

Comportements des clients sur le web : comprendre le cheminement numérique depuis leur canapé jusqu'à notre destination

Mardi 26 janvier de 9h30 à 12h30 : St Jean Le Vieux

Jeudi 28 janvier de 9h30 à 12h30 : St Palais

**Offices de Tourisme de la Montagne Basque
St Jean Pied de Port-Baïgorry / St Palais**

Office
de Tourisme
Turismo bûlegoa



Programme

- Présentation / tour de table
- Présentation : **Animatrices Numériques de Territoire**
- Notre sujet : le comportement des clients sur le web : comprendre le cheminement numérique de leur canapé à notre destination
 - le e-tourisme
 - le touristonaute
 - et vous professionnels, que pouvez-vous faire ?
- Prochains rendez-vous

Et si on faisait connaissance ?



Animatrices Numériques de Territoire...?



- Emmanuelle et Anaïs
- **Animatrice Numérique de Territoire** : formation qualifiante portée par la MOPA (structure régionale) en 2009 et destinée aux employés des OT & SI
- **Idée** : comprendre, découvrir, s'adapter aux évolutions du comportement des touristes sur Internet et aux évolutions des outils numériques
- **But** : conseiller, éclairer sur les questions que vous vous posez (fondamentaux et outils) sous forme de **conférences**, d'**ateliers pratiques** en petits groupes de 8 personnes maximum, de **tutoriels** mis à votre disposition
- Pôle Montagne basque : regrouper les 4 territoires = mutualiser les moyens matériel et humains



Le sujet du jour ...

Vous êtes “touristes” en 2016 :
comment préparez-vous vos
vacances ?



Le E-Tourisme

- **E-tourisme : toutes les activités touristiques en ligne**
- Poids du e-tourisme : **38% des ventes en ligne**, soit $\frac{1}{3}$ du e-commerce en 2015
- **69%** des ventes touristiques en ligne = réservations d'**hébergements**
- Chiffres d'affaires de **18.9 M d'€ en 2015** en France
- Progression de **4%** du e-tourisme français en 2015
- **84%** des français sont des internautes

- **45%** des français partis en 2014 ont **réservé** tout ou partie de leur séjour **en ligne**

- **70%** des français partis ont **préparé** leur séjour **en ligne** (internet = 1ère source d'informations)



Les Grandes Tendances du voyageur

- Montée du **tourisme collaboratif** : partage d'expérience, recherche d'authenticité, contact avec les locaux
- Développement du phénomène "**greeters**" : habitants qui accueillent les visiteurs le temps d'une balade ou d'une visite pour leur faire découvrir leur quartier, leur ville ou un site qu'ils apprécient particulièrement = **tourisme participatif**

« 78% des voyageurs considèrent que leurs voyages préférés ont été ceux où un ami les a guidé sur place ou bien lorsqu'ils ont rencontré un guide local. » (Source : etourisme.info/24145/)

- **Voyageur connecté** : développement du **m-tourisme** ; pouvoir obtenir l'information n'importe où, n'importe quand. mobile = compagnon de voyage ; 86% des français partis en 2014 ont emporté leur mobile
- Touriste en 2016 = **Touristonaute** : touriste potentiel qui prépare ses vacances sur Internet (contraction de **touriste-internaute**)



Les Grandes Tendances du voyageur

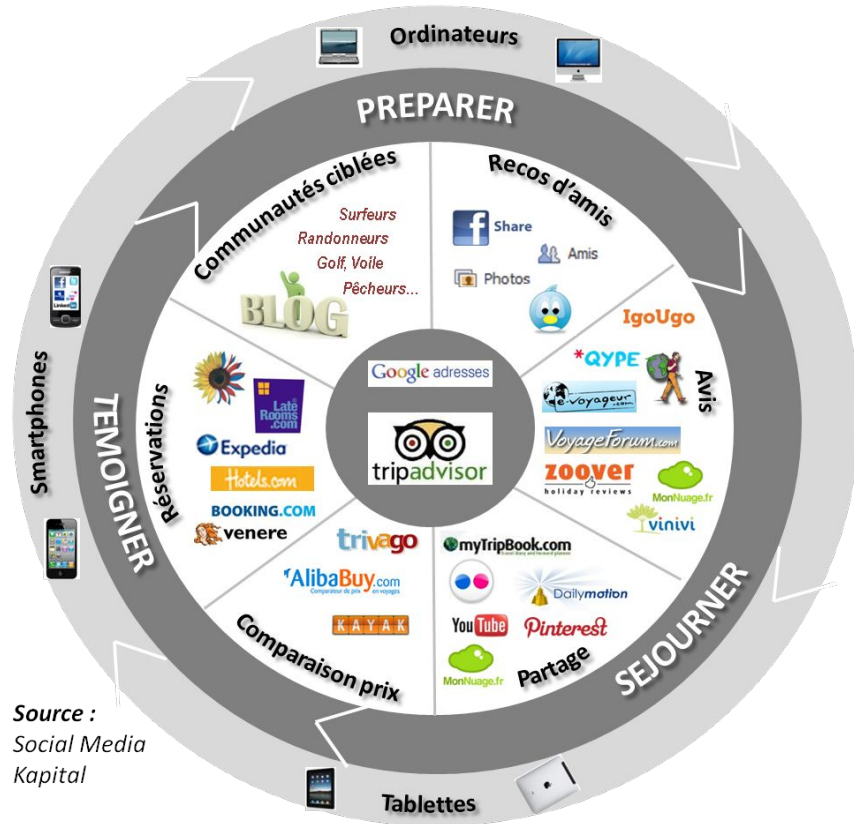
- **Courts séjours** : 62% des français partis sont partis moins longtemps
- Baisse des dépenses sur place = **diminution de la consommation touristique**
- **Comparer** les prix
- **Achat** directement auprès du **prestataire** (suppression des intermédiaires)

- **Réservation en ligne**
- **comparaison** rapport qualité/prix
- **Photos** (visualisation en amont du/des produit(s))
- **Masse d'informations** disponibles quasi illimitée

- Recherches **multi-critères** : moyenne d'environ **12 critères principaux de choix** pour les départs en vacances, en 2014) avec en tête de liste la météo, le budget, les activités proches



Le Cycle du voyageur



Source :
Social Media
Kapital

3 étapes :

- **Avant le séjour** : la préparation ; on récupère l'information via plusieurs supports : sites des destinations, réseaux sociaux (partage d'expérience des amis, de la famille), prise de connaissance des avis clients ...
- **Pendant le séjour** : consultation du mobile pour préparation du séjour sur place ; consultation des avis et réseaux sociaux pour obtenir infos sur les sites à voir
- **Après le séjour** : partage d'expérience ; publication sur les réseaux sociaux (photos notamment, commentaires), dépôt d'avis sur les sites d'avis clients

Un voyageur SoLoMo

SoLoMo ? Qu'est-ce que c'est ?

- Contraction de trois mots : social, local, mobile
- **Social** : recherche du témoignage, retour d'expérience d'autres personnes pour faire son choix dans la préparation et sur place : réseaux sociaux, forums, sites d'avis clients ...
- **Local** : de la connexion sur place pendant les vacances ; savoir où est situé quoi ; offres géolocalisées
- **Mobile** : recherche d'informations sur place via les smartphones ou tablettes



Social

+



Local

+



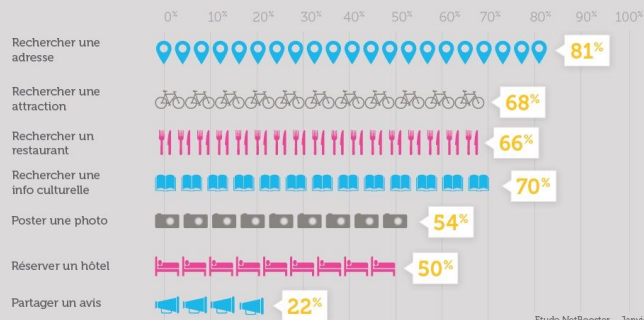
Mobile

L'Équipement du voyageur



Les actions sur Internet en vacances

En vacances, vous êtes-vous déjà connecté(e) sur internet pour...



En 2014, **60%** des français étaient équipés de smartphones.

32% des français partis en 2014 ont utilisés le smartphone en préparation et/ou pendant le séjour
Top 3 des informations recherchées en vacances :

- une adresse (81%)
- une attraction (68%)
- un restaurant (66%)

L'Information recherchée

- **Hébergement** : disponibilités en temps réel, réservation en ligne ...
- **Sites à voir** : que visiter ?
- **Visuels** : du territoire, de l'hébergement, des sites : pré-visualisation pour avoir une idée
- **Météo** : va-t-il faire beau pendant mes vacances ? climat annuel du secteur
- **Accès** au lieu de vacances : comment venir ?
facile de circuler sur place ?
- **Tarifs**



À vous de jouer !



En tant que professionnels du tourisme, vous pouvez et vous devez faire en sorte d'intervenir lors de toutes les phases du cycle du voyageur.



Avant le séjour

Phase de rêve, de recherche, de planification pour le futur visiteur

- **Se rendre visible** : être **présent sur internet** (site web personnel, présence sur le site du CDT, sur le site de votre office de tourisme) ; dire **où** vous êtes (géolocaliser votre offre en précisant votre commune, donner des repères géographiques connus du secteur) en travaillant vos **descriptifs** ; présence sur les sites d'avis clients ; échanges de liens
- **Séduire le futur voyageur** : de **beaux visuels**, des photos bien **nommées et légendées** ; mettre en avant vos **atouts** (ex : une piscine couverte et/ou chauffée, un PDJ à base de produits locaux exclusivement
- **Faciliter la réservation** : à minima indiquer les **tarifs**, un **formulaire de contact**, des **disponibilités** visibles en temps réel, donner la possibilité au visiteur de **réserver en ligne**
- **Informier/faciliter sa recherche d'informations** : commencer à donner des bons plans, des informations sur les sites à voir, les incontournables du territoire, les bonnes adresses devenez un ambassadeur de votre territoire !



Pendant le séjour

Phase de concrétisation du séjour

- **Faciliter le séjour** : proposer une connexion Wifi (pensez m-tourisme et internet de séjour)
- **Humaniser la relation** : jusqu'à présent votre client n'aura eu avec vous qu'une relation par écrans interposés donc accueillez-le chaleureusement (un petit mot d'accueil, apéro ...). Pensez authentique !
- **Être une source d'informations** : comme vous l'avez fait dans la phase d'avant séjour en donnant quelques idées, pensez à proposer à votre client une source d'information la plus complète possible pour bien démarrer son séjour : petit livret d'accueil, brochures et cartes à disposition ...



Après le séjour

Phase de feedback/retour

- **Garder le contact** : envoyer un petit mail de remerciement à votre client
- **Encourager le dépôt d'avis** : votre client est satisfait ? pensez à lui demander de rédiger un avis sur les sites d'avis où vous êtes présents (ex : dans votre mail de remerciement une petite ligne qui le suggère)
- **Répondre aux avis** : donner une réponse à TOUS les avis (vous donnerez ainsi une image professionnelle de votre établissement)
- **Fidéliser le client** : inciter le client à revenir (envoi de news letter d'animations, publication de photos sur les réseaux sociaux ...)



Le cercle vertueux

En étant présent sur **plusieurs supports** :

- vous êtes **plus visibles**
- donc de **plus nombreux clients** sont **susceptibles** de vous voir
- donc une **augmentation** potentielle du **nombre de réservations** (et de clients)
- vos clients vont déposer des avis, des photos ... vont **partager** leur séjour chez vous
- donc vous êtes **cités de nombreuses fois** sur la toile



Votre site doit être adaptable



Exemple de bonne pratique

L'hôtel Argia à Hasparren :

- Visible sur plusieurs sites dès le résultat de recherche
- Un site web et sa version mobile
- Réservable en ligne



Un site propre

Maps Images Actualité Vidéos Plus Outils de recherche

Environ 125 000 résultats (0,51 secondes)

Hôtel Argia, Hasparren - Petits Prix! Réservez MaintenantAnnonce www.booking.com/Hotel-Argia

Réservez Hotel Argia, Hasparren

Sans frais de réservation

Réservation en ligne facile et sûre

Commentaires réels, réservez vite !

Meilleur Tarif Garanti

Hôtels à moitié prix

Réservez, payez à l'hôtel

ARGIA Hôtel-Restaurant de charme au Pays basque ...**www.hotel-argia.com/

ARGIA** Hôtel-Restaurant situé à Hasparren(64)au Pays Basque. Ambiance cosy, décoration contemporain et cuisine raffinée. Séjour au pays basque.

Argia Hotel (Hasparren) : voir 36 avis et 18 photoswww.tripadvisor.fr > ... > Pays Basque > Hasparren > Hôtels Hasparren

★★★★★ Note : 4,5 - 36 avis - Prix : 69 € - 78 € (Selon les tarifs moyens d'une chambre standard)

Réserver Argia, Hasparren sur TripAdvisor : consultez les 36 avis de voyageurs, 18 photos, et les meilleures offres pour Argia, classé n°1 sur 2 hôtels à ...

Restaurant Argia - TripAdvisorwww.tripadvisor.fr > ... > Hasparren > Restaurants Hasparren

★★★★★ Note : 4 - 1 avis

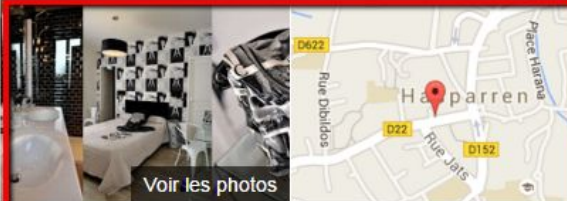
Restaurant Argia, Hasparren : consultez 37 avis sur Restaurant Argia, noté 4 sur 5 sur TripAdvisor et 1 avis sur les hôtels, les vols et les locations vacances ...

Une fiche établissement sur le site d'avis clients le mieux référencé

L'hôtel Argia est situé à Hasparren, au pied des montagnes Ursuya et Baigura.

Hôtel Argia - Aquitainewww.tourisme-aquitaine.fr/fr/dormir/hotels/pyrenees.../hotel-argia.html

La description de ce résultat n'est pas accessible à cause du fichier robots.txt de ce site. En savoir plus



Hôtel Argia ★

Hôtel deux étoiles

Adresse : 32 Rue Jean Lissar, 64240 Hasparren
Téléphone : 05 59 29 60 24

Suggérer une modification

Reserver une chambre

Arrivée Départ

Booking.com Réserver à partir de **71 €**
Commentaires réels · Confirmation instantanée

Afficher d'autres tarifs

Équipements

WIFI gratuit · Parking gratuit · Accès handicapés

Référéncé sur le réseau institutionnel

Réserver

Séjourner

Se restaurer

Détente

Venir

Argia

Bienvenue chez Argia**

Bienvenue chez Argia : Hôtel** et Restaurant situé à Hasparren, au pays basque, entre mer et montagne. Une "maison" tournée vers la modernité et qui a conservé les valeurs d'accueil et de qualité qui ont fait sa réputation depuis trois générations.

Argia : Ce sont des chambres modernes et confortables, au calme. Une table gourmande à la cuisine de saison. Un salon privé pour célébrer en famille ou entre amis les moments importants de la vie. Le bar situé en façade, lieu d'échanges et de convivialité.... et enfin pour faciliter et agréments votre séjour : une terrasse, un jardin et un parking privé.

Bonne visite!

Marie et Jean-Baptiste

- Très belles photos
- un onglet "réserver" accessible facilement
- l'environnement de l'hôtels montré avec de belles photos

Exemple de pratique à éviter

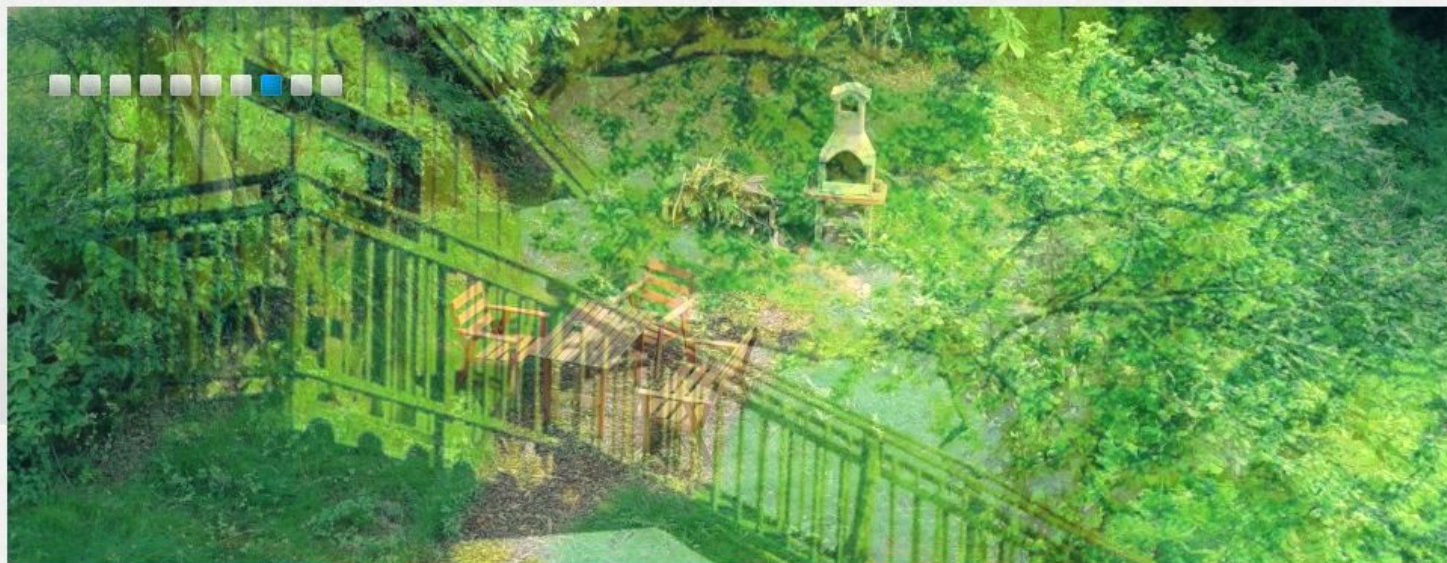
La cabane perchée de Succos :

- Visible sur plusieurs sites dès le résultat de recherche
- Un menu clair

..... mais

- Des photos qui ne sont pas légendées et nommées
- Des photos de mauvaise qualité
- Lisibilité sur smartphone difficile

La Cabane perchée de Succos

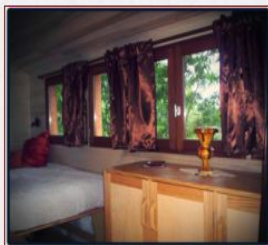


Diaporama de photos de mauvaise qualité sur un site difficilement lisible sur écran tactile

La chambre d'hôtes tout confort est perchée à 7 mètres de hauteur dans un chêne centenaire. Une passerelle ainsi qu'un escalier aisé vous élèveront vers ce cocon lumineux et ouvert sur terrasse.

[contact](#)

Les photos ne sont pas légendées.

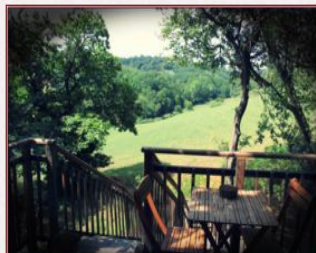


Un espace barbecue est prévu dans la prairie ainsi qu'une terrasse dans le bois.



Confort maximum :

La cabane est équipée d'une salle de bain avec WC, d'un micro ondes et mini-frigidaire... Le petit déjeuner est inclus dans le prix.



les photos ne sont pas correctement nommées ce qui peut nuire au référencement (à la visibilité de l'établissement)

Enregistrer sous

Bibliothèques > Document

Organiser Nouveau dossier

- Favoris
 - Ordinateur
 - SCAN
 - Téléchargements
 - Mes documents
 - hubiC
- Bibliothèques
 - Documents
 - Images
 - Musique
 - Vidéos
- Ordinateur
 - Disque local (C:)
 - Disque local (D:)
 - C sur BUREAUZ
- Réseau

Nom du fichier : DSC00154b

Type : *.jpg

Cacher les dossiers

En bref ...

- Ne pas mettre tous les oeufs dans le même panier : **multi-supports**
- Si vous avez un site internet : bien l'indexer par moteurs de recherches
- Voyageurs de demain = **génération Y** = grands utilisateurs du web (réseaux sociaux, forums, avis clients ...)
- **Contenu de qualité** et **adéquat** (textes, photos..) pour **séduire** l'internaute
- Si vous avez un site internet : travailler l'**ergonomie** : faire simple et efficace
- Avoir un **site RWD, qui s'adapte à tous les supports**
- Empathie : se mettre à la place du touriste ; répondre aux besoins et questions :
Où ? Quoi ? Comment ? Quand ? Qui ?
- Être **visible**
- **Surveiller** et **gérer** votre **e-réputation** (tout ce que l'on dit de vous sur le web)

Prochains rendez-vous



Photo, où comment séduire les internautes par l'image ? avec Maité et Anaïs

Les visuels font partie des contenus plébiscités par les internautes. Ainsi, 80% des vacanciers choisissent leur future location en fonction de la photo (source : Abritel). “Une image vaut 1000 mots” : la qualité des visuels est donc primordiale, afin de séduire et déclencher l’acte d’achat de l’internaute. Mais qu’est-ce qu’une bonne photo ? Quelles sont les règles de base à adopter ? C’est ce à quoi nous nous efforcerons de répondre lors de cet atelier, par le biais de conseils et d’exemples de bonnes pratiques.

Mardi 2 Février, de 9h30 à 12h30

Pépinière d’entreprise - Mauléon

Jeudi 4 février, de 9h30 à 12h30

Communauté des Communes Lutxiborda - St Jean Le Vieux

Prochains rendez-vous



Web Éditorial où comment écrire pour le web ? *avec Emmanuelle et Maïtena*

Écrire pour le Web, c'est répondre à la fois aux besoins des internautes et aux exigences des moteurs de recherche, afin d'améliorer la visibilité de son offre. Un contenu rédactionnel pertinent permettra à votre offre de mieux remonter dans les requêtes Google notamment. Mais on ne rédige pas sur le Web comme l'on rédige sur support papier : il convient de respecter un certain nombre de principes, que cet atelier vous présentera et ce, afin de mieux faire passer votre message, atteindre votre cible et plaire aux moteurs de recherche !

Mardi 16 Février, de 9h30 à 12h30

Auberge Denena - Aïcirits

Jeudi 18 février, de 9h30 à 12h30

Communauté des Communes - Hasparren

Prochains rendez-vous



Référencement naturel : Google et ses outils *avec Jérôme, Maïté et Maïtena*

91% des français utilisent Google, ce qui en fait le premier moteur de recherche utilisé. Il est donc indispensable d'être le mieux placé dans les résultats des requêtes faites sur Google, afin d'être visible. Pour cela, le référencement naturel apparaît comme l'un des outils vous permettant d'espérer remonter dans les résultats de recherche Google. Mais qu'est ce que le référencement naturel ? Quels sont les outils qui peuvent vous permettre de l'améliorer ? Cet atelier abordera ces notions et vous donnera des astuces pour améliorer votre référencement naturel.

Mardi 15 Mars, de 9h30 à 12h30

Pépinière d'entreprise - Mauléon

Jeudi 17 Mars, de 9h30 à 12h30

Communauté des Communes - Hasparren



**VOTRE AVIS
NOUS INTERESSE**

Sources

- http://www.tourmag.com/e-tourisme-les-15-statistiques-percutantes-a-retenir-en-2015_a74413.html#
 - <http://www.lechotouristique.com/article/e-tourisme-les-tendances-a-l-horizon-2016,71399>
 - <http://www.lechotouristique.com/article/enquete-le-mobile-gagne-du-terrain-avant-et-pendant-le-voyage,72434>
 - <http://www.appyourself.com/dossiers/le-cycle-du-voyageur-connecte/>
 - <http://blog.opodo.fr/barometre-opodo.html>
 - <http://www.etourisme.info/24145/>
 - <http://www.journaldunet.com/management/expert/61821/l-authenticite-des-avis-de-consommateurs-impacte-la-confiance-des-clients.shtml>
 - <http://www.emarketerz.fr/infographie-e-reputation-e-commerce/>
 - http://www.arcep.fr/index.php?id=8571&tx_gsactualite_pi1%5Buid%5D=1808&tx_gsactualite_pi1%5Bannee%5D=&tx_gsactualite_pi1%5Btheme%5D=&tx_gsactualite_pi1%5Bmotscle%5D=&tx_gsactualite_pi1%5BbackID%5D=26&cHash=ea652bf4a3697c3c38db207fbb70f301
- + Baromètre 2015 - Guy Raffour - Raffour Interactives
- + Les livres blancs (volume 1) : “3 tendances tourisme en 2015-2016” - Parkour 3, Conseils Numériques

Merci de votre attention

Emmanuelle DISSARD

05 59 65 71 78

Anaïs INÇAURGARAT

05 59 37 03 57



tourismemontagnebasque@gmail.com
<http://www.montagne-paysbasque.com/>

