

Diagnostic numérique de territoire

2015

Association Tourisme en Conflent

10 Place de la République

66500 PRADES

04 68 04 41 02

www.tourisme-canigou.com / tourismeenconflent@gmail.com



Association
Tourisme en Conflent



L'E-TOURISME EN QUELQUES CHIFFRES

82 %
d'internautes

62 %
des Français partis
ont préparé leur
séjour en ligne

80 %
des Français ont lu
des avis dans la
préparation du
séjour

12,4
milliards d'€
de ventes
entièrement
réalisées sur
internet en e-
tourisme

1^{er}
Poste du e-
commerce en
France

45 %
des Français partis
ont réservé en
ligne

20 %
des Français partis
ont utilisé leur
smartphone (site
internet,
applications)

79 %
des internautes
français sont
inscrits sur un
réseau social



L'E-tourisme est devenu incontournable et la visibilité d'une destination dépend de la visibilité de TOUS les acteurs du territoire.

Sources:

Cabinet Raffour Interactif Septembre 2014
Etude Social Life « Harris Interactive
Baromètre Opodo



DIAGNOSTIC NUMERIQUE DE TERRITOIRE -KESAKO ?



← Questionnaire en ligne portant sur les équipements et usages sur internet des professionnels du tourisme.

← Les questions traitent des items connexes afin de mieux évaluer les besoins des professionnels :

- Equipement ;
- Utilisation de l'email ;
- Gestion de la relation client ;
- Site internet ;
- Visibilité sur internet ;
- E-réputation ;
- Commercialisation ;
- Mobilité ;
- Wifi ;
- Webmarketing ;
- Besoins en accompagnements numériques.

← Outil développé pour venir compléter la stratégie numérique globale du territoire.



POURQUOI UN DIAGNOSTIC NUMERIQUE DE TERRITOIRE ?

- ➔ Pour faire un état des lieux numérique du territoire, des bureaux d'informations touristiques et du positionnement des prestataires touristiques sur internet ;
- ➔ Connaître les forces et faiblesses des prestataires touristiques au niveau de leurs usages d'internet ;
- ➔ Mettre en place un accompagnement numérique des professionnels du tourisme en adéquation avec la stratégie numérique du territoire afin qu'ils soient compétitifs sur internet ;
- ➔ Développer des liens privilégiés avec les professionnels du tourisme et apporter une plus-value : Nouveau rôle des bureaux d'informations touristiques.

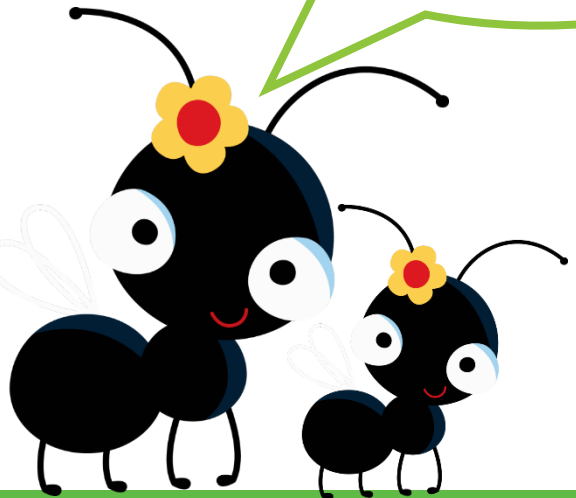


PAR QUI ?

L'ANIMATRICE NUMERIQUE DE TERRITOIRE

ANT

= Fourmi en anglais



Concept né en 2010 en Aquitaine pour :

- Palier au manque de présence et de compétitivité en ligne des destinations ;
- Permettre aux bureaux d'informations touristiques de développer de nouveaux liens avec les professionnels du tourisme et créer ainsi une plus-value ;
- Donner un nouveau souffle aux métiers du tourisme.



Les missions de l'ANT :

- Elaborer et mener un diagnostic numérique de territoire auprès des prestataires touristiques ;
- Accompagner individuellement ou collectivement les professionnels dans l'e-tourisme : Evolutions, projets de développement numériques ;
- Faire une veille technologique régulière ;
- Veiller à l'e-réputation du territoire et des professionnels de celui-ci.



METHODOLOGIE



Prise en compte de l'existant : Diagnostic numérique de territoire réalisé en 2012 sur la commune de Vernet-les-Bains + Mise en place d'ateliers et d'accompagnements individuels par Emilie Veber, ANT à l'Office de Tourisme de Vernet-les-Bains ;



Elaboration des questionnaires avec les retours d'expériences du réseau national des ANT ;



Création de deux types de questionnaires :

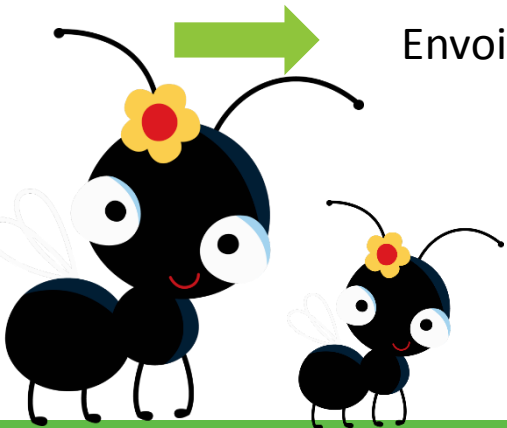
- Prestataires touristiques ;
- Professionnels des bureaux d'informations touristiques ;



Intégration des questionnaires sur Google : <http://goo.gl/forms/vfGvwM6U4A> (questionnaire destiné au prestataires touristiques) ;



Envoi via listes de contacts disponibles sur la base de données régionale, Tourinsoft.





BILAN

Envoyé par email via Tourinsoft et un logiciel d'e-mailing en ligne

434

formulaires envoyés

5

relances (email,
téléphones, face
à face, papier)

77

répondants

Taux de retour

17,74 %



CONSTATS



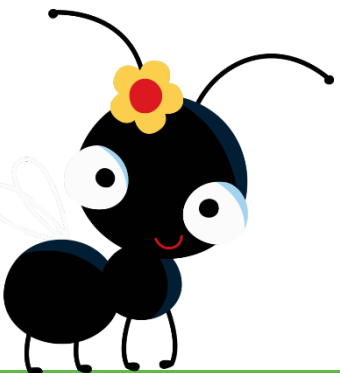
Difficultés à mobiliser les professionnels du tourisme ;



Plus de la moitié des professionnels du tourisme du territoire n'ont pas d'adresse email ;



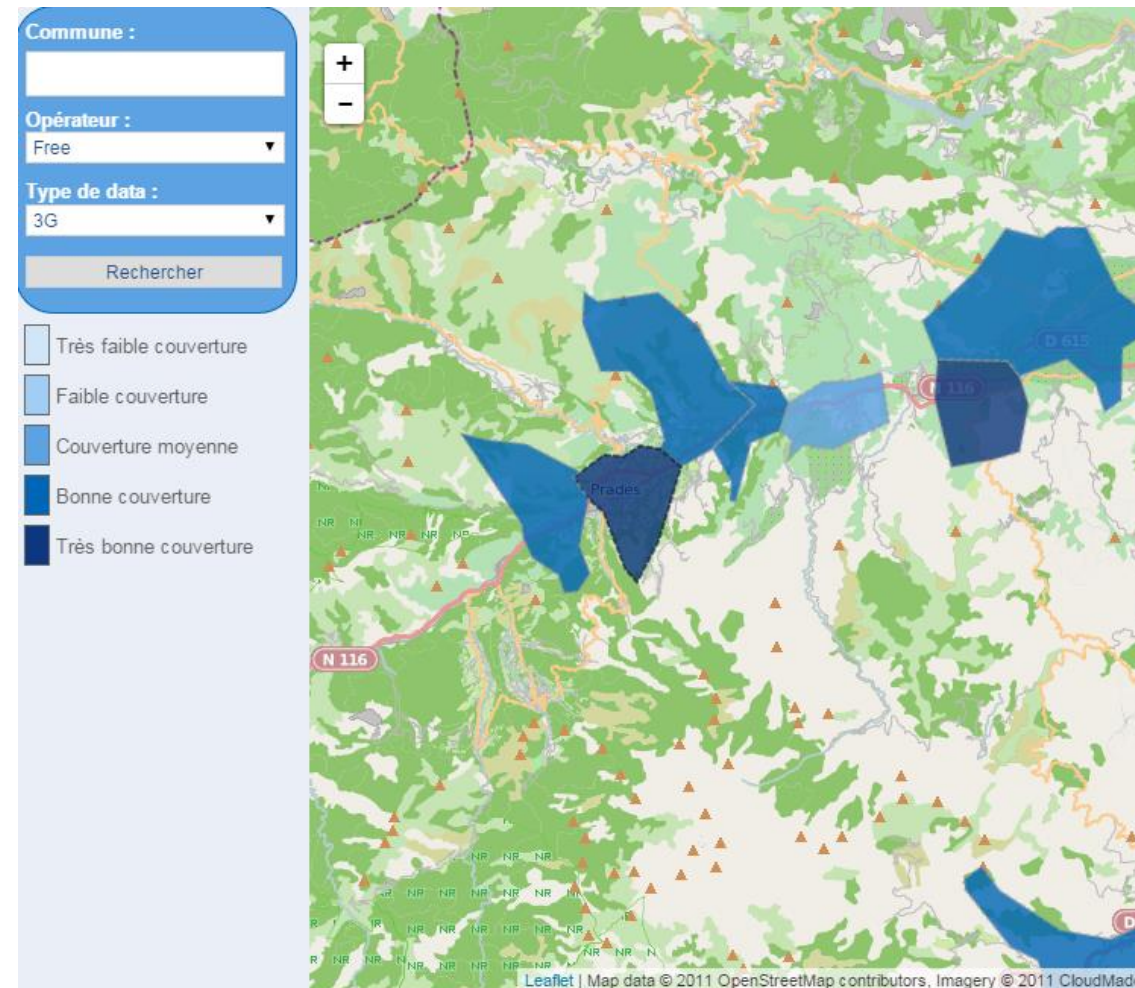
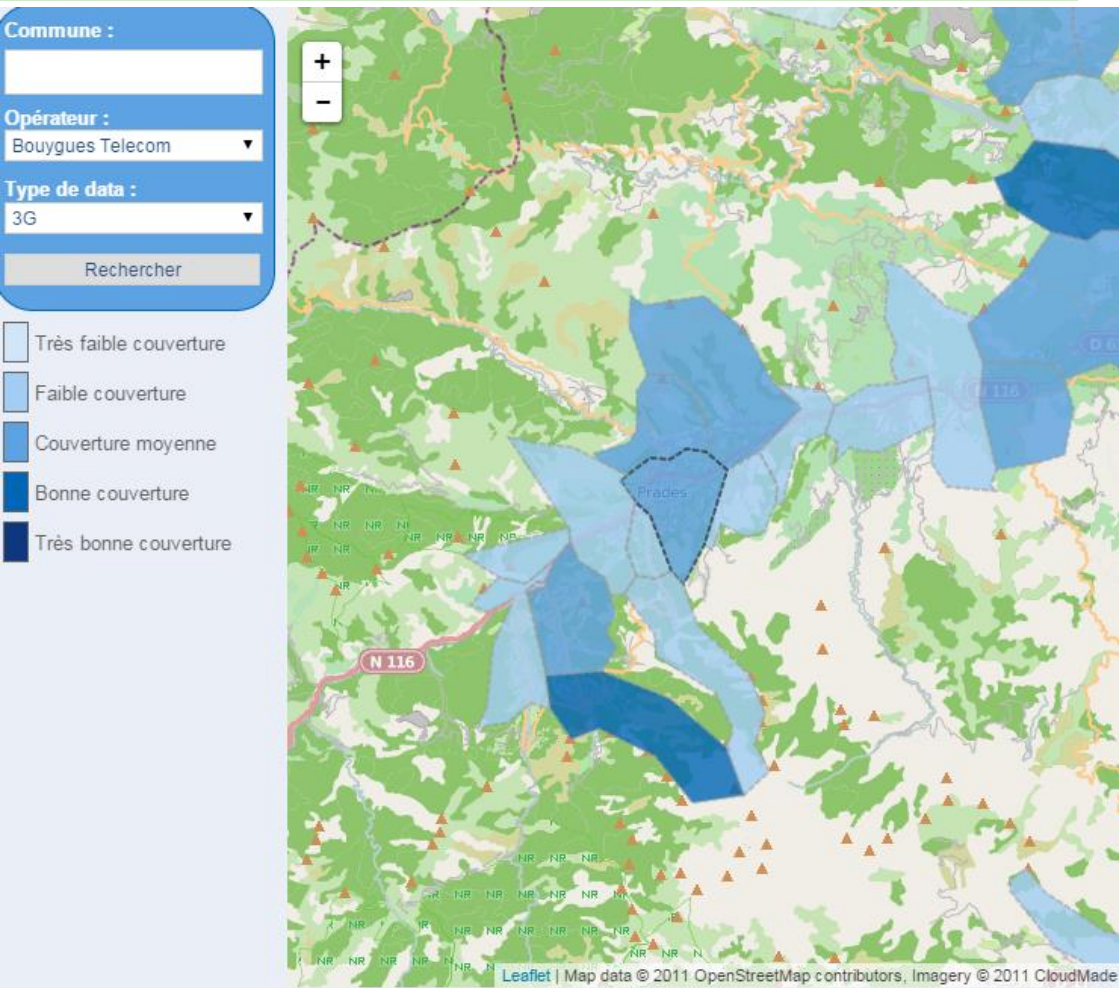
Nécessité de coordonner les actions entre les structures : Réévaluation du diagnostic numérique de territoire de l'Office de Tourisme de Vernet-les-Bains lancé simultanément ;





COUVERTURE MOBILE

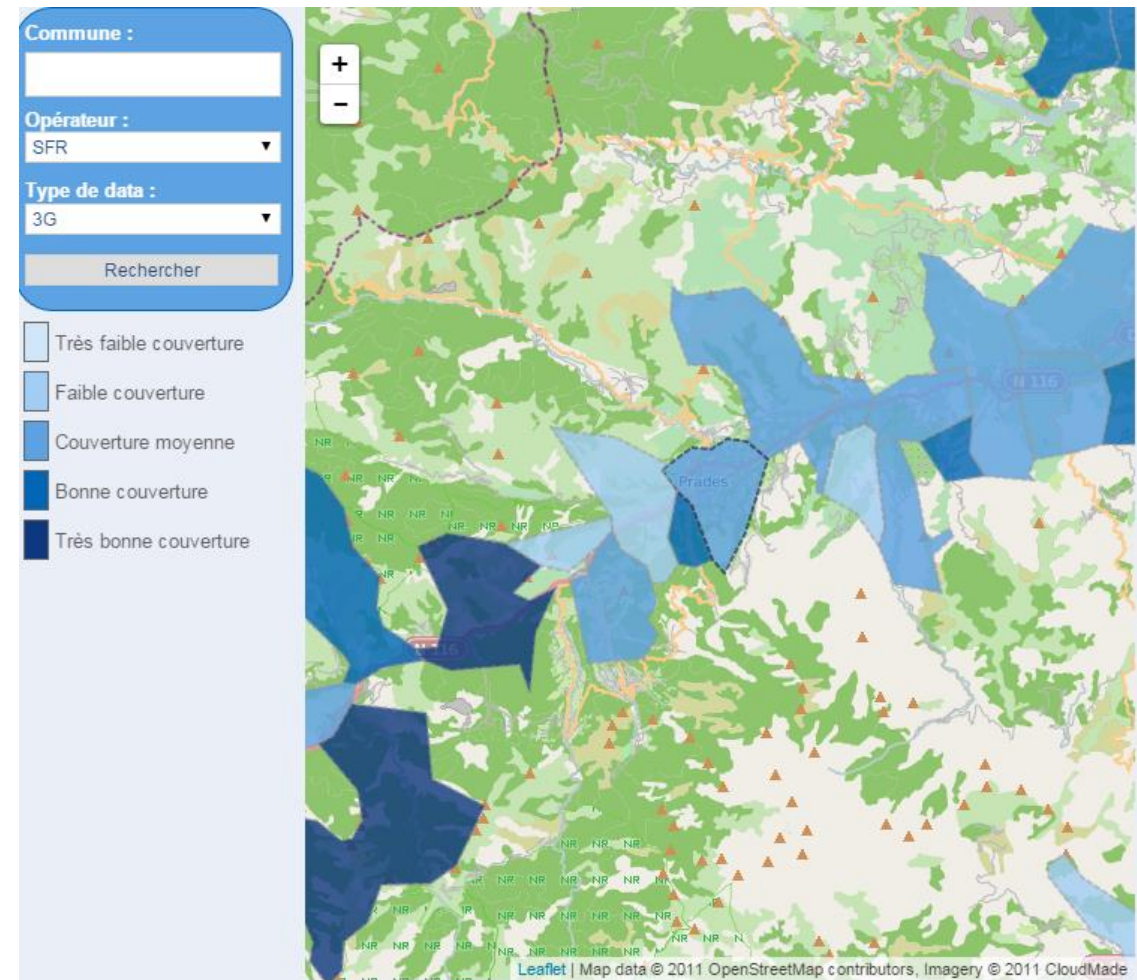
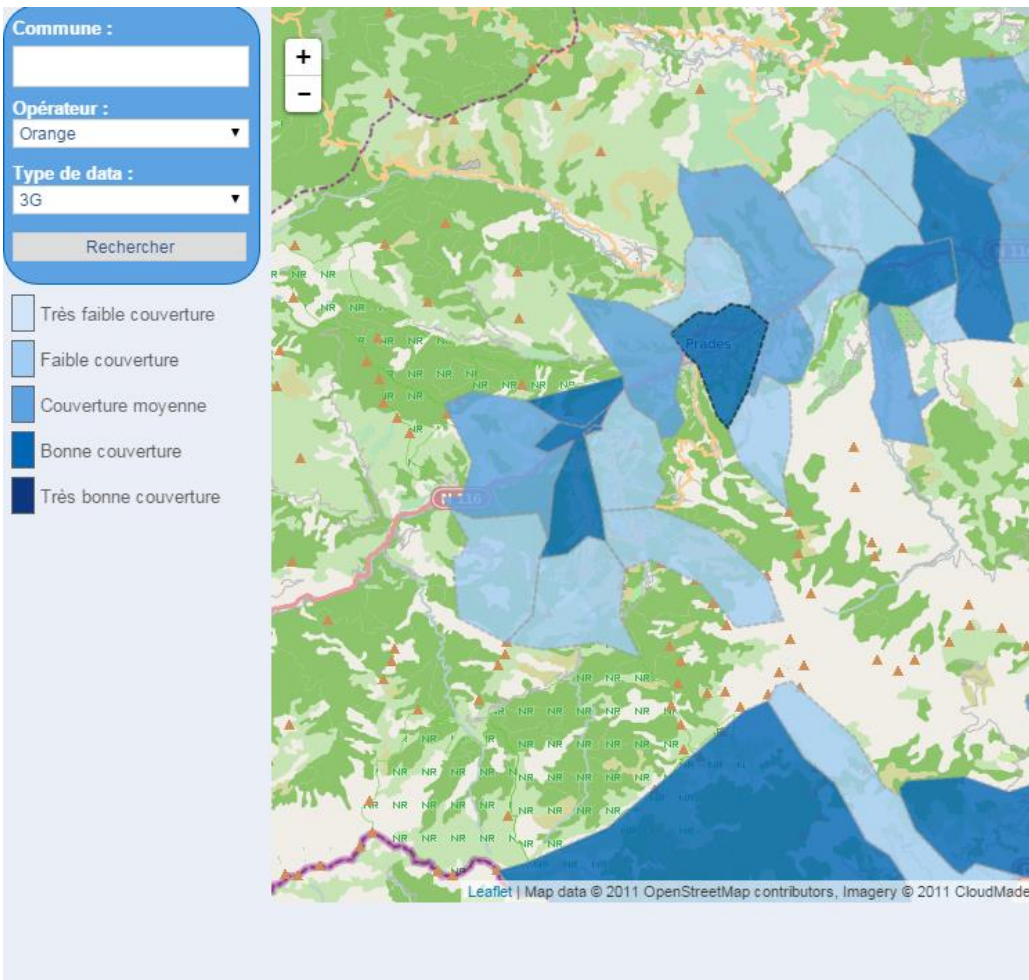
3G





COUVERTURE MOBILE

3G



Sources : UFC Que Choisir - 2015



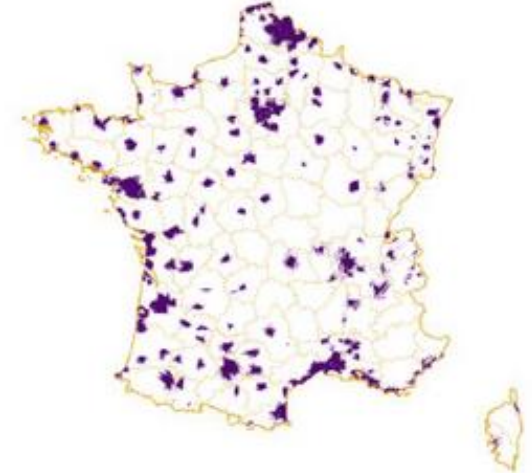
COUVERTURE MOBILE

4G

Couverture 4G de Bouygues Telecom



Couverture 4G d'Orange



Couverture 4G de SFR

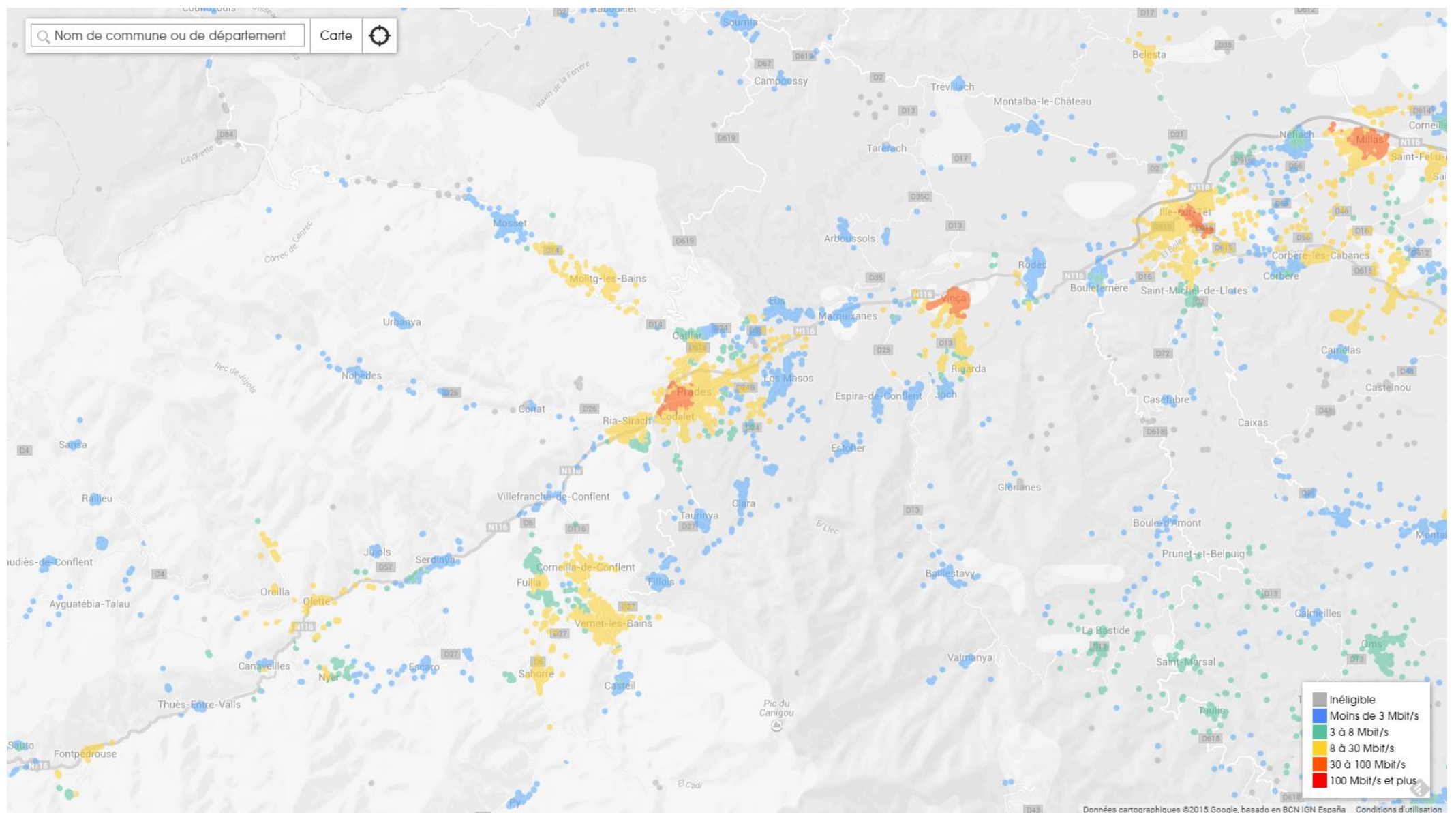


Couverture 4G de Free Mobile





COUVERTURE HAUT DEBIT



Sources : <http://observatoire.francethd.fr/#>



CONSTATS



Couverture 3G inégale voire quasi inexistante sur les communes excentrées de Prades ;



Couverture 4G quasi inexistante ;



Inégalités dans la couverture Haut débit ;



Une couverture réseau à améliorer.





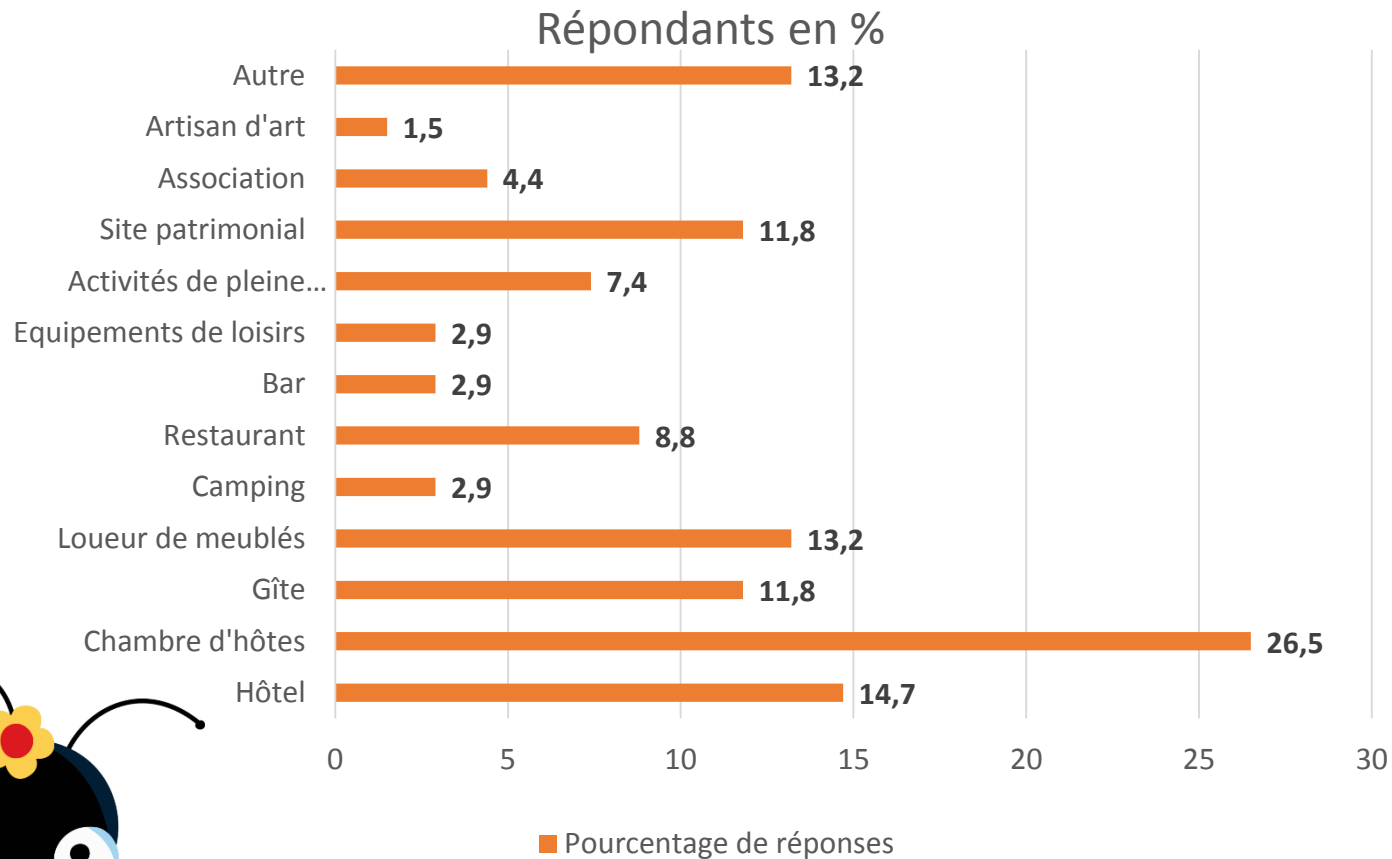
DIAGNOSTIC NUMERIQUE DE TERRITOIRE

RESULTATS



REPARTITION DES PRESTATAIRES

TYPOLOGIE DES REpondANTS



Les **chambres d'hôtes** ont le plus répondu au diagnostic numérique de territoire ;



Les **prestataires de pleine nature** ont réellement manifesté leur intérêt.





VOTRE EQUIPEMENT



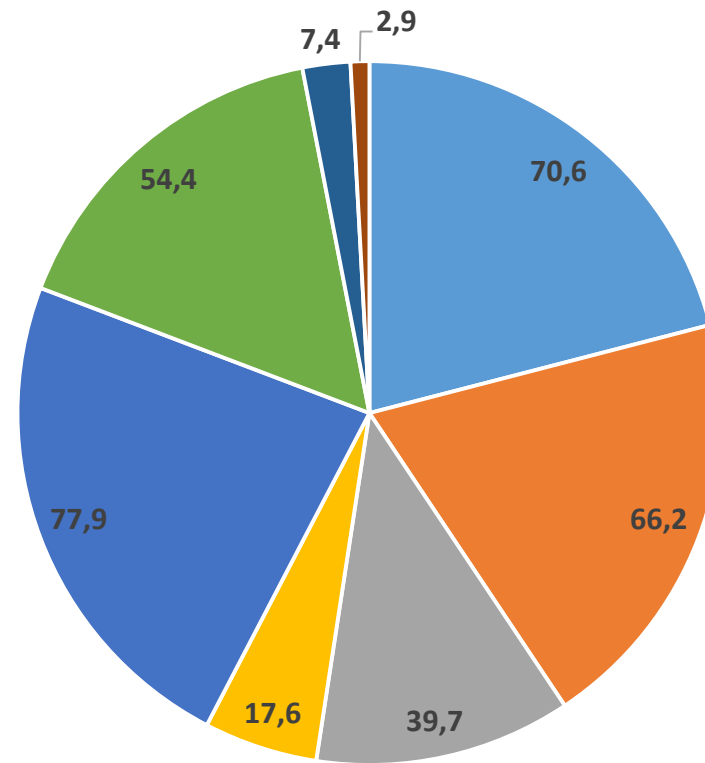
45,5 % des répondants ont leur ordinateur principal qui date de 1 à 3 ans.



95,5 % des répondants utilisent une connexion internet ADSL.



Quel matériel informatique utilisez-vous dans le cadre de votre activité ? (%)



■ Ordinateur fixe

■ Ordinateur portable

■ Smartphone

■ Tablette

■ Imprimante

■ Appareil photo numérique

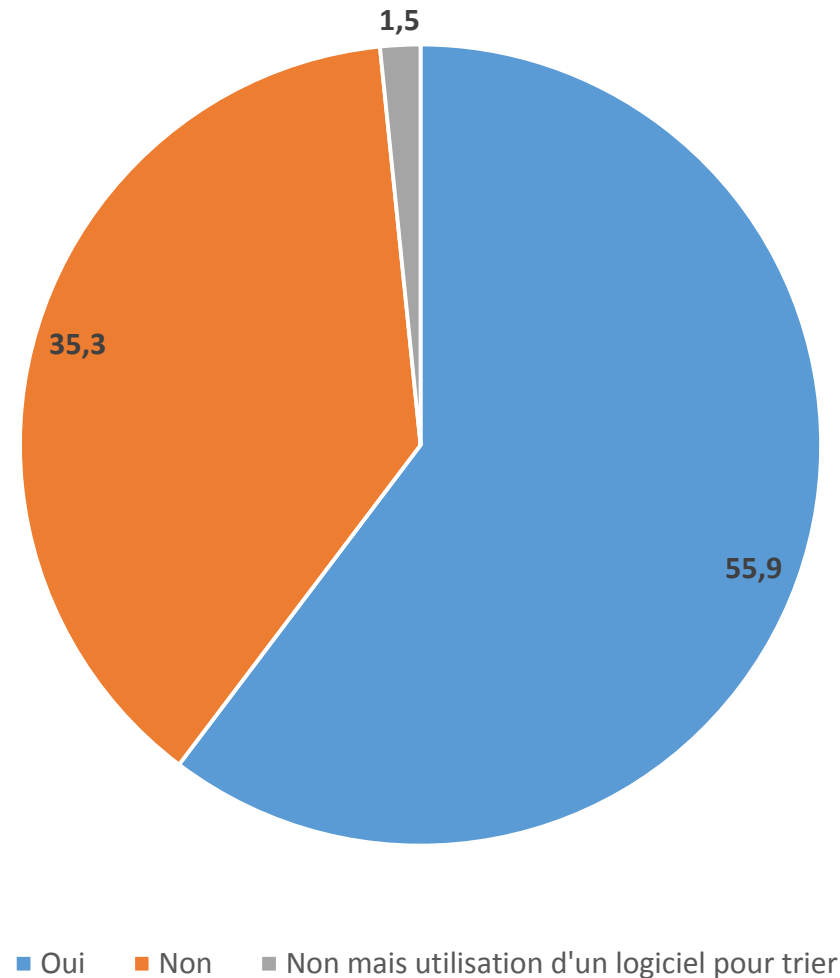
■ Camescope numérique

■ Camera Embarquée



VOTRE EMAIL

Avez-vous une adresse email spécifique pour votre activité ? (%)



40,3 % des répondants utilisent une boîte gratuite de type Gmail, Yahoo.



Seulement **24,2 %** ont une boîte personnalisée de type « contact@lenomdemasturcture.com ».



Délai de réponse moyen à un email : **½ journée.**





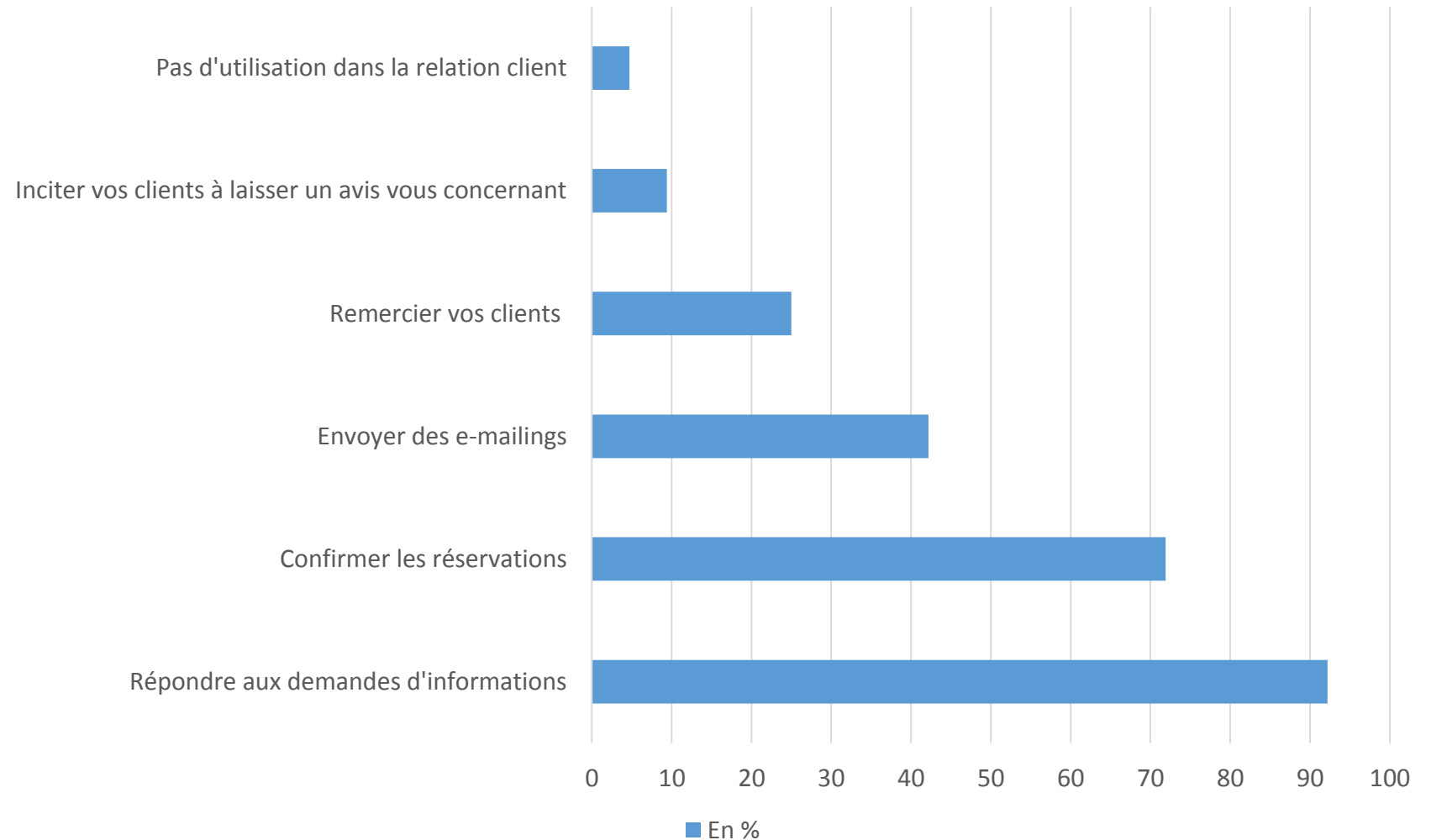
VOTRE EMAIL



Seulement **12,3 %** des répondants qui font des campagnes d'e-mailings (newsletter, vœux,...) utilisent un logiciel spécifique ou font appel à une prestataire externe : Tourinsoft, Zimbra, Neolist, Tunderbird.



Comment utilisez-vous l'email dans votre relation client ?





GESTION DE LA RELATION CLIENT



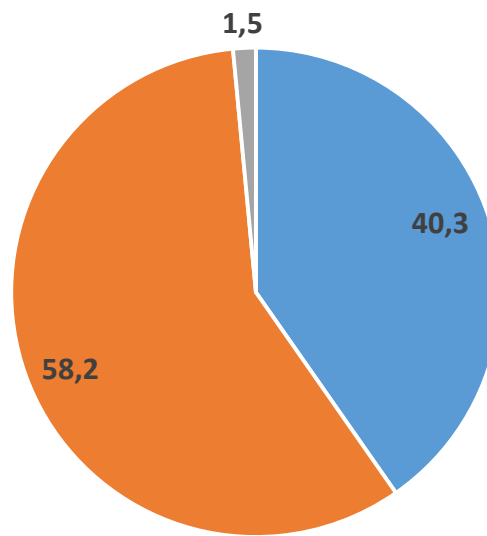
67,7 % des répondants l'actualisent régulièrement, principalement en stockant les emails reçus.



Les principaux critères de segmentation : **Nom, prénom, adresse, pays, email.**

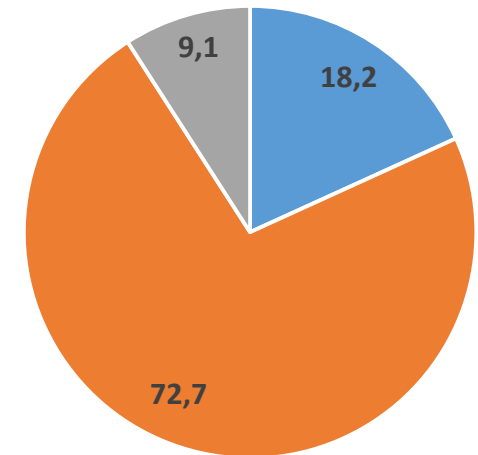


Disposez-vous d'un fichier client ? (%)



■ Oui ■ Non ■ Je ne sais pas

Si oui, l'avez-vous déclaré à la CNIL ? (%)

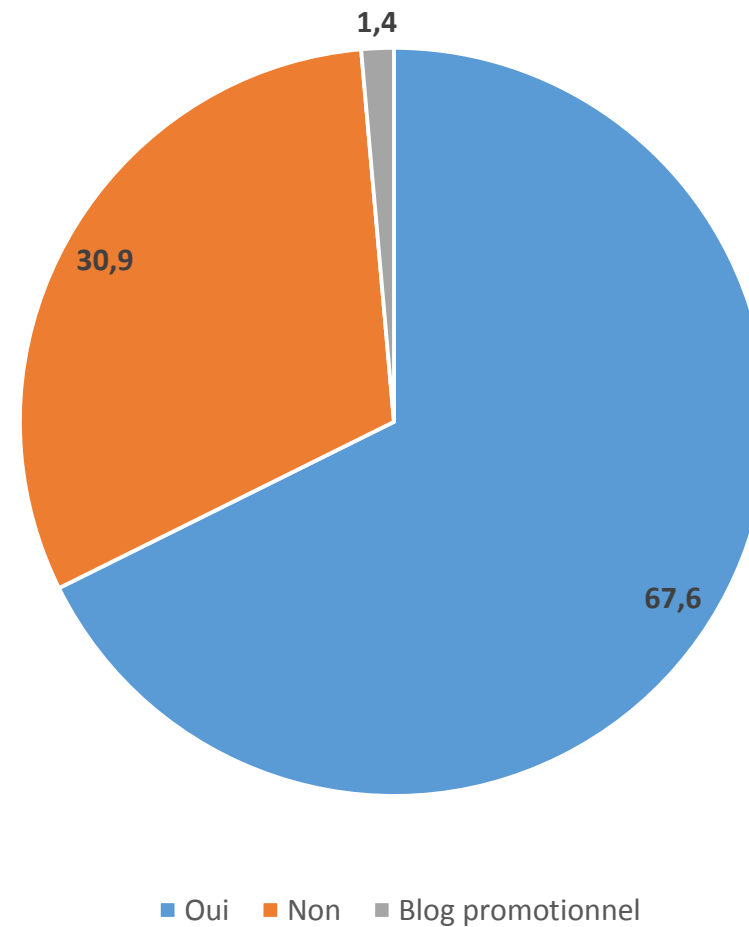


■ Oui ■ Non ■ Je ne sais pas



VOTRE SITE INTERNET

Disposez-vous d'un site internet entièrement dédié à votre activité ? (%)



➔ **34,7 %** des répondants ont un site internet qui a 5 ans ou plus.

➔ **56 %** des répondants ont un site internet uniquement en Français.

➔ Pour les répondants qui ont un site internet traduit, il est le plus souvent disponible en **Anglais / Catalan / Allemand**.

➔ **60 %** des répondants qui n'ont pas de site internet ne souhaitent pas en créer un.



VOTRE SITE INTERNET



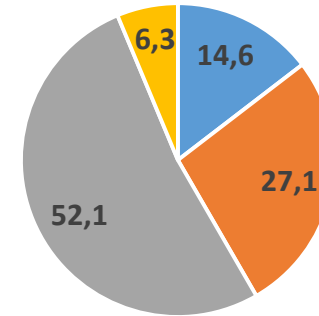
54,2 % des répondants font une mise à jour au moins une fois par an.



57,1 % des répondants n'ont pas accès aux statistiques de fréquentation de leur site internet.

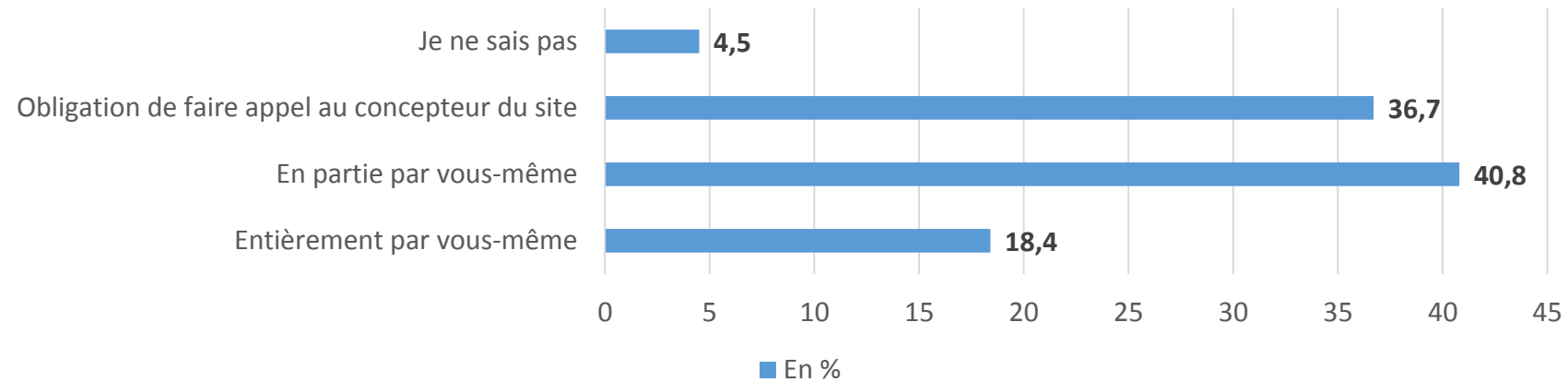


Qui a conçu votre site internet ? (%)



- Vous-même
- Une agence professionnelle
- Autre
- Une connaissance qui maîtrise mieux internet que vous
- Je ne sais pas

Votre site internet est géré et mis à jour de la manière suivante :





VOTRE SITE INTERNET

TYPES DE CONTENU

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">▪ 72,1 % des répondants affichent des informations pratiques sur leur site internet : Adresse, tarifs ;▪ 58,8 % affichent une carte de localisation ;▪ 41,2 % ont un formulaire de contact ;▪ 42,6 % ont une page tourisme qui concerne le territoire ou le département.	<ul style="list-style-type: none">▪ 44,1 % des répondants n'affichent pas leurs disponibilités sur leur site internet ;▪ 58,8 % ne proposent pas la réservation en ligne ;▪ 55,9 % n'ont pas de boutons de partage social ni ne mettent en avant leur présence sur les réseaux sociaux ;▪ 63,2 % n'affichent pas les avis en ligne.



VOTRE SITE INTERNET

CONTENU

Des constats...

- Contenu de base important mais problématique des périodes d'ouverture et disponibilités ;
- Partie graphique positive mais manque de contenus multimédia en haute définition : photos, vidéos ;
- Peu d'échanges de liens : seulement 20 % des sites internet des répondants ont un lien vers le site internet d'un des bureaux d'informations touristiques ;
- Très peu de sites internet mettent en avant une rubrique bons plans et actualité.



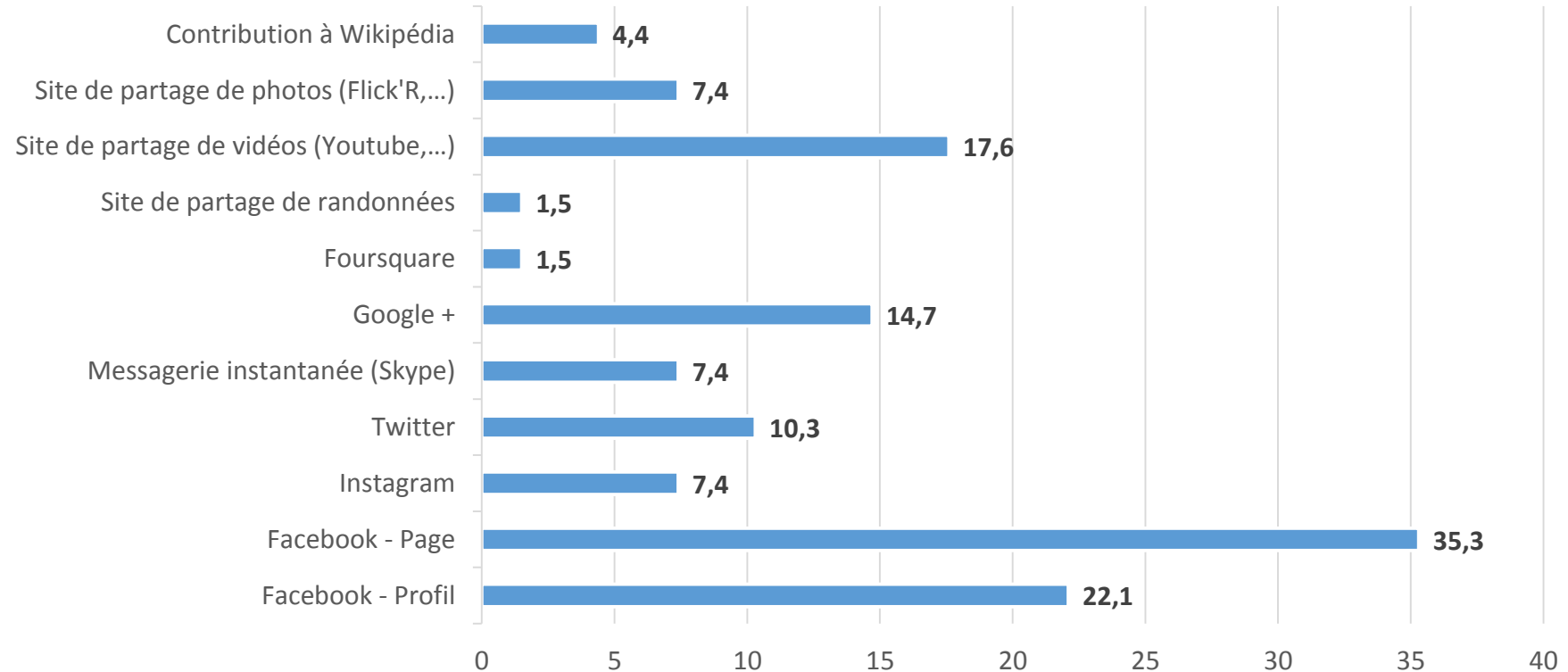
VOTRE VISIBILITE SUR INTERNET

➔ **83,8 %** des répondants font la promotion de leur activité sur le site internet d'une institution touristique (bureaux d'informations touristiques, ADT, CCI, CRT, label, marque).

➔ **40,9 %** des répondants qui ne sont pas présents sur les réseaux sociaux estiment qu'ils manquent de moyens humains et de temps.



Utilisez-vous les réseaux sociaux et communautaires suivants pour promouvoir votre activité ? (%)



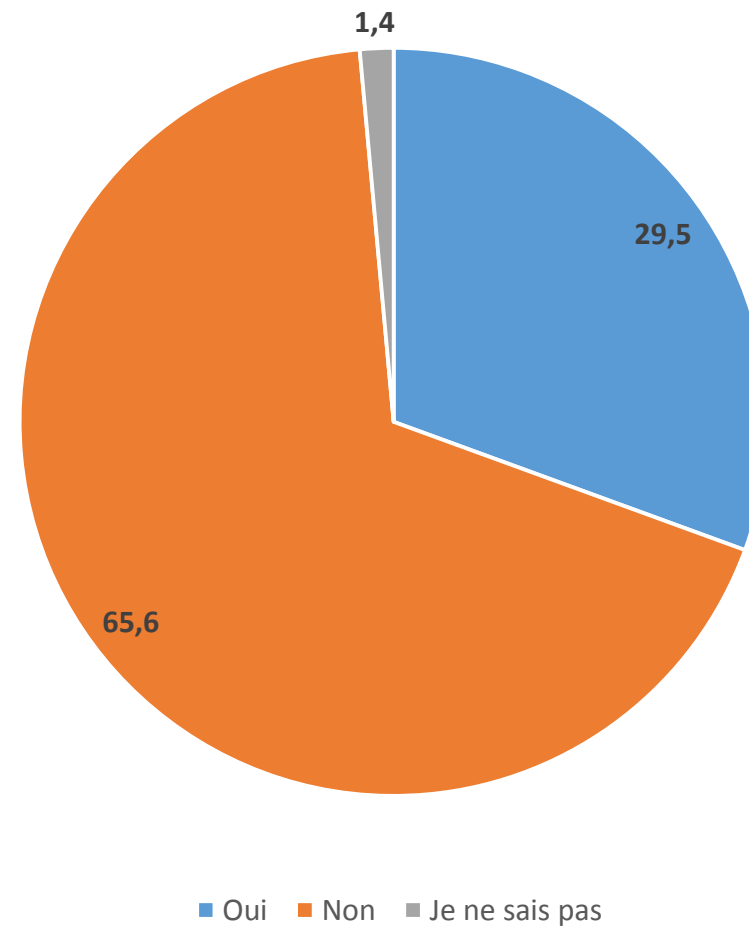


VOTRE E-REPUTATION

En moyenne **66,8 %** des répondants ne savent pas si il existe des avis en ligne sur leur activité.

Seulement **10,2 %** des répondants ont une Google My Business optimisée.

Répondez-vous aux avis clients laissés en ligne sur votre établissement ? (%)



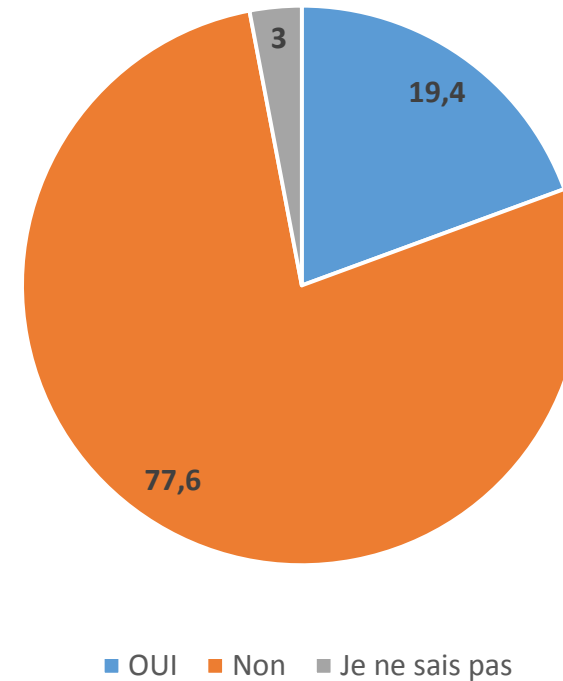


COMMERCIALISATION

➔ **29 %** des répondants ne peuvent estimer combien de ventes ont été générées par leur site internet en 2014.

➔ **58,8 %** des répondants qui acceptent les paiements en ligne, permettent l'utilisation de la carte bleue.

Etes-vous présent sur une centrale de réservation ?



Principaux sites internet où sont présents les répondants :

Gîtes de France, Pyrénées.fr, Clévacances, Abritel, Hollidays, Booking, Logis de France





MOBILITE



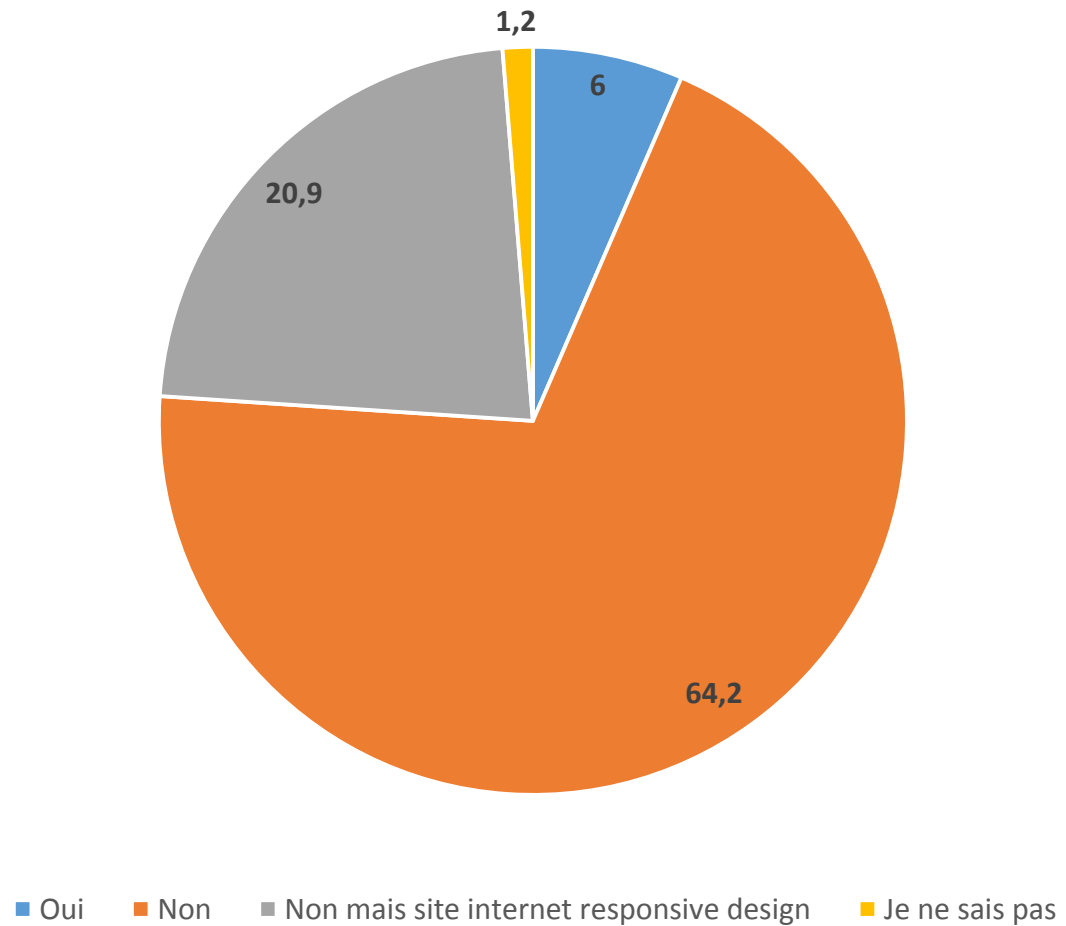
6,3 % des répondants disposent d'une application mobile disponible sur IOS et / ou Android.



76,9 % des répondants n'utilisent pas de QR Codes sur leurs supports de communication.



Disposez-vous d'un site internet mobile destiné aux terminaux mobiles ? (%)





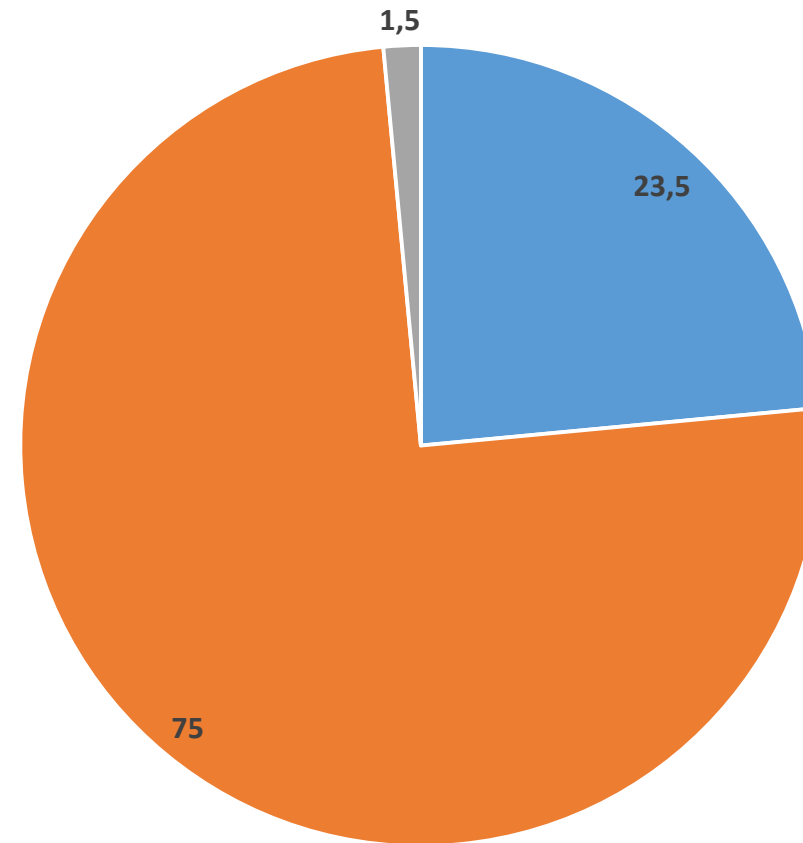
WIFI

- ➔ Seulement **22,1 %** des répondants mettent gratuitement à disposition des clients, un wifi sécurisé et en adéquation avec la législation ;
- ➔ **38,2 %** des répondants partagent leur propre accès à internet avec leurs clients ;
- ➔ **57,1 %** des répondants mettent à disposition des clients un ordinateur.



WEBMARKETING

Réalisez-vous des opérations de webmarketing direct ? (%)



■ Oui ■ Non ■ Je ne sais pas

➔ **64,7 %** des répondants qui réalisent des campagnes de webmarketing le font en interne et principalement par mail.

➔ **52,4 %** des répondants qui réalisent des campagnes de webmarketing le font 1 à 2 fois par an.

➔ **44,4 %** des répondants qui réalisent des campagnes de webmarketing les analysent.

➔ Seulement **21,1 %** des répondants font de la publicité sur internet.



CONSTATS

+ de la moitié des professionnels n'ont pas d'adresse email et ne sont pas présents sur internet

Volonté des professionnels de se former et s'informer sur les évolutions du numérique

Méconnaissance de certains outils : Réseaux sociaux, panel Google

Peu de connaissances et d'implication sur la question des « Avis Clients »

Des sites internet peu mis à jour mais graphiquement fonctionnels



PLAN D' ACTIONS

CÔTE PRESTATAIRES

Objectifs

- ✓ Donner une visibilité uniforme du territoire ;
- ✓ Pallier aux lacunes des professionnels et répondre à leurs interrogations ;
- ✓ Donner confiance en l'outil « internet » et donner des clés d'utilisation pratiques et gratuites ;
- ✓ Faire prendre conscience de la nécessité d'être visible et compétitif sur internet ;
- ✓ Développer un lien privilégié avec les professionnels du tourisme et apporter une plus-value ;
- ✓ Partage d'expérience.



Accompagnements



Site internet professionnel



Veille



E-réputation



PLAN D' ACTIONS

CÔTE PRESTATAIRES



Accompagnements

Principales thématiques :

- 1) Débuter sur les réseaux sociaux - Réunion d'informations ;
- 2) Facebook (débutant & pro) - Atelier ;
- 3) Maîtriser ma e-réputation pour augmenter mon chiffre d'affaire - Atelier ;
- 4) Être présent sur internet : Google My Business - Atelier ;
- 5) Maîtriser mes emails pour conquérir et fidéliser mes clients - Atelier ;
- 6) Gagner du temps avec les outils Google - Atelier ;
- 7) Atelier photos - Atelier ;
- 8) Les tendances web-touristiques et moi - Réunion d'informations ;
- 9) Atelier vidéos - Atelier ;
- 10) La mobilité pour les professionnels du tourisme : Mieux connaître le m-tourisme - Réunion d'informations ;
- 11) Référencer et positionner mon site internet - Réunion d'informations ;
- 12) Créer ou refondre mon site internet : bonnes pratiques et usages - Réunion d'informations ;
- 13) Créer mon site internet avec Jimdo pour 0 € - Atelier ;
- 14) Créer mon blog avec Wordpress pour 0 € - Atelier ;
- 15) Mesurer la fréquentation de mon site internet : Google Analytics - Atelier ;
- 16) Disponibilités affichées et réservation en ligne pour augmenter mon chiffre d'affaire - Atelier ;
- 17) Améliorer mon site internet grâce à une boutique en ligne - Atelier ;
- 18) Référencement payant : Google Adwords - Réunion d'informations .



PLAN D' ACTIONS

CÔTE PRESTATAIRES



Accompagnements

➤ **Jours :**

- 1) Mercredi après-midi ;
- 2) Mardi après-midi ;
- 3) Lundi après-midi.

Mois :

- 1) Janvier ;
- 2) Février ;
- 3) Novembre ;
- 4) Décembre ;
- 5) Mars ;
- 6) Avril.

➤ **Programmation en dehors des vacances scolaires.**

➤ **Ce qu'il reste à déterminer :** Forme, prix, partenariat avec des experts, lieu,...



PLAN D' ACTIONS

CÔTE PRESTATAIRES

Site internet professionnel

- Mis en ligne en **Janvier 2015** ;
- Mise à disposition des professionnels d'**informations pratiques** : Veille sociétale et technologique à disposition ;
- **Echanges personnalisés** grâce à l'identification de contacts au sein des bureaux d'informations touristiques pour des thématiques spécifiques : Numérique, labellisation, classement, communication, événementiel, etc ;
- Mise à disposition de **contenus** : Photos, vidéos, textes, supports d'ateliers numériques, supports papiers produits par les bureaux d'informations touristiques.

canigoconflentpro.jimdo.com





CÔTE PRESTATAIRES

➔ Veille

- Identification de **personnes et sites internet ressources** ;
- Agrégation des éléments sur un outil en ligne gratuit « Pearltrees » et **mise à disposition des informations sur le site internet professionnel, dans la rubrique « Veille »** ;
- Sensibiliser les professionnels du tourisme aux évolutions du secteur et les accompagner dans ces changements ;
- Développer une expertise dans le domaine numérique.





PLAN D' ACTIONS

CÔTE PRESTATAIRES

➔ E-réputation

- Mettre en place **un suivi de l'eréputation des prestataires touristiques** (hébergeurs et restaurateurs) en surveillant les avis clients laissés sur les sites principaux d'avis ;
- **Agréger** automatiquement ce suivi via des outils gratuits comme Netvibes ;
- Créer un **fichier suivi** qui comprend pour chaque prestataire : Nom de la structure, nom du référent, adresse email, téléphone, site(s) d'avis où la structure est présente, nombre d'avis global / positifs / mitigés / négatifs, suivi mensuel ;
- Créer un **tutoriel** expliquant rapidement le contexte des avis clients, l'importance de répondre aux avis négatifs ET positifs, comment répondre à un avis ;
- Envoyer un **récapitulatif mensuel** à chaque prestataire, accompagné du tutoriel, de ses avis clients si il y en a de nouveaux ;
- Organiser un **atelier** par saison numérique sur l'e-réputation.



PLAN D' ACTIONS

EN INTERNE

Objectifs

- ✓ Donner une visibilité uniforme du territoire ;
- ✓ Valoriser le territoire sur internet ;
- ✓ Permettre aux clients d'avoir une information juste lorsqu'ils en ont besoin ;
- ✓ Développer la satisfaction client ;
- ✓ Inciter les clients à consommer le territoire et augmenter leurs dépenses moyennes ;



Site internet amiral



Médias sociaux



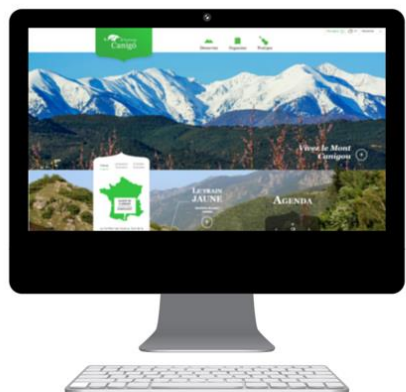
Stratégie numérique globale



PLAN D' ACTIONS

EN INTERNE

➔ Site internet amiral



www.tourisme-canigou.com

- Mis en ligne en **Février 2015** ;
- Traductions en **Anglais et Catalan** à venir ;
- Site **dynamique et ergonomique** qui répond aux pratiques des internautes et sert de **vitrine à la destination Canigou Conflent** ;
- Mise en avant d'une **offre large et exhaustive** avec des **informations pratiques**.



PLAN D' ACTIONS

EN INTERNE

Médias sociaux

Facebook

fb.com/TourismeCanigoConflent

Instagram

@tourisme_canigo_conflent

#Canigou

- Mis en ligne en **Décembre 2015** ;
- **Générer du trafic** vers notre site internet ;
- **Faire connaître** la destination et développer un sentiment d'appartenance auprès des cibles en créant du lien : **Communauté** ;
- Faire des fans / followers des **ambassadeurs** de la destination.

Restez connecté à Tourisme Canigó-Conflent !

Clique sur "J'aime" pour suivre l'actualité du Conflent, destination ensoleillée située au pied du Canigó !
@Tourisme Canigó - Conflent



N'oublie pas de t'abonner à notre compte Instagram pour découvrir les merveilles de ce territoire !
@Tourisme_canigo_conflent



Partagez vos plus beaux moments et vos plus belles expériences avec le hashtag #Canigou



EN INTERNE

➔ Stratégie numérique globale

- Elaborée entre **Octobre 2014 et Mai 2015** ;
- **Stratégie numérique globale = Document qui sert de fil conducteur à la mise en place d'outils et d'actions numériques sur le territoire ;**
- Développée autour du concept d'**Internet de séjour**©
→ Multiplier les points d'accès aux informations chaudes (en temps réel) afin d'accroître la satisfaction client et leurs dépenses moyennes.
- 5 items :
 - Communication
 - Réseaux sociaux
 - Accueil
 - Animation Numérique de Territoire
 - Identité du territoire



NOUS CONTACTER



SUR LE SITE INTERNET

Retrouvez un concentré d'informations sur le Conflent et le Canigou. Vous pourrez découvrir le territoire tout en vous munissant d'informations pratiques pour vivre une expérience unique ! Une rubrique contact est là pour nous envoyer directement vos questions, demandes et remarques.

www.tourisme-Canigou.com

SUR INSTAGRAM

Chaque jour, des amoureux et passionnés du territoire 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 mot-clé **#Canigou**

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



SUR FACEBOOK

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

[Fb.com/TourismeCanigoConflent](https://fb.com/TourismeCanigoConflent)

CONTACTEZ-NOUS

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

tourismeenconflent@gmail.com





DES QUESTIONS ?

MERCI DE VOTRE
ATTENTION