*PROFESSIONNELS DU TOURISME – AFTER COVID-19*

**BONNES PRATIQUES POST CONFINEMENT**

**ON FAIT QUOI POUR SE RELANCER ?**

Nous vous proposons ici quelques idées et conseils pour la reprise de votre activité. Les choses évoluant très vite, restez connecté aux dernières informations, abonnez-vous à la newsletter de l’ADT de la Drôme <https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/renseignez-vous/> qui communique de manière très régulière sur les dernières évolutions liées à la crive du COVID-19.

Pour vous aider également, nous avons réalisé une synthèse concernant les clientèles régionales. La sécurité sanitaire et les probables baissent de budget sont les principales raisons qui portent à croire que le tourisme des mois à venir sera local. Une chance pour notre territoire qui compte à proximité des zones urbaines importantes (Lyon, Grenoble, Saint-Etienne, Marseille), et une offre de paysages et d’activités outdoor en lien avec les tendances du moment.

**1 – L’OFFRE**

* Adapter son site aux exigences de sécurité sanitaire : nettoyage, plexiglas, masques pour le personnel, mesures de distanciation sociale, affichettes d’information…

Et le faire savoir : sur votre site internet, vos réseaux sociaux et les newsletters que vous adressez à vos clients, ils ont besoin de dépaysement, mais également d’être rassurés sur les conditions d’accueil.

* Consulter le benchmark des mesures de réassurance sanitaire réalisé par Atout France : <http://www.atout-france.fr/actualites/benchmark-des-mesures-de-reassurance-sanitaire-de-nature-faciliter-la-reprise-de-l>
* Être compétitif sans casser les prix, favorisez des offres promotionnelles : offrir un petit déjeuner, une remise de 10 ou 15%, pour une réservation supérieure à x nuits, une prestation, une entrée à demi-tarif pour une entrée achetée, un apéritif…
* Il est tentant, quand les réservations sont au point mort, de proposer des offres cassées. Cela est contre-productif pour deux raisons :

1/ Cela n’est pas rassurant pour le client : il risque de croire à une arnaque.

2/ Casser les prix est intéressant sur le court terme pour son propre établissement, mais cela risque d’entraîner la concurrence dans une « surenchère » qui fera perdre du CA à tout le monde à l’issue de la saison, et mettre en péril sa propre entreprise ainsi que les autres.

* Les offres packagées : s’unir pour proposer des offres tout compris, rassurer et faciliter le parcours client.
* Un « bon plan » peut être la mise en place d’une offre packagée avec un autre professionnel du territoire : un séjour avec hébergement, visite et activité, par exemple. Si vous n’êtes pas inscrit au registre des opérateurs de voyage (obligation légale pour les séjours packagés), ce type d’offre peut être commercialisé par votre Office de Tourisme qui y est inscrit.

En savoir +

<https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/renseignez-vous/commercialisation-et-distribution/>

* Adapter ses CGV en permettant des conditions d’annulation plus souples
* Le manque de visibilité sur la possibilité ou non de partir en vacances influe sur les réservations. Il faut rassurer le client en dérogeant à ses CGV habituelles en matière d’annulation de séjour. C’est prendre un risque, mais c’est aussi faire repartir les réservations.

Important : toutes les informations concernant l’adaptation de votre offre à la situation que nous vivons doivent être communiquées à votre Office de Tourisme : vente à emporter, livraison, room service, mesures sanitaires, adhésion à un label sanitaire, bon plan, etc… Tout est important ! Vous avez ou allez recevoir des demandes de mise à jour de vos fiches APIDAE de la part de votre Office de Tourisme, le temps de réponse ne sera pas du temps perdu…

Les différents sites internet des Offices de Tourisme, de la Drôme Provençale, de la Drôme Tourisme et de la Région Auvergne Rhône-Alpes sont alimentés par APIDAE. Par ailleurs plusieurs projets utilisant cette base de données sont en cours de développement à l’échelle nationale.

Prenez contact avec votre Office de Tourisme et Destination Drôme Provençale, ils peuvent diffuser votre offre sur leurs propres canaux numériques (voir conditions avec eux).

**2 – LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION**

* Votre site internet

Mettez à jour votre information : tarifs, offres spéciales, dates d’ouverture, disponibilités, conditions générales de vente, communication spécifique liée au COVID-19, etc…

Vos textes et vos photos sont la vitrine de votre commerce : expliquez et montrez clairement qui vous êtes, ce que vous proposez, à quel prix, où, comment vous contacter. Prenez la place de votre client, trouveriez-vous facilement l’information dont vous avez besoin ? Les visuels ont une importance prépondérante dans les choix de réservation/consommation.

Soyez facilement joignables : vos coordonnées (téléphone / mail) doivent être visibles à tout moment.

Faites des liens : vers vos réseaux sociaux, les sites de e-réputation sur lesquels vous êtes référencé, votre module de réservation en ligne.

* Les réseaux sociaux

Si ce n’est pas encore fait, créez votre page Facebook et votre compte Instagram.

Avoir une ligne éditoriale :

* en bref caler un calendrier de publications à un rythme régulier (1 publication par semaine peut être un bon rythme).
* L’alimenter avec du contenu : vidéos, photos de votre établissement, actus, offres promotionnelles, agenda, menus, mais aussi protocole sanitaire…
* Testez votre contenu et publiez régulièrement ceux sur lesquels vos followers réagissent le plus.

Utilisez les hastags liés à votre activité et/ou à votre territoire :

#dromeprovencale #fenetresurladromeprovencale #monessentiel etc… Pour les connaître, consultez les réseaux sociaux de vos Offices de Tourisme, ou demandez-leur directement.

Répondre de manière réactive aux questions des clients potentiels, que ce soit dans les commentaires ou dans les applis de messagerie instantanée.

Diffuser et partager les contenus des collègues, les initiatives locales : c’est un service complémentaire pour vos clients et ça permet qu’on repartage les vôtres !

Demandez à vos clients de partager votre page et d’inviter leurs amis à aimer votre page pour gagner en visibilité.

Bon à savoir :

Vous pouvez programmer vos publications à l’avance.

Votre activité sur les réseaux sociaux participe à votre référencement sur google.

Consultez les webinars gratuits de l’ADT de la Drôme sur les réseaux sociaux : <https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/formez-vous/>

* La e-reputation

Le tourisme (hébergement, restauration, visites et loisirs) est le premier secteur d’activité pour lesquels les français consultent des avis clients : TripAdvisor, Booking, Facebook, Google, etc… Mais que dit-on de vous ?

En quelques lignes[[1]](#endnote-1) :

* 77% des français consultent systématiquement les avis clients avant d’acheter un produit ou un service.
* 60 % déposent des avis.
* 91% des consommateurs de 18 à 34 ans font plus confiance aux avis en ligne qu’aux recommandations personnelles.
* 89 % des internautes lisent les réponses des professionnels aux avis déposés.
* Les établissements qui répondent aux avis inspirent 1,7 fois plus confiance que les autres (76 % contre 46 %).

Vous l’aurez compris, votre e-reputation est un critère de choix important pour les clients.

Soyez attentifs à ce que l’on dit de vous. Répondez aux avis positifs en remerciant ceux qui ont pris le temps de vous laisser une appréciation. Répondez également aux avis négatifs, de manière polie, bienveillant et constructive.

En savoir +

* Formation, coup de main, astuces, même à distance votre Office de Tourisme et votre ADT peuvent vous aider sur ces sujets :

<https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/formez-vous/>, vous y trouverez les replays des webinar suivants : bien débuter sur Instagram, bien débuter sur Facebook en créant sa page PRO, développer son activité grâce aux réseaux sociaux, et bien d’autres encore !

Bon à savoir :

L’ADT de la Drôme et Destination Drôme Provençale mettent à votre disposition des contenus gratuits :

* [Vidéos storytelling et autres de la Drôme Provençale](https://www.youtube.com/channel/UCnSn-o2XYcBDHWshkf22WoQ)
* [Photothèque de l’ADT de la Drôme](https://www.ladrometourisme.com/espace-presse-accueil/phototheque/)

**3 – COMMERCIALISATION ET DISTRIBUTION**

Les outils de réservation en ligne et de paiement en ligne sont **plébiscités** et vont l’être de plus en plus !

Illustration :

* En 2019, 55% des français ont réservé tout ou partie de leurs séjours sur Internet[[2]](#endnote-2)
* Pour nos clientèles de proximité (Auvergne Rhône-Alpes) : 54% des réservations se font directement auprès de l’établissement[[3]](#endnote-3)

Proposer à ses clients un système de réservation ET de paiement en ligne est un véritable avantage concurrentiel, voire même un véritable frein à la réservation pour les établissements qui n’en proposent pas.

Par ailleurs, si une présence sur les OTA (plateformes de réservation en ligne type Booking, AirbnB etc…) est aujourd’hui indispensable, elle peut s’avérer onéreuse. En revanche leur outil peut se coupler, via un système de passerelle avec votre propre système de réservation et de paiement en ligne.

Pour favoriser la réservation sur votre site (et limiter les commissions aux OTA), proposez une offre exclusive pour toute réservation effectuée directement sur votre site (ex : petit-déjeuner offert, sur-classement, etc…).

Travaillez votre fichier client : offre spéciale pour les fidèles, parrainage, etc… Allez chercher vos clients en direct : ceux qui sont déjà venus, mais n’oubliez pas ceux que vous n’avez pu satisfaire.

Votre Office de Tourisme et l’ADT de la Drôme peuvent vous accompagner, cette dernière propose des outils de réservation en ligne OPEN EXPERIENCE pour les hébergeurs et les activités.

En savoir plus +

<https://www.ladrometourisme.com/wp-content/uploads/2020/03/fp-2020-la-drome-resa-web.pdf>

**4 – ACCUEIL DE VOS CLIENTS**

* Règles sanitaires :

Quelques jours avant leur arrivée, rassurez à nouveau vos clients par mail en rappelant les gestes barrières. De même affichez-les sur dans le local d’accueil de vos clients.

Prévoyez du gel hydroalcoolique et des masques de secours à leur disposition en cas de besoin.

* Information touristique

Les règles d’accueil dans les Offices de Tourisme ne permettent pas mise en place des documentations touristiques en libre distribution. De même le nombre de visiteur sera contingenté comme dans tous les lieux accueillant du public. De ce fait, peut de touristes, après avoir patienté chez le boulanger, au supermarché, dans un site touristique, feront la démarche de pousser la porte des Offices de Tourisme.

Si les Offices de Tourisme mettent en place des accueils hors les murs et pour certains des chats en ligne, les lieux d’accueil des clientèles vont devenir de précieux relais d’information.

Proposez un pack d’accueil touristique à vos clients, dans un sac ou dans une enveloppe cachetée et personnalisée, insérer les documents essentiels au séjour de vos clients :

* Le guide pratique de l’Office de Tourisme
* Le Mag de Destination Drôme Provençale
* La carte touristique de la Drôme Provençale
* Le Pass Provence : pour rappel il s’git d’un passeport touristique GRATUIT. N’hésitez pas à le présenter comme un cadeau d’accueil. C’est donc un moyen de susciter des visites et des achats sur notre territoire.

Les Offices de Tourisme et Destination Drôme Provençale s’engagent à vous fournir les documents dont vous avez besoin, via un système de livraison.

1. <https://www.oisetourisme-pro.com/2020/03/02/e-reputation-avis-clients-les-chiffres-parlent/> [↑](#endnote-ref-1)
2. <https://www.lechotouristique.com/article/le-taux-de-depart-en-vacances-atteint-un-record-la-reservation-en-ligne-aussi> [↑](#endnote-ref-2)
3. <http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/article/comment-developper-la-clientele-intraregionale> [↑](#endnote-ref-3)