



Banyuls
sur mer
LA LUMINEUSE



ATELIER N°4 ACCUEIL NUMERIQUE

OFFICE DE TOURISME BANYULS-SUR-MER

4 avenue de la République

66650 BANYULS-SUR-MER

04 68 88 31 58

www.banyuls-sur-mer.com

anthony.otbanyuls@gmail.com



C'est parti ! N'ayez pas peur ça va bien se passer !
N'hésitez pas à nous arrêter pour poser une ou plusieurs questions !

A Banyuls-sur-Mer

- RESEAU WIFI : **WIFI_MAIRIEBAN**
- MOT DE PASSE : **VinBaN66**



On fait les présentations ?

Anthony GUILLEMER



Gaëlle GIRONELLA



Office de Tourisme
Avenue de la République
66650 BANYULS-SUR-MER



04 68 88 31 58



ot.banyuls@banyuls-sur-mer.com



Banyuls sur Mer Tourisme



[@banyuls_sur_mer](https://www.instagram.com/banyuls_sur_mer)

Un petit tour de table



- Je me présente (nom + structure)
- Ce que j'attends de cet atelier
- Ma définition de l'accueil numérique

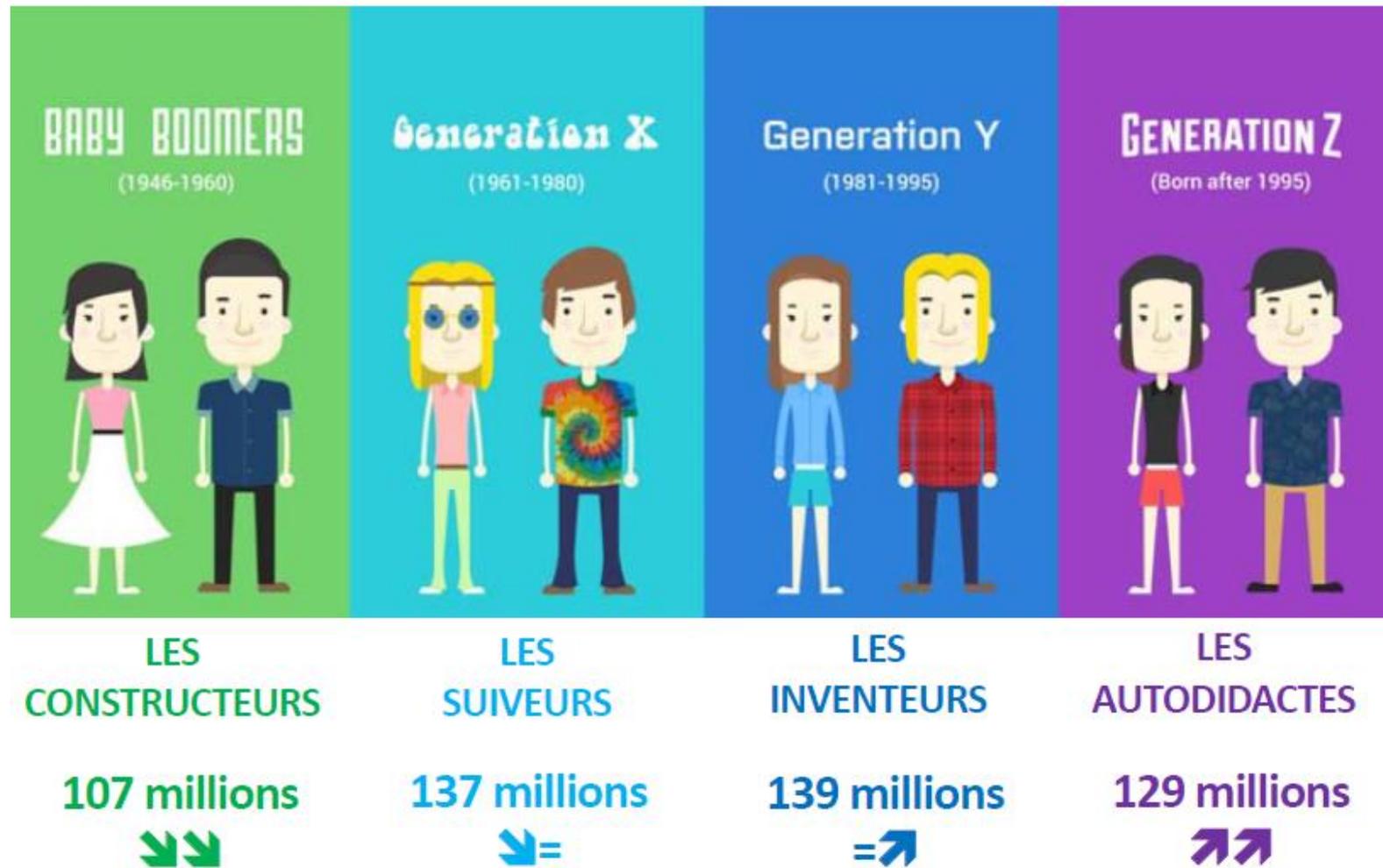
Pourquoi l'accueil numérique ...?

... parce que les gens et les touristes changent



Pourquoi l'accueil numérique ...?

... parce que les gens et les touristes changent



Pourquoi l'accueil numérique ...?



ILS CONSOMMENT TOUS DU « TOURISME »

« aventure », famille,
fidélisation forte

Confort, famille & qualité,
fidélisation travaillée

Escapade, courts séjours,
fidélisation difficile

« Co-tout », expérience,
prescription

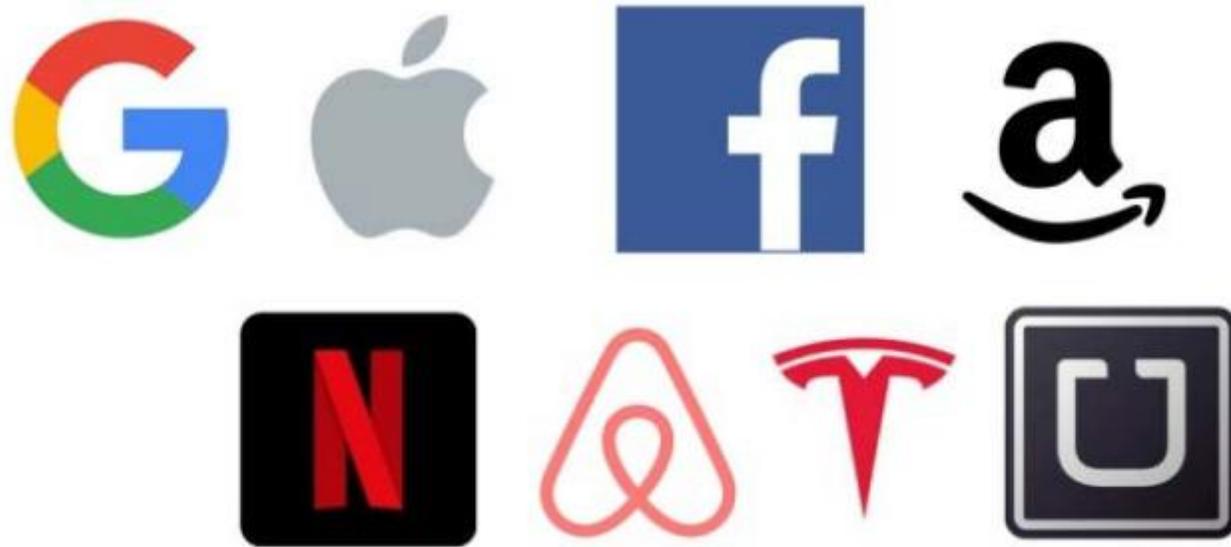
L'offre, l'équipement, le confort...

L'expérience, le service, le vécu...



*« Une offre je peux la trouver partout...
mais une expérience à vivre, pas forcément. »*

Des éléments contextuels



Des plateformes toujours plus puissantes
qui **changent et formatent** les codes et les usages

Des éléments contextuels

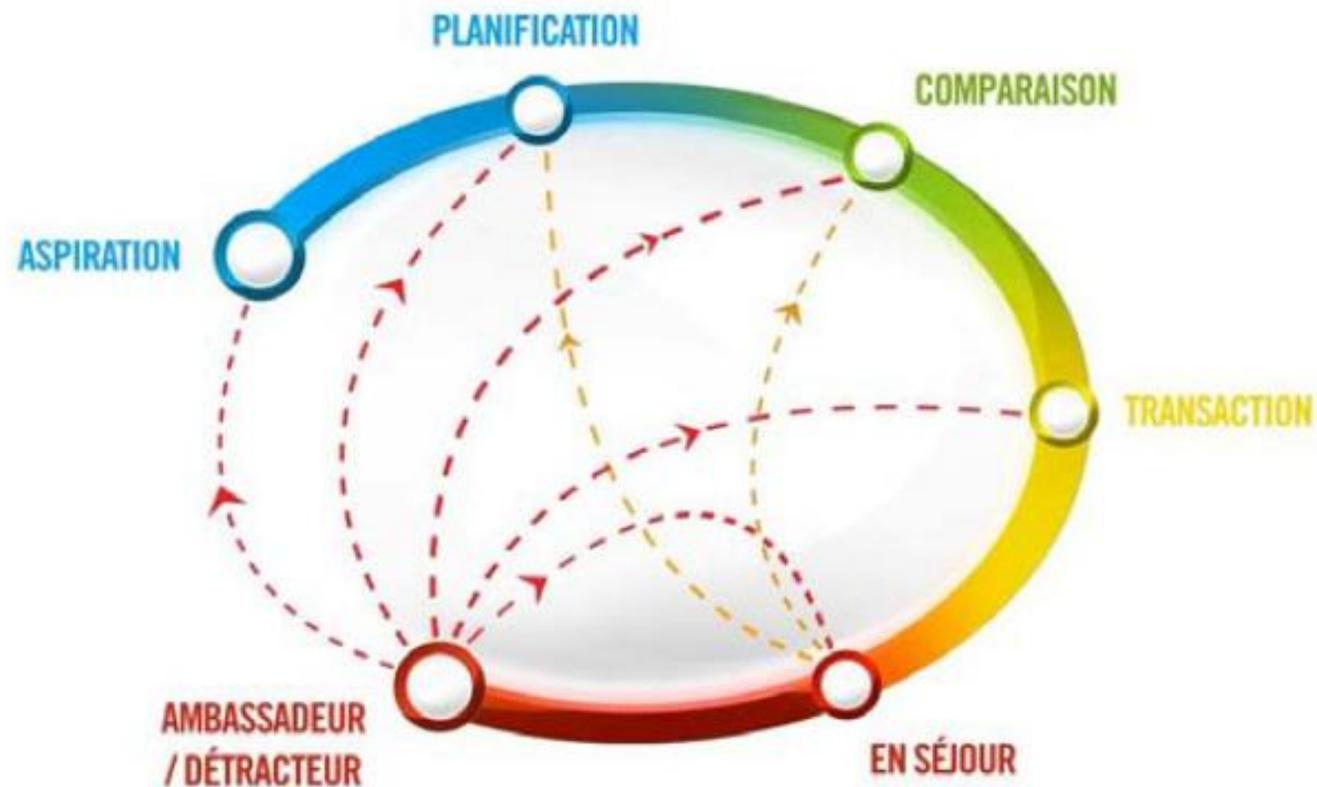
- Globalement on observe un **vieillessement des publics** accueillis physiquement dans les lieux d'accueil classiques
- On estime que **80% des demandes des touristes en accueil physique sont « simples » et « basiques »**
- On estime qu'entre **10 et 15% des visiteurs d'un territoire entrent dans un OT** lors de leur séjour.

Des éléments contextuels

- Les visiteurs sont de plus en plus dans « **l'interaction** », la « **co-crédation de contenus** »
- Les visiteurs recherchent le « **vrai** », « **l'authenticité** », « **l'expérence** », la « **découverte** »
- **Renouvellement des pratiques numériques**
Consultation en ligne, en mobilité, en live...
- **La technologie** (réalité virtuelle & augmentée, GPS, tactile, NFC, 3D, IA...) permet d'imaginer et de créer de nouveaux outils de médiation, d'accompagnement, d'accueil...

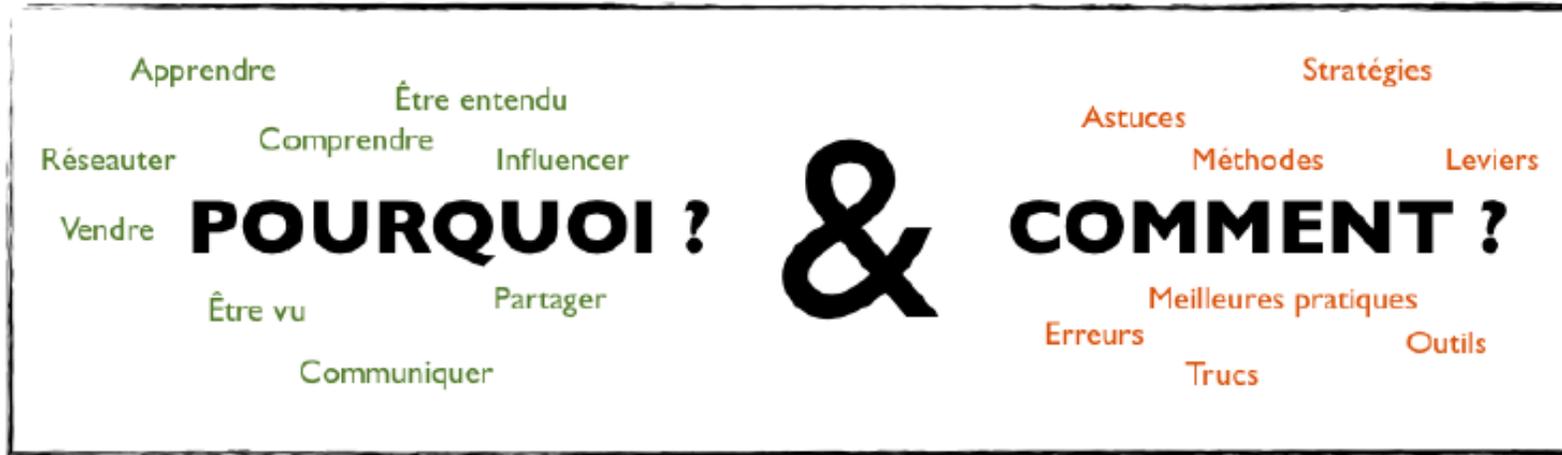
Où ? Quand ? Comment ?

*Où et quand commencent vos actions d'accueil ?
Sur quels outils ?*



DANS LE NUMERIQUE, 4 SECTEURS SONT A OBSERVER :





POURQUOI LE FAIRE ?

- ❖ Eclairer les arbitrages stratégiques / budgétaires
- ❖ Mesurer le ROI des actions
- ❖ Ne plus faire les choses « par hasard » ou « pour essayer »
- ❖ Détecter ce qui marche, ou pas

COMMENT LE FAIRE ?

- ❖ Récolter la (bonne) data
- ❖ Exploiter la bonne data
- ❖ Analyser son dispositif et ses actions
- ❖ Améliorer leur performance
- ❖ Tenir à jour un tableau de bord

LES INDICATEURS FONDAMENTAUX

- ❖ Le nombre de visites (sessions)
- ❖ Le nombre de visites uniques (utilisateurs)
- ❖ Les pages de destinations
- ❖ Les sources de trafic
- ❖ Le taux de rebond
- ❖ Les cartes de clics d'une pages (heatmap)



LES INDICATEURS FONDAMENTAUX

- ❖ Le nombre de fans, followers, abonnés...
- ❖ **Le nombre de personnes atteintes**
- ❖ Le nombre de réactions / interactions
- ❖ La typologie de l'audience / à vos cibles
- ❖ *Le nombre de conversion en prospect*
- ❖ *Le nombre de conversion en acheteur*



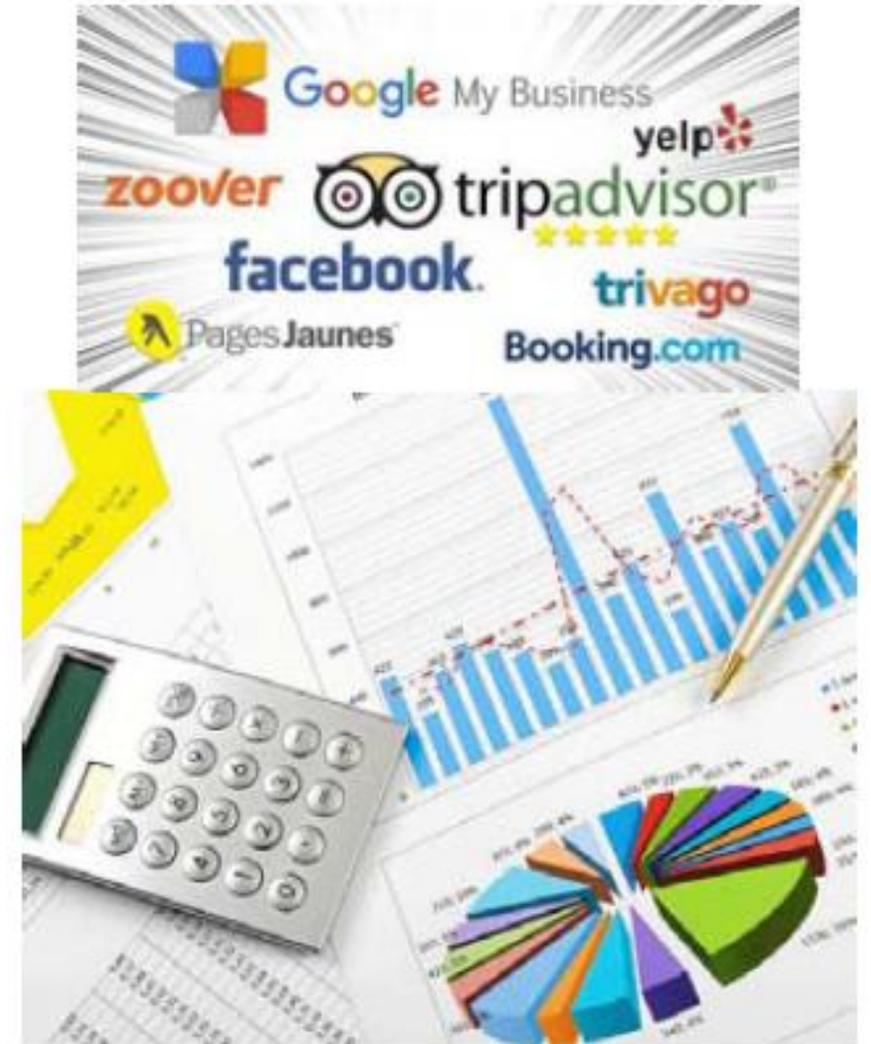
LES INDICATEURS FONDAMENTAUX

- ❖ Le taux d'ouverture
- ❖ Le taux de clics
- ❖ Le nombre de réactions/interactions
- ❖ Le budget par campagne
- ❖ Le nombre de conversion en prospect
- ❖ Le nombre de conversion en acheteur



LES INDICATEURS FONDAMENTAUX

- ❖ Nombre total d'avis / nombre de clients
- ❖ Nombre d'avis / support
- ❖ Part avis positifs / avis négatifs
- ❖ Points positifs récurrents
- ❖ Points négatifs récurrents



Développer les retombées économiques

- Séduire, inspirer
- Générer de l'envie
- Donner des idées
- Faciliter le séjour

Pour :

- **Augmenter la durée du séjour**
- **Augmenter la consommation**



Développer les retombées économiques

- Dialoguer avec les clients
- Créer du lien de qualité
- Bien qualifier sa demande
- Une réponse adaptée

Pour :

- **Renforcer l'image positive**
- **Améliorer l'expérience vécue**
- **Fidéliser**



Quelques principes qui ressortent des expériences d'accueil numérique menées par des OT :

- Le numérique ne remplace pas l'humain
- Le numérique est une valeur ajoutée pour l'accueil
- Le numérique paraît souvent « à priori » comme complexe : penser à la simplicité et à l'accompagnement
- Le numérique fait souvent un peu « peur » : respecter l'intimité, favoriser « l'extimité »
- Le numérique en séjour est clairement mobile
- Un accueil numérique réussi « fixe » plus longtemps un touriste sur un lieu de séjour



J'investis dans un
outil d'accueil
numérique

1



Il faut que j'ai des
contenus à valeur
ajoutée à y joindre

2



Il faut de la connexion
utilisable gratuitement
par des touristes

3

- 1^{ère} règle de l'accueil numérique :

« un visiteur doit pouvoir se connecter à internet gratuitement, quand il le souhaite et où il le souhaite quand il est en séjour sur mon territoire »



La connexion internet : élément incontournable

Objectifs :

Permettre aux touristes de **se connecter à internet sur votre office**

- Pour **lire leurs mails**
- Pour **naviguer, organiser éventuellement leur séjour**
- Pour accéder aux réseaux sociaux, partager

Permettre aux touriste de **se connecter à internet sur votre destination**

- Pour **visiter la destination** en touriste connecté
 - Sur votre **application ou site web**
 - Sur ceux des tiers

Le confort des services en ligne: les vôtres et ceux des autres

Les nouvelles relations client



Baby boomers



Les « X »



Les « Y »



Les « Z »

ILS ONT TOUS BESOIN DE « DATA »

mais pas tout à fait de la même chose ni de la même manière

Données basiques,
peu d'images, « fait
confiance », accès à
l'offre compliqué

PULL

Données froides
détaillées, images, fait
moins confiance,
compare beaucoup

PULL

Données chaudes,,
images immersives,
dernières minutes,
avis clients

PUSH

Données très
personnalisées, temps
réel, virtuel, vidéos,
avis clients

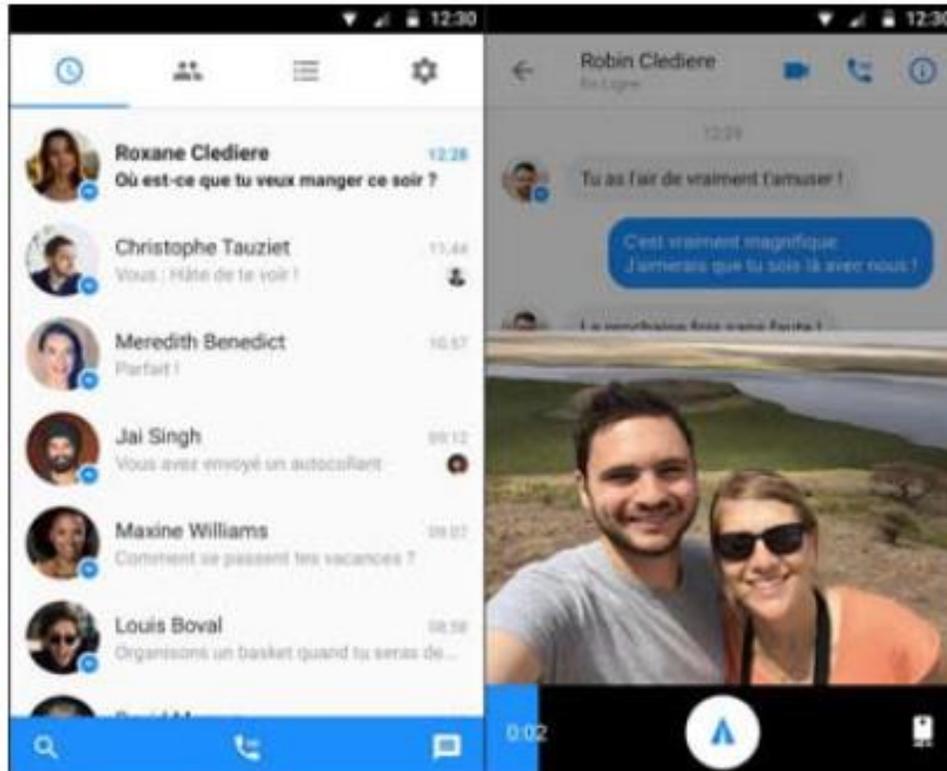
PUSH

ENJEU CRUCIAL

MAITRISER LA DATA POUR CRÉER DE LA VALEUR ET DE LA CONSOMMATION



1,2 milliards d'utilisateurs actifs

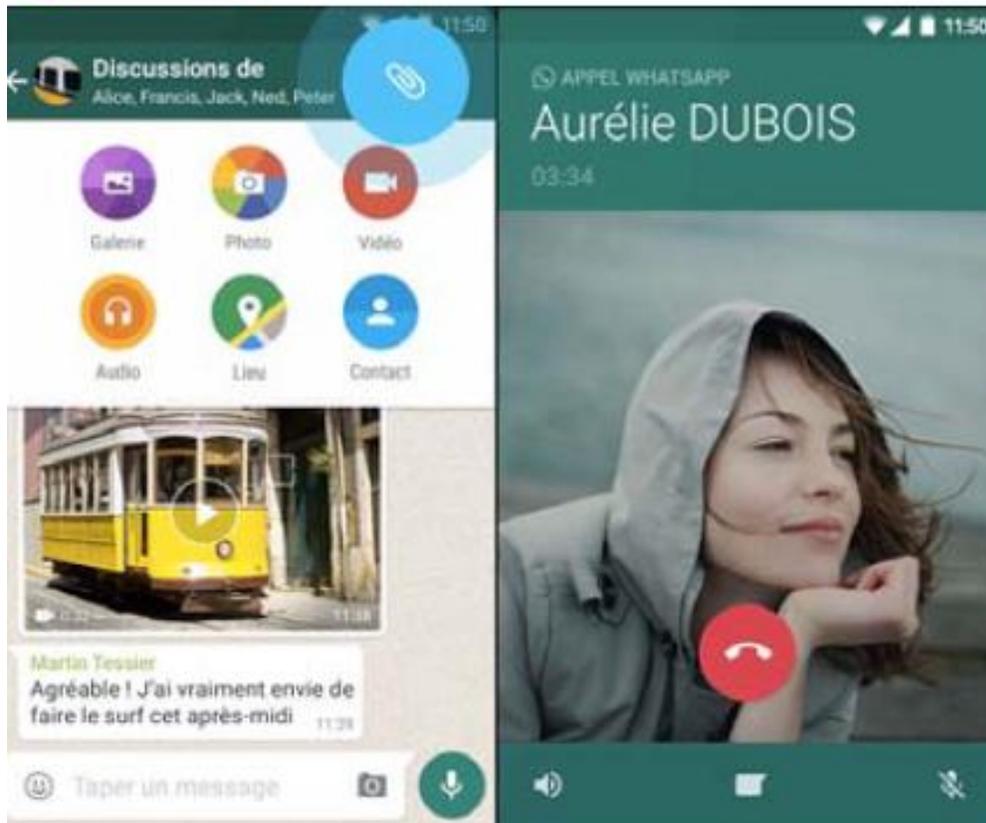


MESSENGER

- Puissant... parce que Facebook
- Multi-support, multi-device
- Chat head (push)
- Intégration des fonctions SMS/MMS
- Pas très original, pas très « jeune »



1,2 milliards d'utilisateurs actifs
10 millions en France



WHATSAPP

- Universel, très simple, très utilisé
- Racheté par Facebook...
- La meilleure alternative pour du « chat » professionnel
- Des soucis de sécurité sur la confidentialité des infos

Les nouvelles relations client

L'EMOTIONNEL

- La séduction
- Le rêve
- Se faire désirer
- Partager des valeurs
- ...

LE RATIONNEL

- Produits « nickels »
- Communication pro
- Valeur ajoutée
- Information ciblée
- Raisons objectives de consommer tel produit, tel territoire
- Nouveautés
- ...

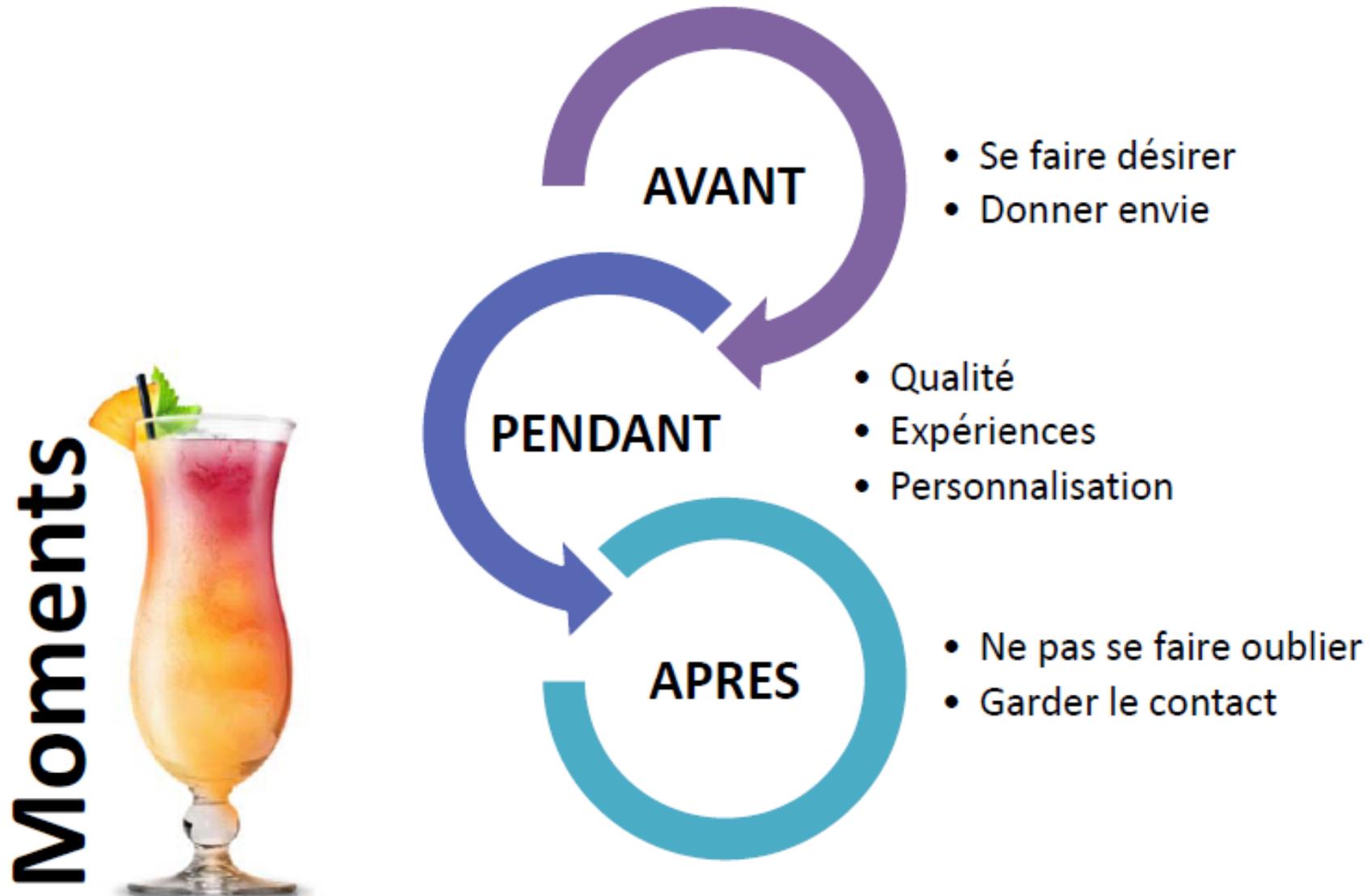
LE RELATIONNEL

- Reconnaissance
- Statut particulier
- Relation dans la durée
- Pertinence du moment de la relation
- Privilèges, surprises, cadeaux...
- Hyper personnalisation

Sensations



Les nouvelles relations client



Des questions ?

<http://bit.ly/Atelier4Banyuls2019>

SUR LE SITE INTERNET



Retrouvez un concentré d'informations Banyuls. Vous pourrez ainsi découvrir le territoire et vivre une expérience unique. Une rubrique contact est là pour nous envoyer directement vos questions, demandes et remarques.

www.banyuls-sur-mer.com

SUR INSTAGRAM



Chaque jour, des amoureux et passionnés de Banyuls témoignent de leur attachement et partagent cela sur Instagram. Parce que nous aimons le Conflent, nous vous invitons à rejoindre le mouvement en partageant la beauté des lieux avec le hashtag #banyuls

[@banyuls_sur_mer](https://www.instagram.com/banyuls_sur_mer)

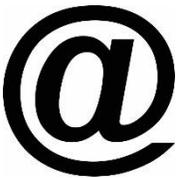
SUR FACEBOOK



Plongez dans l'univers de la destination et découvrez les coups de cœur de ce magnifique territoire, source d'inspiration !

[Fb.com/TourismeBanyuls](https://www.facebook.com/TourismeBanyuls)

CONTACTEZ-NOUS



Vous avez une idée, un commentaire, une question ou une demande à nous transmettre ?

Vous pouvez nous écrire à :

ot.banyuls@gmail.com

Merci et bravo !

