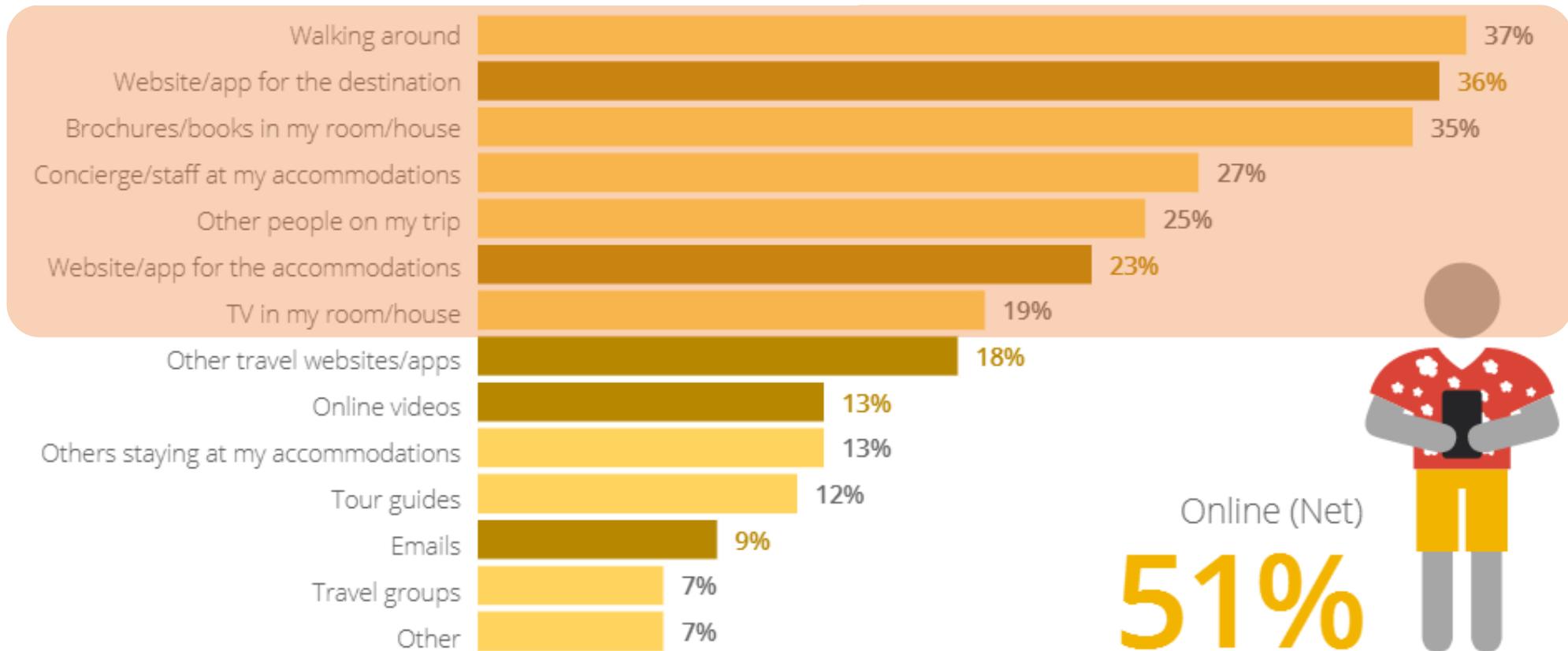
Sur les facteurs de positionnement sur Google en SEO



État des lieux...

Mais la particularité des activités, c'est qu'une fois à destination, même si les recherches Google sur smartphone sont de plus en plus importantes... les sources d'information locales demeurent ! (prescription locale)

To decide on activities once at their destinations, leisure travelers rely on a **mix of sources**



État des lieux...

Qui vend les activités de loisirs en ligne ?

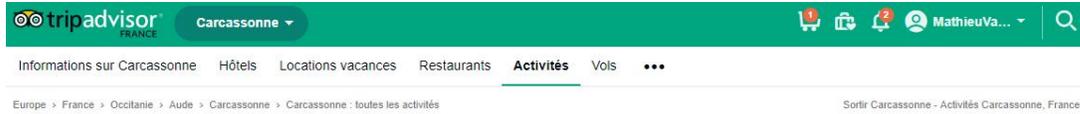


Et désormais...



Et même ... Google

Focus sur Viator



Carcassonne : les meilleures activités

Trier par : **Classement** Réserver en ligne

[Voir la carte](#)

Types d'activités
Meilleures attractions
Recherchez des billets et circuits

Types d'attractions
 Sites et monuments (24)
 Nature et parcs (7)
 Circuits (16)
 Musées (11)
 Restauration (7)
 Activités de plein air (10)
 Zoos et aquariums (1)
Plus -

- Liste des comtes de Carcassonne
7 288 avis
N° 1 sur 72 choses à voir à faire à Carcassonne
Sites historiques, Quartiers
[Plus d'infos](#)
2 options de réservation
- CHÂTEAU ET REMPARTS DE LA CITÉ DE CARCASSONNE
4 494 avis
N° 2 sur 72 choses à voir à faire à Carcassonne
Châteaux
[Plus d'infos](#)
2 options de réservation
- Châteaux cathares
683 avis
N° 3 sur 72 choses à voir à faire à Carcassonne
Sites historiques
[Plus d'infos](#)
1 option de réservation
- L'Amérique inédite
- Église Saint-Nazaire
1 361 avis
[Plus d'infos](#)

tripadvisor Experiences

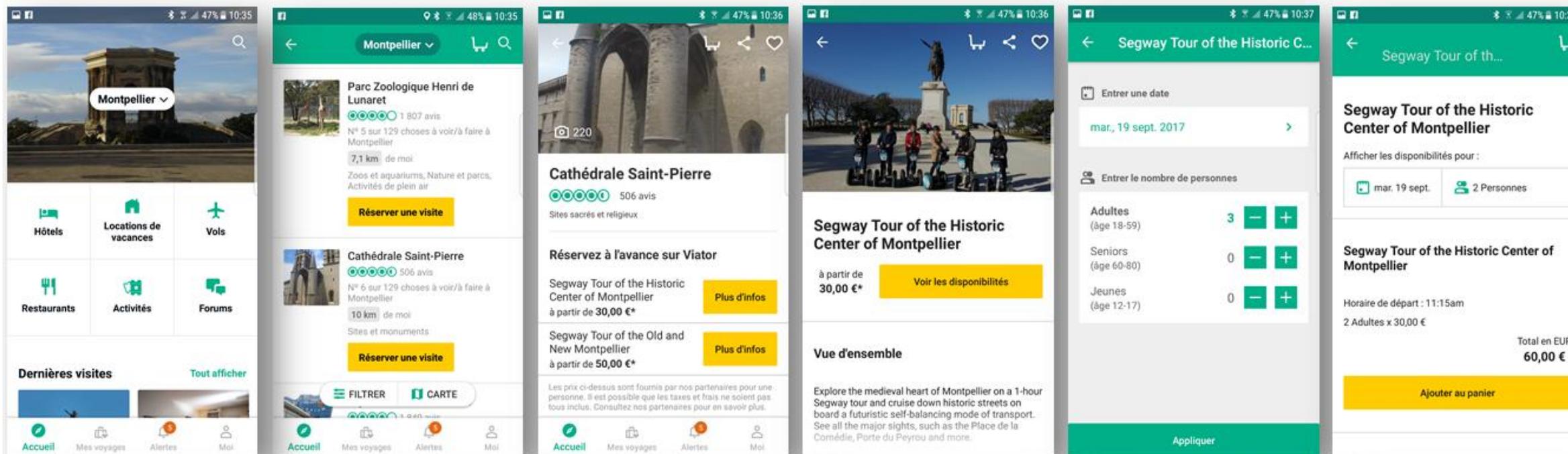


20 % de commission en moyenne.

En juillet 2014, TripAdvisor rachète Viator pour 150 millions d'euros et en fait, quelque temps après son unique distributeur d'activités... aujourd'hui entièrement intégré dans TripAdvisor. (idem avec la Fourchette pour les restaurants)

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

Viator est entièrement intégré dans Tripadvisor, y compris dans l'application.



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

Focus sur Airbnb Expérience

Progression exponentielle en France...

[coté client]

Q Paris - Expériences

Publier une annonce Hôte • Listes Voyages Messages • Voyage d'affaires Aide

Dates Voyageurs Prix Moment de la journée Langue proposée Afficher la carte

Titre	Durée	Note	Nombre de réservations
Boxer avec un pro dans des lieux insolites	1.5 heures		8
Your unique way to discover Montmartre	1.5 heures	5.0	8
Jouer au tennis avec un joueur pro à Paris	1 heure	5.0	13
The Secret Jazz Club	1.5 heures	4.88	617
Jogging-visite à l'aube	2 heures	4.94	162
Accords mets-vins dans une cave à vin et à fromage	2 heures	4.92	715
Un Dîner traditionnel Unique dans un Manoir Parisien	2 heures	4.53	63
Paris Art tour with exhibiting artists	3 heures	4.38	52
A la découverte des vins bio de France	2 heures	4.87	62
Dégustation de vin français	2 heures	4.97	164
Le marais juif en histoires	2.5 heures	4.92	108
Dégustation de vin et fromage	2 heures	4.98	248
Paris et ses plus beaux secrets	Expériences à Paris Expériences authentiques 5 étoiles - 4.1	4.96	3674
Equitation : Balade à cheval en Seine	Expériences à Paris Expériences authentiques 5 étoiles - 4.7		
Dégustation vin Paris Bastille	1.5 heures		
Traversée de Paris à vélo dans le froid et la pluie	2 heures	4.92	273
Dîner Cabaret privé "Paris-Brest"	3.5 heures	4.94	244
Learn to make the fabulous "Paris-Brest"	2 heures	5.0	8

20 % de commission et pas de frais de service coté client.

[coté offreur]

Créez votre expérience sur Airbnb

Montrez ce qui rend votre ville si spéciale.

Démarrer En savoir plus

Votre expérience, à votre façon

Établissez la fréquence qui vous convient (quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle), fixez votre prix et la taille du groupe et gérez tous les détails où que vous soyez grâce à notre application mobile pratique.



Comment démarrer

- Découvrez ce que nous recherchons**

Consultez nos critères de qualité et découvrez si votre expérience répond aux attentes d'Airbnb.
- Créer la page de mon expérience**

Inspirez les voyageurs pour les pousser à participer à votre expérience en mettant en valeur votre expertise et votre activité.
- Envoyez-nous votre expérience afin que nous puissions l'examiner**

Si votre expérience répond à nos critères de qualité, vous pouvez commencer à l'organiser.

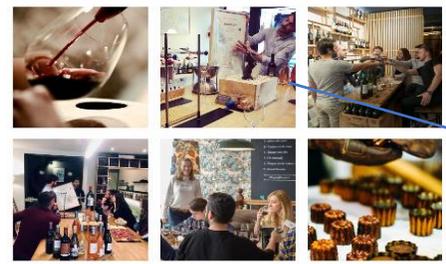
Focus sur Airbnb Expérience

- Airbnb
Que faire à Bordeaux ? 06:37
- Mercredi
- Airbnb
Saveurs de Bordeaux mer. 11/09
- Airbnb
Une journée idéale à Bordeaux 04/09/2019
- Airbnb
Réservation confirmée pour Bordeaux 27/08/2019



LA SCÈNE GASTRONOMIQUE DE BORDEAUX

Plongez au cœur des saveurs de la ville avec les expériences Airbnb, en participant à des cours pratiques, des dégustations et des dîners avec des chefs, des gourmets et des agriculteurs locaux.



Bonnes affaires pour vos papilles

Des Expériences gastronomie et dégustation à petit prix à Bordeaux



DÉGUSTATION DE VIN
 Redécouvrez vos sens avec le vin
 ★★★★★ 49 commentaires



BALADE GASTRONOMIQUE
 Bordeaux Best Boulangeries + History Tour
 ★★★★★ 140 commentaires

[Tout afficher](#)

Découvrez le vin à Saint-Émilion

À propos de votre hôte
 Bienvenue en ce lieu, si différent de ce que vous connaissez. C'est un lieu unique, où vous allez découvrir les secrets de la région viticole de Saint-Émilion, un lieu unique, un lieu unique, un lieu unique. Découvrez les secrets de la région viticole de Saint-Émilion, un lieu unique, un lieu unique, un lieu unique.

Au programme
 Visite de la commune de Saint-Émilion, centre historique de Bordeaux, sur les 1100 ans de son histoire, vous allez découvrir les secrets de la région viticole de Saint-Émilion, un lieu unique, un lieu unique, un lieu unique.

Ce qui est fourni
 Bordeaux
 143 rue de la République, 33000 Bordeaux
 110 rue de la République, 33000 Bordeaux

Photos des voyageurs
 (Grid of photos showing people enjoying wine and food experiences)

Commentaires des voyageurs
 4,75 ★★★★★
 (Grid of reviews and ratings)

✓ Dates de séjour + contact client = offres d'activités au bon endroit, au bon moment.

✓ Proposition d'expérience.

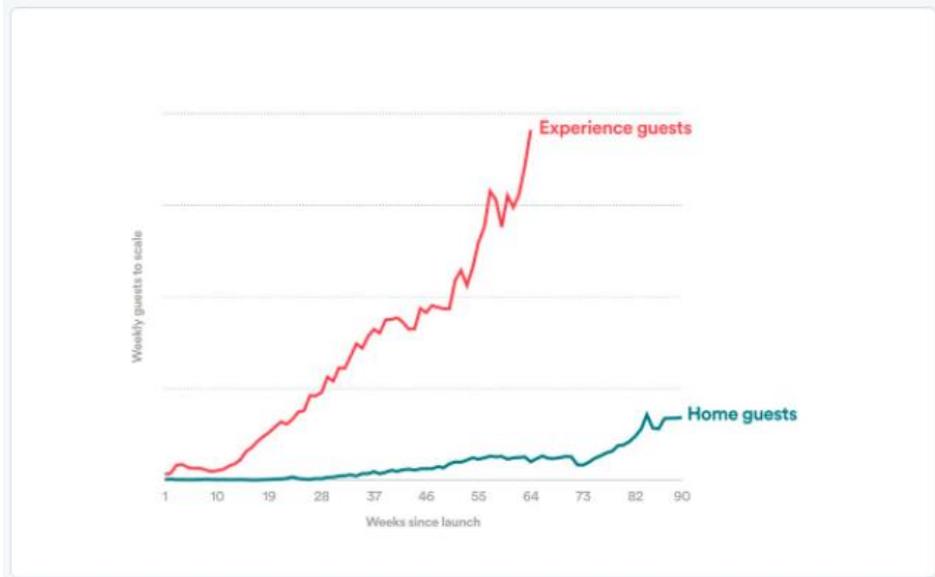


[En aparté]

Les Expériences Airbnb sont désormais disponibles dans toute la France

Brian Chesky @bchesky · 2h

We launched Airbnb Experiences just over a year ago. Here's a graph comparing early growth of homes to experiences



VISITE DE VIGNOBLE · BORDEAUX
Vivez la journée d'un vigneron
 35€ par personne
 4.92 ★★★★★ 24

€53

Coût moyen par Expérience et par personne en France

4,9/5

Note moyenne des notes laissées par les voyageurs aux Expériences en France

5x

Plus de réservations en un an en France

[Nouveau]

Airbnb dévoile les “Aventures Airbnb”, une nouvelle catégorie d’Expériences

Le Package version Expérience Airbnb :

- Hébergement, repas et activités compris
- Petit groupe de voyageurs
- De 2 à 10 jours
- Des experts locaux s'occupent de tout.

The screenshot shows an Airbnb experience listing. At the top, there are four images: a close-up of a rock face, a person rappelling, a tent on a cliff, and a group of people on a cliff. Below the images, the title is 'Campez sur une falaise dans le Colorado' with a subtitle 'Enjoy views of the Rocky Mountains from your cliff tent in the sky.' The location is 'Estes Park, États-Unis' and the rating is '5.0 ★ (1)'. There are tags for 'AVENTURES', 'ROCK CLIMBING', 'CAMPING', and 'RAPPELLING'. A 'Traduire cette page en Français' button is visible at the bottom.



Des itinéraires soigneusement organisés

Choisissez parmi des centaines de voyages en petits groupes conçus par des hôtes experts ayant une connaissance approfondie de la vie locale et des activités en plein air.



L'hébergement et les repas inclus

En plus des activités, votre hébergement et vos repas sont compris. Vous n'avez plus qu'à réserver et partir en vacances.



Toute la logistique gérée

Avant votre départ, recevez la liste des équipements et vêtements à prévoir pour boucler votre valise en toute sérénité.

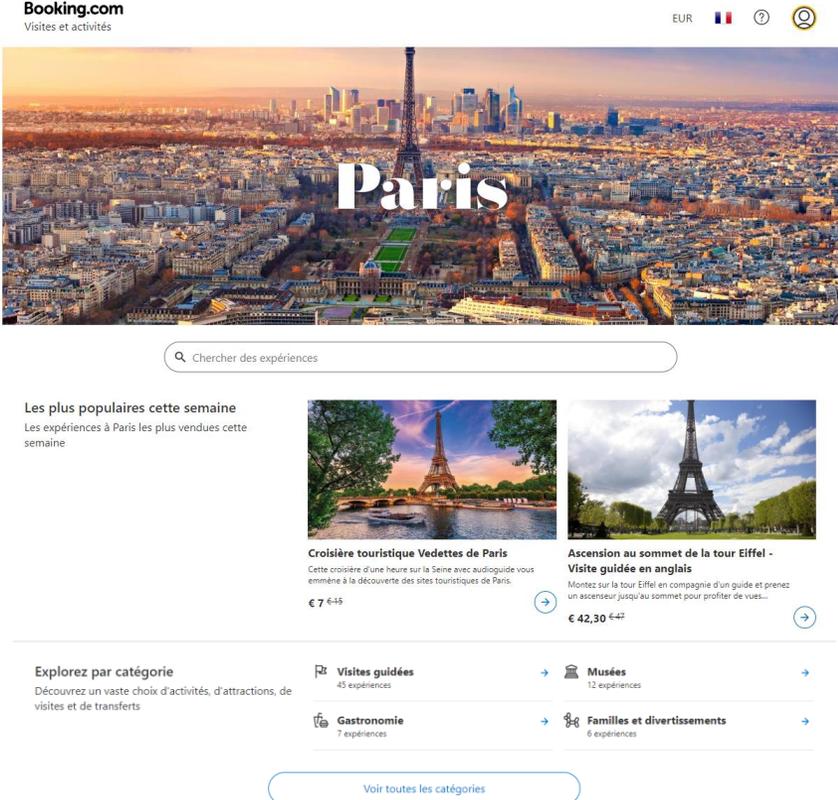


En cours de déploiement en France...

- ✓ Des billets dématérialisés, pré-réservés, qui sont validés une fois scannés par le prestataire.
- ✓ Pas de paiement direct aux prestataires, Booking encaisse la réservation, une fois le billet scanné.
- ✓ Booking gère tout le paramétrage y compris les créneaux de disponibilités (paramétré à l'avance)
- ✓ Booking fourni aux prestataires qu'il sélectionne, un extranet pour le suivi des ventes et un outil de contrôle d'accès.
- ✓ Booking exige à minima les mêmes prix qu'en direct, en ligne.
- ✓ Booking s'appuie sur les réservations d'hébergements pour pousser ses offres d'activités au bon moment (push).

Booking.com

20 % de commission et pas de frais de service coté client.



The screenshot shows the Booking.com interface for Paris. At the top, it says 'Booking.com Visites et activités' with currency set to EUR and a search icon. Below is a large banner image of Paris with the word 'Paris' overlaid. A search bar contains the text 'Chercher des expériences'. Underneath, there are two featured experiences: 'Croisière touristique Vedettes de Paris' (€7-15) and 'Ascension au sommet de la tour Eiffel - Visite guidée en anglais' (€42,30-47). At the bottom, there are category buttons for 'Visites guidées' (45 expériences), 'Musées' (12 expériences), 'Gastronomie' (7 expériences), and 'Familles et divertissements' (6 expériences), along with a 'Voir toutes les catégories' button.

[En aparté]

Booking.com

Bonjour Mathieu,

Voici un petit cadeau qui rendra votre séjour à Paris inoubliable.

Vous bénéficierez d'un accès exclusif aux attractions de Paris pendant votre séjour.

Avec des e-billets, des réductions et l'annulation gratuite pour certaines attractions, nous avons tout ce qu'il vous faut.

[Voir les 77 attractions](#)

Paris et ses incontournables
Les attractions à ne pas manquer



Croisière touristique Vedettes de Paris
51% de réduction
€7

Votre croisière sur l'un des fleuves les plus célèbres et les plus beaux d'Europe débute au pied de la superbe tour Eiffel. Durant une heure et avec un retour au même endroit, vous capturerez des vues uniques sur les monuments et lieux d'intérêt de la ville. Différents billets sont disponibles, notamment un billet avec du champagne ou des crêpes et des boissons ou une collation. [Obtenir mes billets](#)



€ 42,30
10% de réduction

Ascension au sommet de la tour Eiffel - Visite guidée en anglais
[Obtenir mes billets](#)



€ 5,85
10% de réduction

Le Petit Train de Montmartre
[Obtenir mes billets](#)



€ 15
12% de réduction

Batobus à montée et descente libres - Pass 24 heures
[Obtenir mes billets](#)



€ 12,60
10% de réduction

Croisière touristique Bateaux-Mouches
[Obtenir mes billets](#)

Copyright © 1998-2019 Booking.com. Tous droits réservés.
Cet e-mail a été envoyé par Booking.com. Huisgenstraße 507, 10117 CE Amsterdam, Pays-Bas

Confidentialité et Cookies | Ne plus recevoir nos e-mails

Booking.com

Bonjour Mathieu,

Voici un petit cadeau qui rendra votre séjour à Paris inoubliable.

Vous bénéficierez d'un accès exclusif aux attractions de Paris pendant votre séjour.

Avec des e-billets, des réductions et l'annulation gratuite pour certaines attractions, nous avons tout ce qu'il vous faut.

[Voir les 77 attractions](#)

L'accès à cette interface de vente se fait uniquement de façon personnalisée en post-réservation d'hébergement à partir de push (email) en lien avec les dates de séjour...

Booking.com
Visites et activités

EUR   



Paris / Attractions /

Survol de Paris - Expérience de réalité virtuelle + photo gratuite

Survol de Paris en réalité virtuelle

Durant cette simulation de vol en réalité virtuelle, vous découvrirez la superbe ville de Paris vue d'en haut. Attaché à votre jetpack, vous vous immergerez dans votre environnement, créé par des vidéos et des images en 3D conçues pour s'adapter à vos mouvements. Décollez, accélérez, arrêtez-vous pour admirer la vue, puis pivotez et descendez pour voir de plus près les monuments les plus célèbres de Paris.

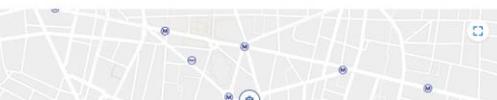
95% de recommandation commentaires

Confirmation instantanée

Annulation gratuite

À partir de €15 € 9,75

[Vérifier la disponibilité](#)



Booking.com

Marketing&Tourisme > Rechercher Réservations Rapports Personnes Plus

← Revenir à Survol de Paris - Expérience de réalité virtuelle + photo gratuite

Étape 1 sur 2

Survol de Paris - Expérience de réalité virtuelle + photo gratuite

Sélectionnez une date

mer 30 oct	jeu 31 oct	ven 1 nov	sam 2 nov	dim 3 nov	lun 4 nov	mar 5 nov	mer 6 nov	jeu 7 nov	ven 8 nov	sam 9 nov	di 10 nov
------------	------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------------	-----------	-----------	-----------

Ouvrir le calendrier

Les détails de votre réservation

Survol de Paris - Expérience de réalité virtuelle + photo gratuite
jeudi 7 novembre 2019 entre 11:00 et 19:00

Ticket - Monday to Friday
2 x Standard

Total : € 19,50

[Suivant](#)

Choisissez votre créneau horaire

11:00 - 19:00

Entrée possible à tout moment pendant le créneau sélectionné

Nombre de billets

Ticket - Monday to Friday

Standard € 9,75 €45

2

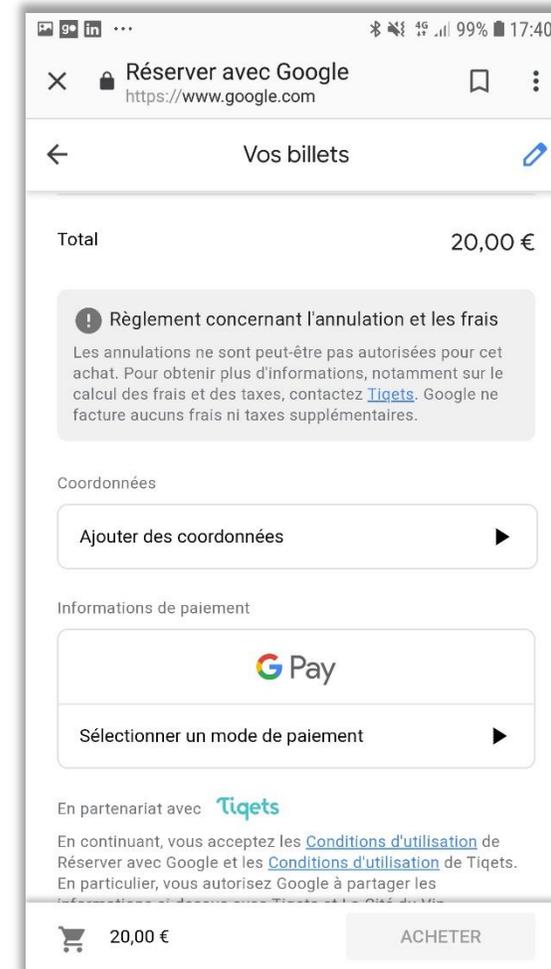
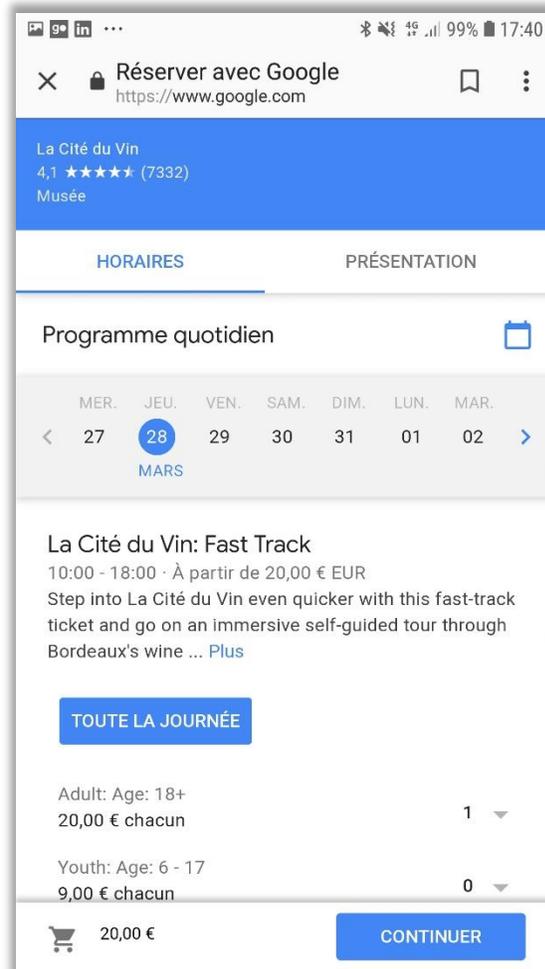
Annulation gratuite

Annulez gratuitement avant 19:00 le jeudi 7 novembre 2019 (heure locale de l'attraction)

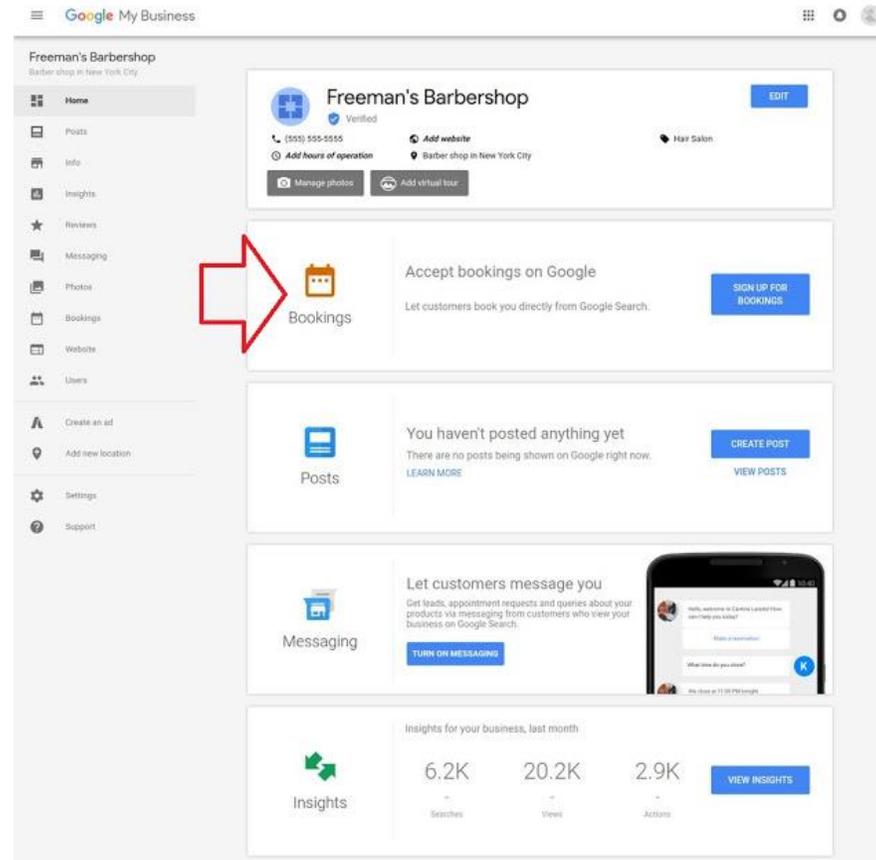
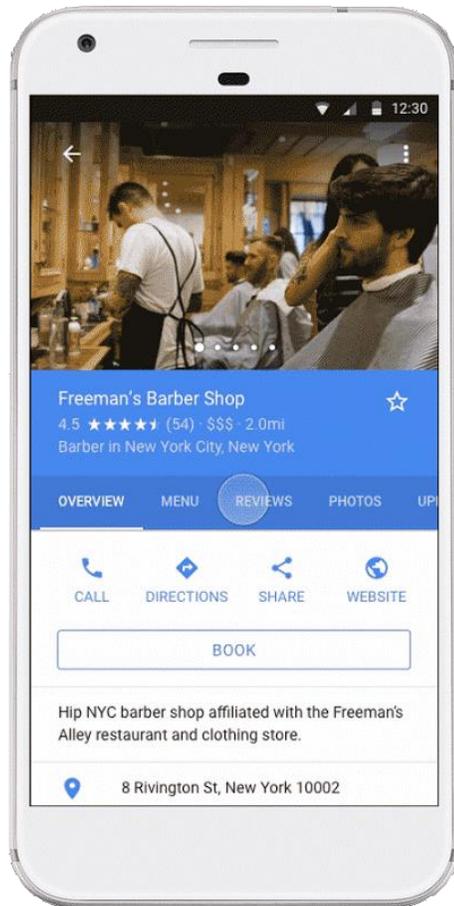
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Focus sur « Réserver avec Google »

Google permet la vente en direct pour les activités, sites de visite, restaurants et commerces.



Un bouton [réserver sur Google](#) sur les fiches Google My Business accessibles dans les résultats de recherche Google et de Google Maps.



Partenaires permettant d'utiliser la fonctionnalité « réserver avec Google »

Conditions (pour le moment, à vérifier) :

- Avoir la fonctionnalité « Réserver » dans son back-office Google My Business.
- Avoir un système de réservation compatible ou connecter un distributeur compatible (voir liste).
- Pas de commission ou de frais fixes par ticket vendu, pris par Google.



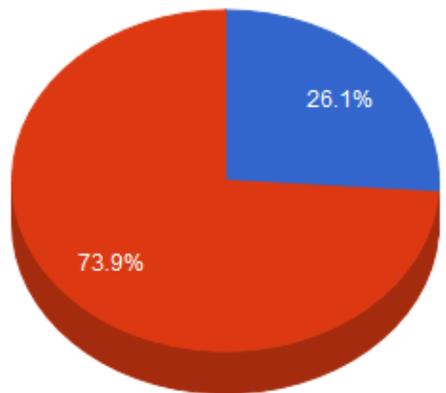
[En aparté]

[Résultats de l'enquête prestataires d'activités]



TRAVAILLEZ-VOUS AVEC DES OTA (ONLINE TOURISM AGENCY) POUR COMMERCIALISER VOS ACTIVITÉS ?

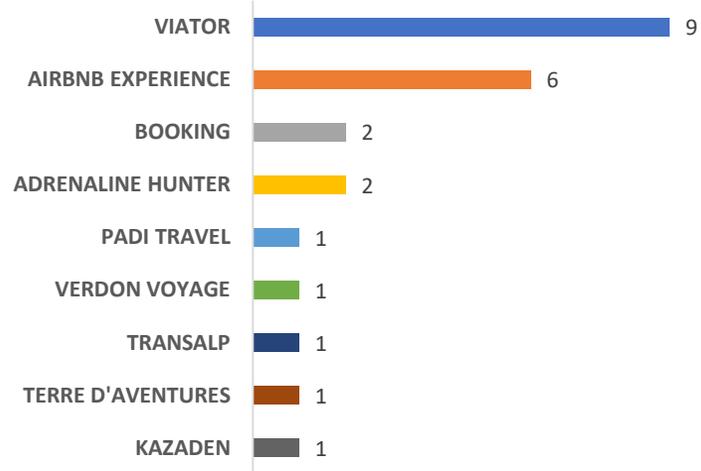
oui
non



→ 74 % ne travaillent pas avec les OTA



SI OUI, LESQUELS ?



Les leviers pour développer les ventes *(coté prestataire d'activité)*

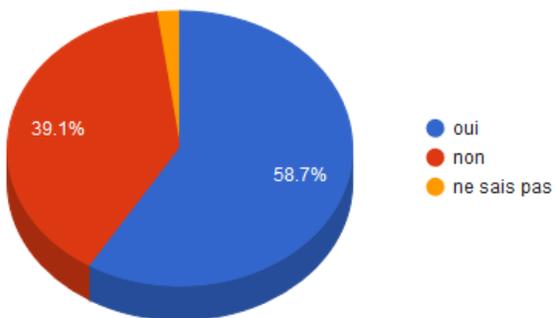
- #1 Soigner ses prescripteurs locaux.
- #2 Ne pas négliger le support papier et sa diffusion.
- #3 Soigner sa fiche Google My Business et TripAdvisor.
- #4 Avoir un bon site web.
- #5 Utiliser les distributeurs pour capter une clientèle plus large.
- #6 Travailler une communication virale via les réseaux sociaux à destination des clientèles en séjour.
- #7 Jouer collectif ?

[En aparté]

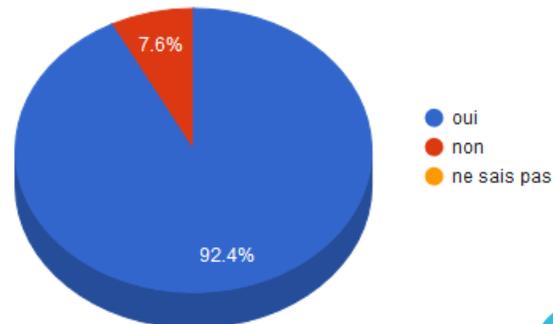
[Résultats de l'enquête prestataires d'activités]



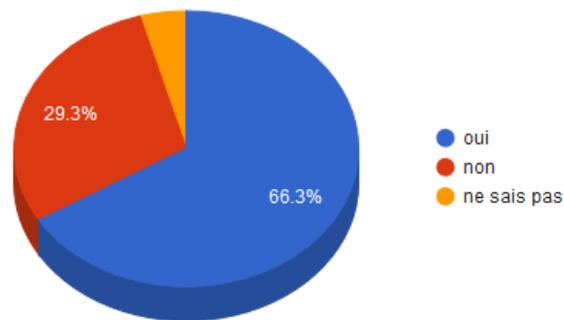
UTILISEZ-VOUS GOOGLE MY BUSINESS ?



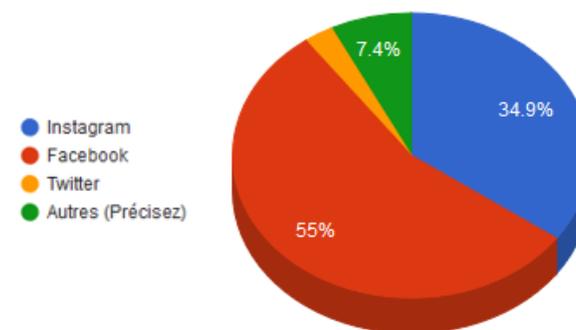
DISPOSEZ-VOUS D'UN SITE INTERNET ? UTILISEZ-VOUS LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR COMMUNIQUER SUR VOS ACTIVITÉS ?



SUIVEZ-VOUS L'E.RÉPUTATION DE VOTRE ACTIVITÉ ?



QUELS RÉSEAUX SOCIAUX UTILISEZ-VOUS ?



Les stratégies possibles pour les territoires

Etat des lieux / Analyse

Besoins des prestataires d'activités et attentes vis à vis de l'OT.

Taux d'équipement en système de réservation

Évaluation des ressources et moyens de l'OT.

Évaluation du potentiel de vente de l'OT.
(Notoriété de la destination, potentiel des BIT, etc.)

Prise en compte des axes stratégiques de l'OT.
(Attractivités vs professionnalisation, etc.)

Choix stratégiques

S'engager dans la vente des activités

Vendre avec un modèle « vendeur » ?

Vendre avec un modèle « place de marché » ?

Vendre en ligne et/ou hors ligne dans les BIT et autres points ventes physiques ?

- > Choix du modèle.
- > Choix technologique.
- > Choix du modèle économiques avec les prestataires.

Ne pas s'engager dans la vente des activités

Comment valoriser l'offre d'activités et les systèmes de ventes des prestataires ?

Problématiques clés

Comment aménager ses points de ventes ?

Quel modèle de vente pour la vente physique ?

Quels impératifs techniques ?

Vendre en ligne sur un site dédié ou capitaliser sur le site de destination ?

Quelle stratégie de contenu pour répondre aux « Quoi faire à destination » ?

Quelle stratégie d'acquisition pour capter les visiteurs en séjours ?

Quelle stratégie d'acquisition pour faire consommer et prescrire les locaux ?

Quelles actions pour professionnaliser les prestataires d'activités ?

Quelles actions mettre en œuvre pour animer les prestataires d'activités commercialiser dans le dispositif de l'OT ?

...

Benchmark et retours d'expériences !



Céline RICORD · 1er
Responsable du Pôle Sales Marketing chez CRT Côte d'Azur
France



Julien Veysade · 1er
Numérique Man   
Hyères, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France · 293 relations ·



Etoile Montagnier · 1er
Responsable Marketing Digital à Estérel Côte d'Azur
Saint-Raphaël, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France ·



Feuillant Xavier · 2e
Directeur chez OTI Pays des Sorgues Monts de Vaucluse
L'Isle-sur-la-Sorgue, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France ·

CÔTE d'AZUR FRANCE

Réservez vos activités nautiques SUR LA CÔTE D'AZUR EN QUELQUES CLICS !

Rechercher

Quelle activité voulez-vous faire ?

- ACOMPTE PRIVATISATION / DEPOSIT FOR BOAT HIRING**
Black Tenders
à partir de **90 €**
- Sortie en bateau - Îles de Lérins**
Sea You Sun
à partir de **30 €**
- Tour - The wonderful Estérel road from Cannes**
enTractTour
à partir de **300 €**
- Vous êtes 4, prenez un pirogue polynésienne!**
Les Bases Nautiques de Cannes Jeunes...
à partir de **40 €**
- Sensation extrême en Windfoil -Expert**
Les Bases Nautiques de Cannes Jeunes...
à partir de **46 €**
- Un peu de voile en dériveur**
Les Bases Nautiques de Cannes Jeunes...
à partir de **39 €**

Black Tenders

ACOMPTE PRIVATISATION / DEPOSIT FOR BOAT HIRING

Black Tenders À partir de **90 €**

français, anglais Conditions d'annulation

Demain **Matin Demain** **Aprèm.**

14° 17° Source Dark Sky

Options et Prix

Prestations
ACOMPTE POUR PRIVATION
90 € par prestation

À propos de l'activité

Poursuivre ma réservation

amADEUS Sherpa

Retour Black Tenders

Demande > Proposition > Réservation

Bonjour, nous voudrions effectuer cette activité, merci.

Demande de disponibilité

ACOMPTE PRIVATISATION / DEPOSIT FOR BOAT HIRING

ACOMPTE POUR PRIVATION x 1 prestation

Date jeudi 5 décembre 2019

Horaires

Prix 90 €

Distribué à 15:16

Demande envoyée

Votre demande a bien été envoyée !
Le prestataire reviendra vers vous au plus vite.

Abc.



Modèle de développement :

Place de marché

Solution technologique :

Sherpa (Amadeus)

RH mobilisées :

1,5 ETP pour le CRT Côte d'Azur France
+ ressources Sherpa.

Modèle Économique :

- ✓ 5 % de commission sur les réservations pour Amadeus (dont frais d'encaissement).
- ✓ 10 % pour les ventes intermédiées dont 5 % pour les prescripteurs (OT, hébergeurs, autres prestataires)

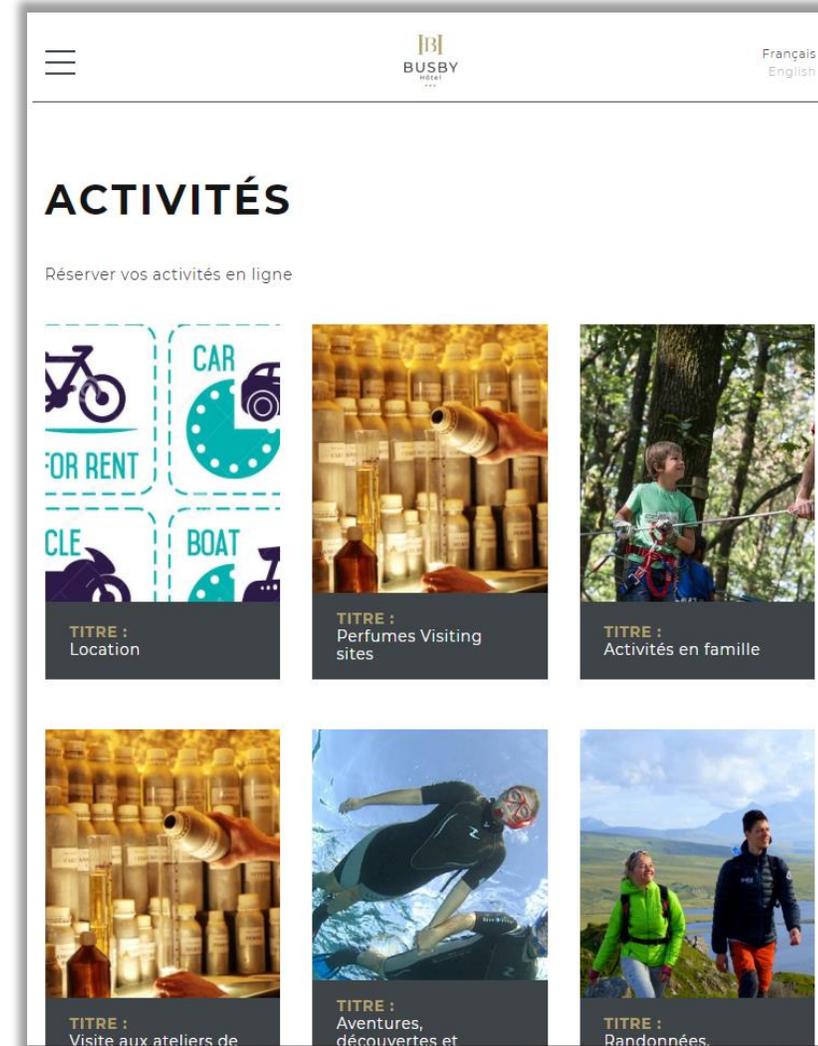
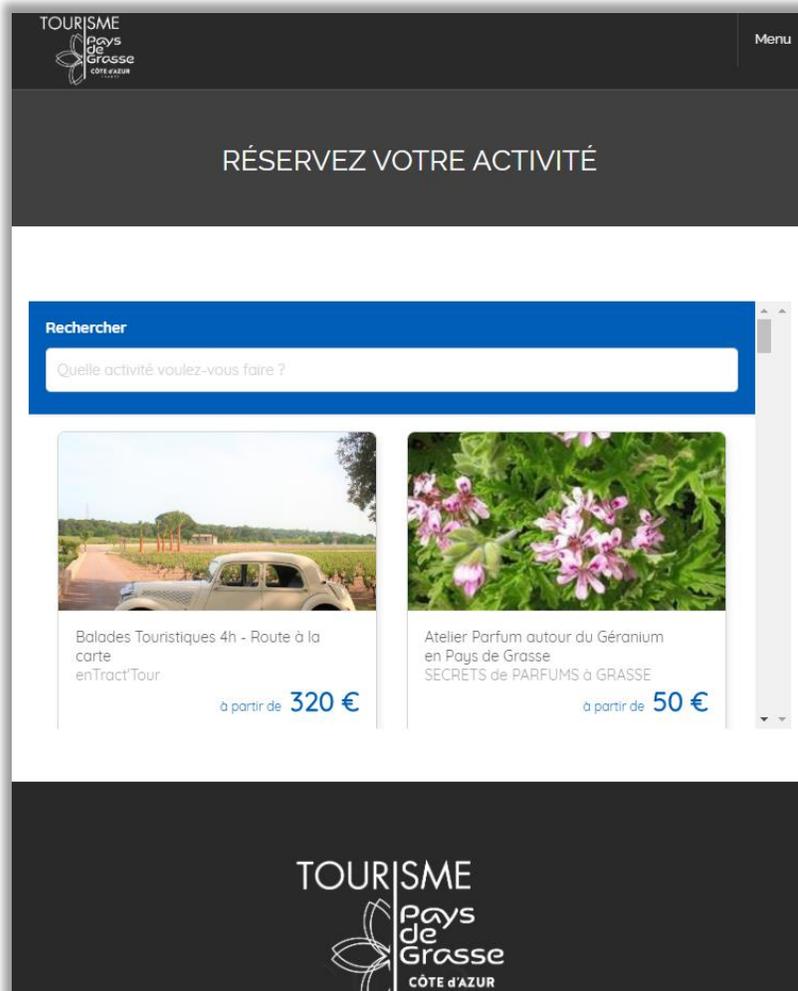
Points clés :

- ✓ Solution simple d'utilisation qui permet une mise en relation directe client > prestataires allant jusqu'à la réservation en ligne.
- ✓ Interface de vente très inspirée de Messenger avec possibilité de paramétrer des réponses automatiques et d'envoyer par email et SMS des propositions à réserver en ligne.
- ✓ Pas de gestion de stock, ni de gestion des ressources.
- ✓ Pas d'automatisation des ventes, elles doivent être validées par les prestataires.
- ✓ Pas de solution de caisse intégrée pour la vente physique.

Premiers résultats :

- ✓ 2000 réservations cet été sur une quarantaine de produits pour 20 fournisseurs.

Déclinaisons des widgets de réservation :



The screenshot shows the website for Hyères Tourisme. At the top, there is a dark blue navigation bar with the logo on the left and menu items: HYÈRES, LES ÎLES, GUIDE PRATIQUE, LE BLOG, and AUX ALENTOURS. On the right of the navigation bar are icons for home, light, location, mail, language (FR), and search.

The main banner features a scenic view of the coast with the text "BONS PLANS ET OFFRES SPÉCIALES" overlaid. Below the banner is a breadcrumb trail: Accueil > Guide pratique > Bons Plans.

Three promotional cards are displayed:

- LA CANTATE PROVENÇALE**: "à partir de 12€ /pers.". Description: "La cantate provençale des Compagnons de l'Olivier revient au théâtre Denis pour célébrer 2020 avec leur nouvelle création". Date: 17 janvier 2020. Location: Théâtre Denis.
- SOLEIL D'HIVER TLV TVM**: "à partir de 16.80€ /pers.". Description: "Du 12 nov. 2019 au 29 mars 2020 Sous l'égide de Toulon Provence Méditerranée et Réseau Mistral, la compagnie TLV / TVM renouvelle sa". Date: Jusqu'au 29 mars 2020. Location: Giens (Tour Fondue).
- OBSERVATION DES OISEAUX**: "à partir de 5€ /pers.". Description: "Une visite guidée au cœur du Salin, avec un membre de la LPO. Observer les oiseaux dans leur milieu naturel est une activité à ne pas". Date: Toute l'année. Location: Les Salins.

At the bottom, there is an orange footer bar with links: Infos utiles, Contact, Carte interactive, Je suis sur place, and Chat en direct.



Modèle de développement :

Centrale de réservation

Solution technologique :

Ingénierie

RH mobilisées :

2 ETP pour l'OT.

Modèle Économique :

- ✓ 10 % de commission sur les réservations pour l'OT (dont frais d'encaissement).

Points clés :

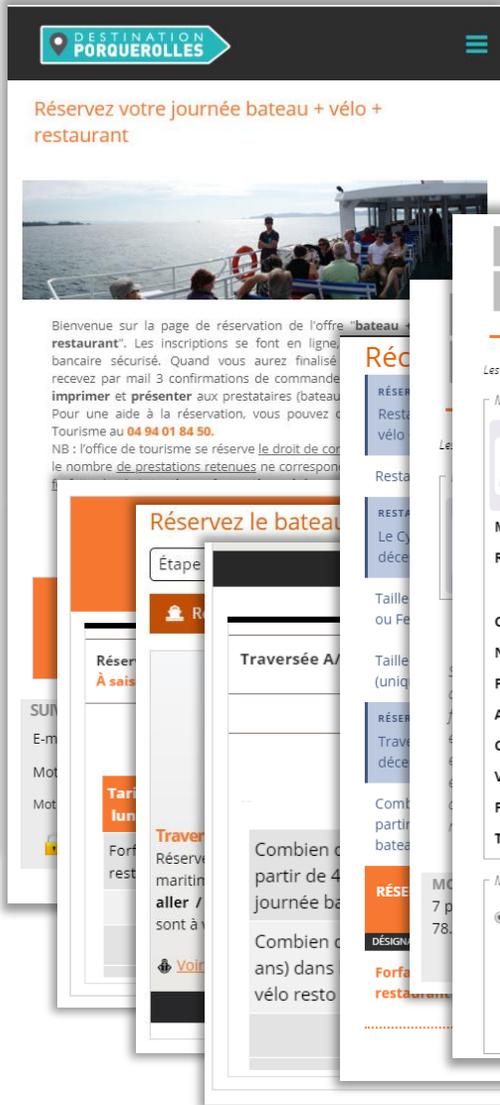
- ✓ Solution entièrement gérée par l'OT (logique vendeur) qui permet la vente en ligne et la vente physique sur le même outil (solution de caisse intégrée).
- ✓ Interface de vente complexe et peu ergonomique côté client.
- ✓ Fonctionnalités et back-office handicapant pour faciliter la gestion de planning par les prestataires eux-mêmes > limitation des activités vendues...
- ✓ Intégration de la vente dans l'éditorial, le SIT, l'agenda, la rubrique bon plan, etc.
- ✓ Vente de « package activités » ex : destination-porquerolles.com/reservation/
- ✓ La vente physique est encore très importante.

Performances :

	2017	2018	2019
Ventes Loisirs	508 817,00 €	347 828,00 €	488 441,00 €
Ventes Web		6 217,50 €	21 071,00 €

« package activités » Destination Porquerolles : 183 000 € (65 % en ligne).

[Exemple] Hyères Tourisme



Travail de mise en avant de la réservation dans le contenu éditorial.

[Exemple] Estérel Côte d'Azur

EXPÉRIENCE CÔTE D'AZUR
Vos loisirs intensément sud !

DESTINATION CÔTE D'AZUR ACTIVITÉS BONS CADEAUX GROUPES

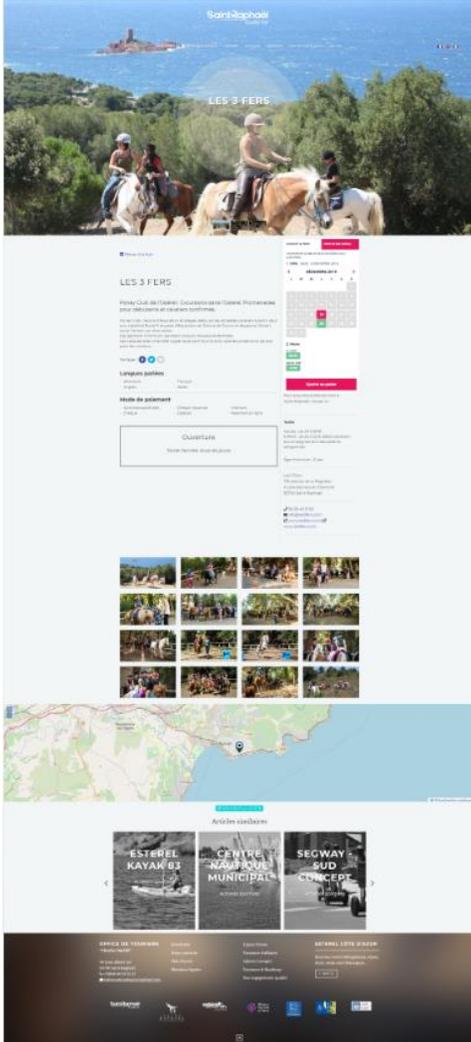
Destination Types d'activités **CHERCHER**

400 activités sur la Côte d'Azur

Sortie équestre à la réserve de Fondurane

Service officiel des Offices de Tourisme **Meilleurs prix** sans frais, ni supplément **Activités testées** par nos conseillers **Avis clients** déposés par les clients **Paiement** 100% sécurisé

Indisponible : laissez un message !



[Retour à la liste](#)

[Réservez un billet](#)
[Offrir un bon cadeau](#)

LES 3 FERS

Poney Club de l'Estérel : Excursions dans l'Estérel. Promenades pour débutants et cavaliers confirmés.

Poney Club : leçons d'équitation et stages. Baby poney et bébés cavaliers à partir de 2 ans. Labellisé Ecole Française d'Equitation et Centre de Tourisme Equestre. Ouvert toute l'année sur réservation.
 Equipement minimum: pantalon long et chaussures fermées;
 Les casques avec charlotte hygiénique sont fournis ainsi que les protections de dos pour les mineurs.

Partager: [f](#) [t](#) [e](#)

Langues parlées

- Allemand
- Français
- Anglais
- Italien

Mode de paiement

- Carte bancaire/crédit
- Chèque Vacances
- Virement
- Chèque
- Espèces
- Paiement en ligne

Ouverture

Toute l'année, tous les jours.

2. Heure:
 Le matin: [09:00](#)
 L'après-midi: [14:00](#)

Ajouter au panier

Pour plus d'activités de loisir à Saint-Raphaël cliquez ici

Tarifs

Adulte : de 49 à 68 €
 Enfant : de 26 à 52 € (Bébé cavaliers : accompagnement des parents obligatoire).

Âge minimum : 2 ans

[Réservez un billet](#)
[Offrir un bon cadeau](#)

Sélectionnez la date et heure de rendez-vous souhaitées

1. Date: Jeudi, 19 décembre 2019

<
DÉCEMBRE 2019
>

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

2. Heure:

Le matin: [09:00](#)
 L'après-midi: [14:00](#)

Ajouter au panier

Pour plus d'activités de loisir à Saint-Raphaël cliquez ici



Modèle de développement :

Place de marché

Solution technologique :

Régiondo

RH mobilisées :

1,2 ETP pour l'animation du dispositif.

+ 4 ETP en haute saison pour le call center
+ soutien du pôle web pour la promotion.

Modèle Économique :

- ✓ 10 % de commission sur les réservations ECA (dont frais d'encaissement).
- ✓ Les revendeurs conservent 7 % de la commission.

Points clés :

- ✓ Déploiement sur un modèle place de marché mais avec une approche mixte (mode « assisté » et mode « autonome »).
- ✓ Les ventes en ligne et call center sont encaissées directement par les prestataires.
- ✓ Une solution qui répond à la majorité des fonctionnalités nécessaires à la vente d'activités.
- ✓ Pas d'outil de caisse intégré, mais une connexion en API avec We Login (pas optimum).
- ✓ Les ventes via les OT partenaires et notamment les ventes physiques sont encore faibles au regard du potentiel.
- ✓ Moyens importants mis sur les RH pour le Call Center et sur le marketing (édition et diffusion du guide papier, campagne Ads, ...).

Performances :

700 000 € de CA sur 2019 dont 75 % sont réalisés en ligne.

Les ventes physiques réalisées par les OT représentent environ 70 000 €.

[Exemple] Agence de Développement Hautes Alpes

The screenshot displays the 'purealpes' website interface. At the top, a navigation bar includes 'HAUTES ALPES', 'DESTINATIONS', 'EXPERIENCES', and 'ESSENTIELS'. A search bar contains the 'purealpes' logo and a search icon. Below this, a large banner features the 'purealpes' logo and a mountain landscape. A secondary navigation bar includes 'ACTIVITÉS', 'HÉBERGEMENTS', and 'SÉJOURS'. A search filter section allows users to select 'Type d'activité' (currently 'Culture et loisirs'), 'Date arrivée' (format 'jj/mm/aaaa'), and 'Date départ' (format 'jj/mm/aaaa'), with a 'RECHERCHER' button. Below the search filters, there are four promotional cards: 'IDÉES DE SÉJOURS RANDO...' (with a hiker image), 'REFUGES' (with a mountain refuge image), 'RETRouvANCE' (with a herd of cows image), and 'BOUTIQUE HAUTES-ALPES' (with a blue fabric image). Further down, there are two main sections: 'MEILLEURES VENTES' featuring a large stone building, and 'IDÉES ACTIVITÉS' featuring a person doing a sport and a tree graphic. The 'IDÉES ACTIVITÉS' section includes details for 'ÉTÉ SPORTIF DANS LE DÉVOLUY' (Centre sportif du Dévoluy) and 'VIBREZ AUX SONS DU FESTIVAL DE CHAILLOL'. The 'ÉTÉ SPORTIF' card shows 'à partir de 8,00 €' and the 'FESTIVAL' card shows 'à partir de 12,00 €'.



HIVER

Accueil

ERIC FOSSARD (GUIDE DE HAUTE MONTAGNE)

Prestataires

Eric Fossard, guide de haute montagne, vous propose une découverte « nature » du Dévoluy en hiver.

Ski de randonnée, ski hors pistes, randonnées raquettes.

Sorties à la journée, 1/2 journée, week-end et séjours.

- > Raquettes : randonnée à la demi-journée et journée pour des groupes constitués. Me contacter.
- > Ski de randonnée : des sorties en 1/2 journée, journée et weekend pour découvrir le massif et/ ou l'activité. Des randonnées pour tous les niveaux.
- > Hors-pistes : en ski ou en snowboard, je vous ferais découvrir les meilleurs spots de la station avec un must à ne pas rater : la combe Ratin. Je propose également des sorties d'initiation pour découvrir le hors pistes avec un petit niveau.
- > Je propose également des séjours ski de randonnée (4 jours) ou en raquettes.

RESERVATION

JOURNÉE SKI DE RANDONNÉE DÉVOLUY

Cliquez sur une des dates proposées

SAM 21 DÉC. 2019	DIM. 22 DÉC. 2019	LUN. 23 DÉC. 2019	MAR. 24 DÉC. 2019	MAR. 31 DÉC. 2019	MER. 01 JANV. 2020	JEU. 02 JANV. 2020	VEN. 03 JANV. 2020	SAM. 04 JANV. 2020
------------------------	----------------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le Dimanche 22 Décembre 2019

CATÉGORIE	PRIX	NOMBRE	TOTAL
Journée adultes adultes	90.00 €	1	90.00 €
TOTAL			90.00 €

[AJOUTER AU PANIER](#)

le ski "nature"
 Semez la montagne dans sa vraie dimension grande et sauvage, faites votre propre trace !
 Accompagné par un guide de haute montagne spécialiste du massif du Dévoluy, venez découvrir les meilleurs spots du massif !
 Le Dévoluy est un paradis du ski de randonnée!

LIEU / SALLE
 office de tourisme la Joue du Loup
 la joue du loup
 05250 le Devoluy
 GPS : 44.6884879419149 / 5.8921051025390598

CONTACT

Eric Fossard - Bleu montagne
 42 chemin de champ busson
 05400 LA ROCHE DES ARNAUDS

CONTACT

RÉSERVER EN LIGNE



RÉSERVER UNE ACTIVITÉ ANIMATIONS EXPLOREZ LE PAYS BASQUE EXPLOREZ LE BÉARN

Rechercher ...



RÉSERVEZ VOS ACTIVITÉS DE LOISIRS en Béarn **et** Pays basque

TYPE D'ACTIVITÉS ▾

08/01/2020

RECHERCHER

Réservation
100% sécurisée

Meilleurs prix garantis
Pas de commission prélevée

Site Officiel
de la destination



xavier LAFON · 1er

Responsable du déploiement place de marché ELLOHA chez AaDT64.

Aquitaine, France · 108 relations · Coordonnées

Modèle de développement :

Place de marché

Solution technologique :

Elloha

RH mobilisées :

1,5 ETP pour l'ADT 64.

+ « soutien » des OT partenaires.

Modèle Économique :

- ✓ Pour les prestataires : 3 % sur les ventes en ligne en direct + [en option] 22 € /mois pour avoir les fonctions de Channel Manger et d'autres options + 29 €/ mois pour la solution de caisse (facturé par Elloha).
- ✓ Pas de commission prise par l'ADT sur les ventes réalisées sur ses sites web.
- ✓ 10 % pour les OT partenaires sur les ventes réalisées sur leur sites web et au comptoir.

Points clés :

- ✓ Déploiement sur un modèle place de marché hébergement et activités (la formation initiale sur le logiciel et la hotline technique est assuré par Elloha avec l'appui des OT).
- ✓ 190 prestations d'activité référencées.
- ✓ Une solution qui répond à la majorité des fonctionnalités nécessaires à la vente d'activités.
- ✓ Outil de caisse intégré. Possibilité de mettre en place des frais de service coté client.
- ✓ Démarche lancée en avril 2019 (pas bcp de recul), mais le potentiel est clairement là sur les activités.
- ✓ Volonté de développer la production de contenu autour du « Quoi faire » pour promouvoir Visit64.com

Performances : (sur 6 mois)

- ✓ 663 000 € réalisé en direct (on et off line) par les prestataires d'activités équipés de la solution, pour 15 400 dossiers, soit un panier moyen de 43 €.
- ✓ 121 500 € réalisé par les canaux institutionnels (on et off line), pour 4 500 dossiers (90 % des dossiers), soit un panier moyen de 27 €.

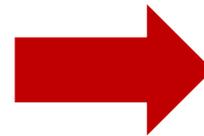
[Exemple] ADT 64 - Béarn Pays-Basque

The screenshot shows the Visit64 website interface. At the top, there is a navigation bar with the following links: "RÉSERVER UNE ACTIVITÉ", "ANIMATIONS", "EXPLOREZ LE PAYS BASQUE", and "EXPLOREZ LE BÉARN". A search bar on the right contains the text "Rechercher ..." and a magnifying glass icon. The main header features the Visit64 logo and the text "RÉSERVEZ VOS ACTIVITÉS DE LOISIRS en Béarn et Pays basque". Below this is a search form with a dropdown menu for "TYPE D'ACTIVITÉS" (currently showing a list of options: AVEC DES ENFANTS, SPORT & AVENTURE, EN CAS DE PLUIE, PATRIMOINE, GASTRONOMIE, PARC & SITES, BIEN ÊTRE, VISITES GUIDÉES, SURF), a date field set to "09/09/2019", and a red "RECHERCHER" button. At the bottom of the page, there are three service guarantees: "Réservation 100% sécurisée" (with a lock icon), "Meilleurs prix garantis Pas de commission prélevée" (with a Euro symbol), and "Site Officiel de la destination" (with a flag icon).

Visit64.com récupère les **informations froides** (photos, descriptifs, contacts, TAGS, géolocalisation) dans notre SIT **Tourinsoft**.
Visit64.com interroge les **disponibilités** d'Elloha via les **API** en direct.

[Exemple] ADT 64 - Béarn Pays-Basque

The screenshot shows the VST website's search results for 'A faire avec des enfants'. The page features a search bar at the top with filters for 'COMMUNE', 'DISTANCE 50 KM', 'AVEC DES ENFANTS', and '09/09/2019'. Below the search bar is a grid of activity cards. Each card includes a title, location, price, and a 'RÉSERVER' button. The activities shown include 'ATELIER DU CHOCOLAT' (Bayonne, 2.7€), 'GROTTES PRÉHISTORIQUES D'ISTURITZ ET D'OXOCHELYA' (Saint-Martin-d'Arberoue, 4.5€), 'GRENADINE & CRAYONNAGE' (Anglet, 9€), 'TROÏ-TROTT : DESCENTE EN TROTINETTE' (Urrugne, 27€), 'L'ÉCOLE DE LA GLISSE' (Bidart, 30€), 'ÉCOLE DE SURF GLISS' EXPERIENCE' (Anglet, 35€), 'TYROLIENNE PARK' (Saint-Pée-sur-Nouvelle, available on another date), 'ÉCOLE DE SURF UHAINA' (Anglet, available on another date), and 'LAGOONNY SURF CAMP' (Biarritz, available on another date).



The screenshot shows the detailed activity page for 'TROÏ-TROTT : DESCENTE EN TROTINETTE'. The page includes a header with the activity name and location, a 'RETOUR' button, and a large image of children on scooters. Below the image is a 'RÉSERVER' button. The page also features a 'RESERVATION EN LIGNE' section with a currency selector (EUR) and a language selector (FR). A table shows the price for the activity: 'Balade Troï-Trott Decouverte' (1h30) for 108,00 €. A 'CARTES CADEAU' section offers a 'TROÏ-TROTT INITIATION/DECOUVERTE' card for 30 €. The page also includes contact information and social media links.

Réserver = Disponible à la date demandée
Disponible à une autre date = Présent dans Elloha et réservable;
si on ouvre la fiche détail, celle-ci s'ouvre sur la première date disponible.

Intégration du **widget Elloha** dans la **fiche détail** pour finaliser la réservation.

Comparatif simple des solutions de vente « activités » évoquées pendant le séminaire

Comparatif simple des solutions de vente « activités » évoquées pendant le séminaire :	Sherpa (Amadeus)	Ingénie	Régiondo	Addock	Eloha
Fonctionnalités adaptées à un fonctionnement en place de marché (Outil de vente autonome pour les prestataires, compte « gestionnaire place de marché », création simple d'interfaces de réservation, traçabilité des ventes par canaux, paramétrage des grilles tarifaires, calcul automatique du commissionnement ...)	****	*	****	****	****
Fonctionnalités offertes en matière de vente en ligne répondant aux spécificités des activités (Gestion des ressources (stock de matériel, moniteur...), paramétrage des produits, des tarifs, validation des ventes, fonctionnalités d'animation des ventes, relation client post-réservation ...)	**	***	*****	****	****
Facilité d'utilisation pour les prestataires (Prise en main du Back office, paramétrage, suivi des ventes, ...)	*****	*	***	***	***
Qualité de l'interface de réservation côté client (Intégration web, processus de vente en ligne, ergonomie du tunnel de vente, mise à disposition API, ...)	***	*	***	***	***
Connexion avec les distributeurs (Channel Manager)			****	*	****
Solution de caisse (POS) aux normes pour la vente physique (édition de billet, calcul du rendu monnaie, édition de tickets de caisse, état de caisse avec prise en compte du fond de caisse, traçabilité des ventes par vendeur, ...)		****	** (via We Login)	****	****
Contrôle d'accès		****	****	***	****
Gestion des avis client	*	NC	****	*	**
Coût Fixe de la solution (Sur les bases des indications transmises par les intervenants de la table ronde).	0 €	4000 € / an + coût à l'achat de 20 000€ (pas uniquement pour les activités)	Pour la destination 8 000 €/par an Pour les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 0 €	Pour la destination 10 000 €/ an (en + du contrat avec Alliance Réseaux) Pour les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 0 €	Pour la destination 5000 € par an Pour les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 0 € ou 22 € /mois (= options en +)
Coût variable de la solution : commissions sur les ventes inclus les frais d'encaissement en ligne + coûts fixe par transaction dans certains cas . (Sur les bases des indications transmises par les intervenants de la table ronde)	5 %	0 € coté Ingénie + frais d'encaissement en ligne (Paybox) 40 €/mois + 0,085 € par transaction	Pour la destination + ou - 2 % + 0,15 € par transaction en ligne. Pour les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 4 % + 0,3 € par transaction en ligne.	Pour la destination et les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 2,2 % + 0,25 € par transaction en ligne	Pour la destination et les prestataires qui utilisent l'outil en autonomie : 3 % ou 9 € par mois (si encaissement via Paybox).

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

Cette analyse est celle de Mathieu VADOT (Consultant Indépendant Marketing&Tourisme – id-rezo).

Elle s'appuie sur ses connaissances techniques et son expérience de ces solutions technologiques (cf. missions de conseil et d'audit réalisés pour l'OT de Bordeaux, la station de Balaruc-les-Bains, VPA ou le CDT du Tarn, ...).

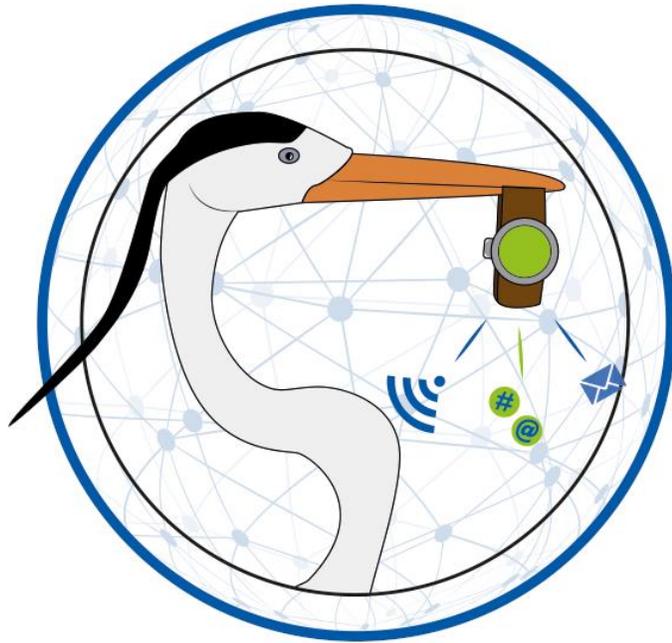
L'objectif de ce comparatif est simplement de mettre en évidence les critères importants à étudier dans le choix d'une solution de réservation « activités » et de donner une vision globale des points forts et points faibles des solutions logicielles évoquées lors du séminaire sur la commercialisation des activités le 18 décembre 2019 à Gréoux-Les-Bains.

Attention, les critères présentés recouvrent dans la plupart des cas de nombreux points d'analyse et par conséquent, l'évaluation globale de chaque critère reste approximative.

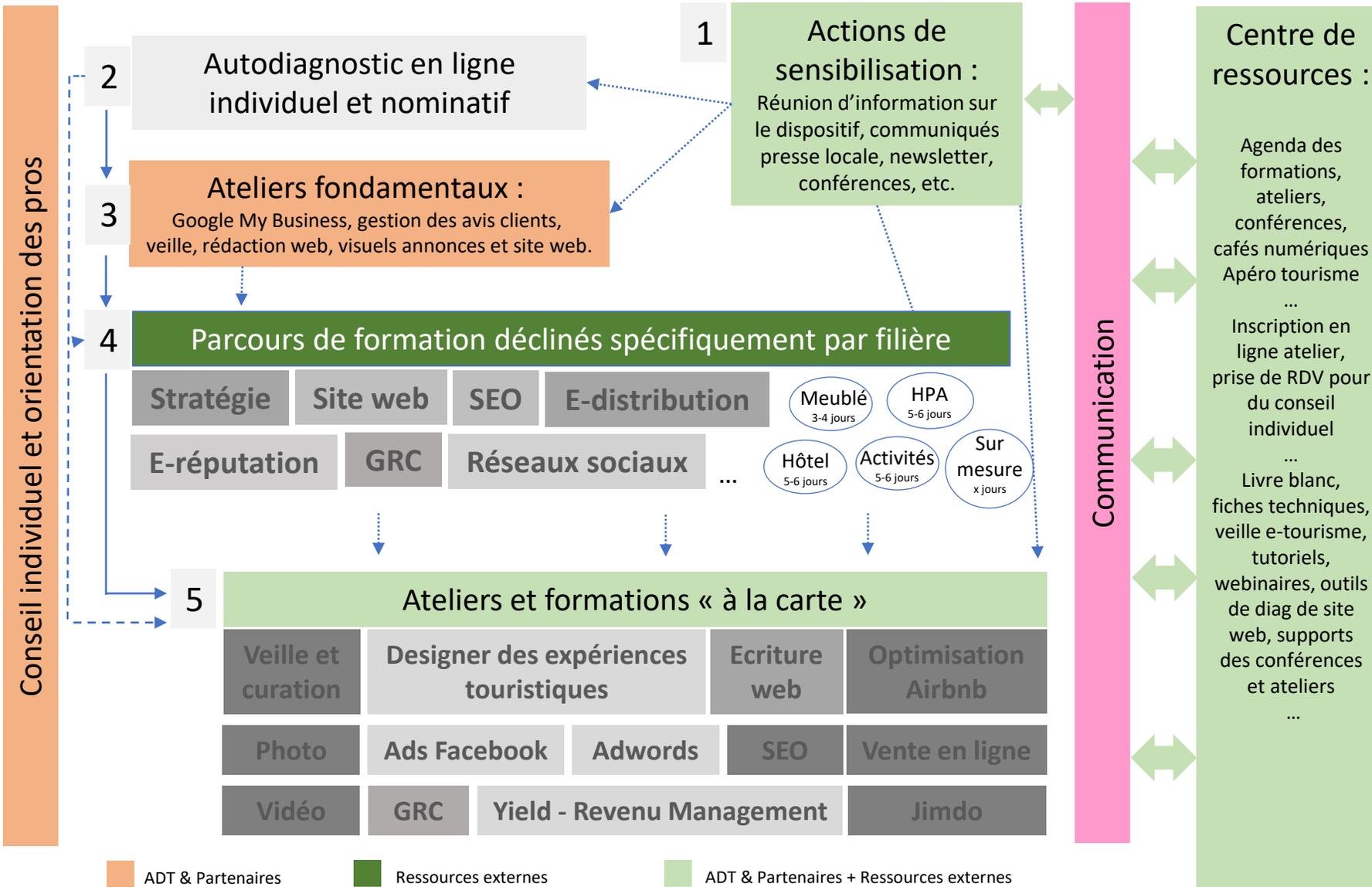
De plus, les données de prix correspondent aux conditions des destinations présentés dans la table ronde et ne peuvent être généralisées. Et dans tous les cas elles ont un caractère « confidentiel » et elles ne doivent pas être diffusées.

Ce comparatif ne remplace pas un véritable audit technique et fonctionnel et ne dispense pas non plus d'une vraie réflexion stratégique sur le sujet, bien évidemment !





[Exemple] Hérault Tourisme



Dispositif de professionnalisation Co-construit et co-animé avec les offices de tourisme volontaires.

Principes clés voulus du dispositif:

Une approche centrée sur la réalité des socioprofessionnels qui hiérarchise les thématiques de professionnalisation et les priorités d'actions (cf. « ateliers fondamentaux ») et qui prend en compte les spécificités des filières (cf. « parcours filières »).

Un dispositif qui permet le transfert de compétence des ressources externes (*consultants formateurs*) aux ressources locales (*ADT & OT partenaires*).

NB : Tous les formats (ateliers, formations) destinés aux socioprofessionnels sont ouverts aux OT partenaires pour monter en compétence.

Un modèle économique qui implique de façon limitée les prestataires.

Un dispositif qui valorise et intègre les actions de professionnalisation existantes.

Un dispositif qui permet d'apporter des outils et de ressources à tous les partenaires (cf. centre de ressources partagé).

Une communication homogène et centralisée qui s'appuie sur les réseaux, supports et moyens de communication des partenaires pour être relayée auprès des socioprofessionnels.

Alors ?

Ça vous inspire ?

État des lieux / Analyse

Besoins des prestataires d'activités et attentes vis à vis de l'OT.

Taux d'équipement en système de réservation

Évaluation des ressources et moyens de l'OT.

Évaluation du potentiel de vente de l'OT.
(Notoriété de la destination, potentiel des BIT, etc.)

Prise en compte des axes stratégiques de l'OT.
(Attractivités vs professionnalisation, etc.)

Choix stratégiques

S'engager dans la vente des activités

Vendre avec un modèle « vendeur » ?

Vendre avec un modèle « place de marché » ?

Vendre en ligne et/ou hors ligne dans les BIT et autres points ventes physiques ?

- > Choix du modèle.
- > Choix technologique.
- > Choix du modèle économiques avec les prestataires.

Ne pas s'engager dans la vente des activités

Comment valoriser l'offre d'activités et les systèmes de ventes des prestataires ?

Problématiques clés

Comment aménager ses points de ventes ?

Quel modèle de vente pour la vente physique ?

Quels impératifs techniques ?

Vendre en ligne sur un site dédié ou capitaliser sur le site de destination ?

Quelle stratégie de contenu pour répondre aux « Quoi faire à destination » ?

Quelle stratégie d'acquisition pour capter les visiteurs en séjours ?

Quelle stratégie d'acquisition pour faire consommer et prescrire les locaux ?

Quelles actions pour professionnaliser les prestataires d'activités ?

Quelles actions mettre en œuvre pour animer les prestataires d'activités commercialiser dans le dispositif de l'OT ?

...

Essayons de définir les bases d'un parcours de professionnalisation pour les prestataires d'activités.

Quelles compétences et quelles connaissances les prestataires d'activités ont intérêt à développer dans les années à venir pour s'adapter à la digitalisation inéluctable de la vente dans leur secteur ?

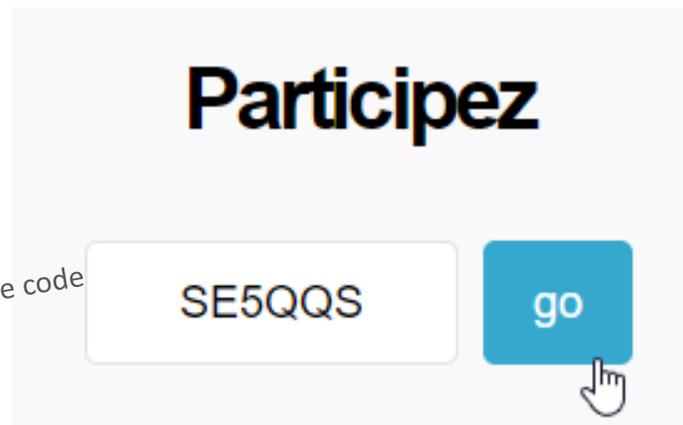
[Atelier de co-conception du parcours « prestataires d'activités »]

1. On se met en petit groupe (5-8 personnes). De préférence avec des gens que l'on ne connaît pas 🙋
2. Chacun se présente très très rapidement (Prénom, fonction structure) et le groupe désigne 1 ou 2 rapporteurs (celui qui a de la connexion sur son smartphone ou son PC et qui n'est pas contre 😐)
- NB : Le rapporteur écrit sur Klaxoon les idées qui émergent des discussions du groupe 🤔
3. On réfléchit aux compétences et connaissances que doivent acquérir les prestataires d'activités pour s'adapter à la digitalisation inéluctable de la vente dans leur secteur. Et on se lâche 🎉

Concrètement :

On va sur : <https://klaxoon.com/fr/>

On saisit le code :



On envoie les idées !



On pense aux catégories

Ou : <https://app.klaxoon.com/join/SE5QQS>

[Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « prestataires d'activités »]

Les idées jugées les plus pertinentes ont été ajoutées telles quelles et les idées récurrentes ont été synthétisées.

Il y a forcément une part de subjectivité dans ce travail de synthèse, aussi, n'hésitez pas nous transmettre vos remarques et propositions par email (e.andre@vaucluseprovence.com)

Principales idées concernant les actions de sensibilisation :

- Partager les retours d'expériences entre prestataires tous les semestres.
- Mettre les prestataires en relation pour qu'ils se connaissent entre eux.
- Faire des éducteurs pour que les revendeurs connaissent l'offre de la destination.
- Apporter une culture du web et de ses enjeux aux prestataires via des formats présentiel types ateliers/conférences et à distance type webinaire, notamment sur des sujets tels que :
 - L'importance de Google My Business.
 - Sensibiliser sur l'importance du mobile dans les activités (site mobile first ...)
 - Sensibiliser à l'importance du référencement et du netlinking.
 - Donner une vue d'ensemble des actions et outils pour développer ses ventes.
 - Sensibiliser sur les bonnes pratiques en matière de diffusion de leur offre sur les supports papiers.
 - Sensibiliser sur les bonnes pratiques pour faire connaître et prescrire son activité par le tissu local (confrères, OT, hébergeurs, locaux).
 - Sensibiliser sur les différentes plates-formes de ventes d'activités.
 - Sensibiliser sur les enjeux de passer à la vente en ligne.
 - Sensibiliser sur l'importance de travailler son offre et sa communication sous l'angle de l'expérience.
 - ...

Principales idées concernant les outils et ressources :

- Proposer un outil d'audit au prestataire pour qu'il « s'auto-évalue » en ligne.
- Proposer un diagnostic avec des propositions d'action.
- Proposer une veille numérique pour les pros.
- Proposer un « Livre Blanc » des outils disponibles (le champ des outils est à préciser).
- Proposer un comparatif des solutions de vente en ligne.
- Créer un groupe Facebook privé qui regroupe les prestataires avec l'Ot/l'ADT en modérateur
- Identifier un ANT (ou équivalent) dans chaque OT et informer sur les différents acteurs de la filière.
- Créer un gabarit d'un modèle du minimum acceptable en matière de CGV.
- Lister les « bonnes » agences web.

[Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « prestataires d'activités »]

Principales idées concernant les actions relatives à la stratégie marketing :

- Former les prestataires à la conception d'expériences touristiques
- Faire le lien entre l'état des lieux (via un outil de diagnostic – cf. outil et ressources) et la définition de la stratégie et sa déclinaison en plan d'action.
- Création d'un programme d'actions personnalisées.
- Former sur les bonnes pratiques permettant de définir un budget communication adapté à sa stratégie avec les indicateurs de performances adéquats de ses actions.
- Intégrer la création de produit à plusieurs (à mettre en lien la commercialisation).

Principales idées concernant les actions relatives à la visibilité sur le web et au site web :

- Former les prestataires sur toutes les composantes de Google My Business.
- Former sur les bonnes pratiques de rédaction afin de mettre en avant le côté « expérientiel ».
- Former sur la rédaction web en lien avec le référencement naturel.
- Accompagner la pro dans la ré-assurance de leur produit à travers un contenu rédactionnel adapté.
- Professionnaliser les contenus photos des prestataires.
- Donner les clés d'analyse et les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour bien choisir et bien collaborer avec une agence web.

Principales idées concernant les actions relatives à la e-réputation :

- Former les prestataires sur les techniques et bonnes pratiques de réponses aux avis client.
- Donner les outils et les techniques de veille pour surveiller ce qui se dit de sa structure sur le web, mais aussi être en veille sur son environnement.

Principales idées concernant les actions relatives à la commercialisation :

- Accompagner les prestataires dans la digitalisation de la vente de leur prestation (le passage à la vente en ligne).
- Aider au choix du système de réservation et/ou fédérer les prestataires et harmoniser la solution de vente en ligne pour le territoire.
- Animer un atelier avec un professionnel juridique pour accompagner les prestataires sur la rédaction de leur CGV >> Créer un gabarit d'un modèle du minimum acceptable à mettre en ligne (cf. outil et ressources).
- Former les hébergeurs à la vente en des activités.
- Faciliter l'intégration la vente en ligne des activités sur les sites des hébergeurs.

Principales idées concernant les actions relatives aux réseaux sociaux :

- Former les prestataires sur les bonnes pratiques permettant de développer une communauté et mieux communiquer sur les réseaux sociaux.
- Former les prestataires la création de campagne et les Ads.
- Constituer un réseau d'ambassadeurs locaux.

Essayons de définir les bases d'un ou plusieurs parcours de professionnalisation pour les chargés missions commercialisation et/ou animateur APN et/ou conseillers en séjour. des offices de tourisme

Quelles compétences et quelles connaissances les chargés missions commercialisation d'activités et/ou animateur APN et/ou conseillers en séjour ont intérêt à développer dans les années à venir, pour faire de l'office de tourisme un acteur central dans la commercialisation des activités ?

[Atelier de co-conception du parcours « Office de Tourisme »]

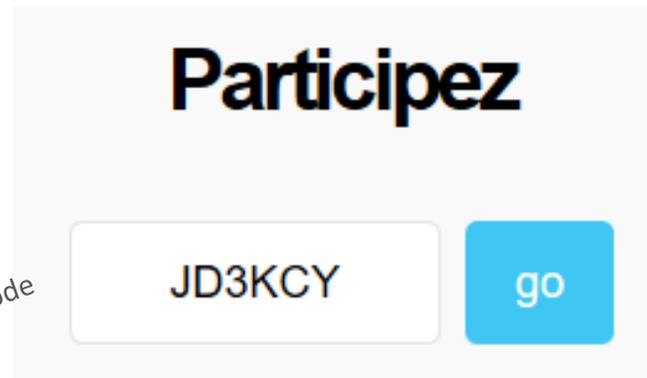
1. On se met en petit groupe (5-8 personnes). De préférence avec des gens que l'on ne connaît pas 🙌
2. Chacun se présente très très rapidement (Prénom, fonction structure) et le groupe désigne 1 ou 2 rapporteurs (celui qui a de la connexion sur son smartphone ou son PC et qui n'est pas contre 😏)
NB : Le rapporteur écrit sur Klaxoon les idées qui émergent des discussions du groupe 🤔
3. On réfléchit aux compétences et connaissances que doivent acquérir les chargés missions commercialisation d'activités et/ou animateur APN et/ou conseillers en séjour pour faire de l'office de tourisme un acteur central dans la commercialisation des activités. Et on se lâche 🎉

Concrètement :

On va sur : <https://klaxoon.com/fr/>

Ou : <https://app.klaxoon.com/join/JD3KCY>

On saisit le code



On envoie les idées !



On pense aux catégories

[Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « Office de Tourisme »]

Les idées jugées les plus pertinentes ont été ajoutées telles quelles et les idées récurrentes ont été synthétisées.

Il y a forcément une part de subjectivité dans ce travail de synthèse, aussi, n'hésitez pas nous transmettre vos remarques et propositions par email (e.andre@vaucluseprovence.com)

Principaux besoins/attentes et idées exprimés (indépendamment des profils) :

- Acquérir les compétences sur la commercialisation en ligne des activités.
- Avoir la liste des solutions technologiques de vente d'activités, leurs coûts, fonctionnement pour choisir l'outil le plus adapté.
- Disposer d'un guide/livre blanc « type » précisant les outils et bonnes pratiques à mettre en œuvre pour les prestataires dans une optique de développement de leurs ventes on et off line.
- Bien connaître le cadre juridique et technique de la vente en ligne.
- Disposer d'un coach pour accompagner les OT dans la mise en place d'un outil de commercialisation.
- Pouvoir participer en tant qu'observateur aux parcours de formation dédiés aux prestataires d'activités
- Mutualiser les coûts entre OT (coût technologique en particulier, mais pas uniquement). Regrouper la demande des OT pour lancer des appels d'offres communs (prix, fonctionnalités...)

Questions posées intéressantes :

- Y a-t-il du sens à harmoniser en choisissant un outil de vente en ligne pour un territoire à l'échelle de Région ?
- Quelles sont les outils de vente en ligne compatible avec Apidae, Avizi ?

[Synthèse de l'atelier de co-conception du parcours « Office de Tourisme »]

Principaux besoins/attentes et idées exprimés concernant essentiellement les Chargés de mission commercialisation et animateur APN :

- Maîtriser les fondamentaux du web pour les APN
- Se former sur l'univers de la commercialisation en ligne des activités sur les OTA.
- Se former aux techniques d'animation de réunion et aux techniques et attitude pour faire du conseil individuel avec les prestataires.
- Avoir les outils et connaître les bonnes pratiques pour animer des réunions à distance (webinaire...).
- Se former à la rédaction web et aux bonnes pratiques pour vendre des prestations d'activités sur le web (qualité du contenu éditorial, de la présentation + photos, vidéo immersive).
- Aménager un temps disponible quotidiennement pour recevoir et accompagner les prestataires d'activités.
- S'orienter davantage sur des produits responsables et/ou expérientiel que sur les « must ».
- Être en lien avec les agences réceptives locales.

Principaux besoins/attentes et idées exprimés concernant essentiellement les Conseillers en Séjour :

- Organiser des éducteurs pour tester les activités afin de pouvoir les promouvoir en accueil physique et numérique.
- Améliorer la connaissance de l'offre, en particulier des saisonniers.
- Créer du lien et de la connaissance métier entre les conseillers en séjour et les prestataires d'activités.
- Disposer d'un guide/livre blanc « type » précisant les outils et bonnes pratiques à mettre en œuvre pour les prestataires dans une optique de développement de leurs ventes on et off line.
- Sensibiliser les conseillers en séjour à l'importance et à la croissance de la concurrence des géants du web et valoriser la plus-value de la connaissance terrain et la position des OT sur la vente des activités.
- Avoir une base de culture web et de la motivation pour s'y intéresser et participer à la production de contenu web de « conseil en séjour ».
- Se former aux techniques de ventes en face à face.
- Établir les profils des conseillers en séjour pour les spécialiser en fonction de l'activité (famille, sport, culture...).
- Réfléchir à un système de prime pour encourager la vente par les conseillers en séjour.

Merci de votre attention !