

A woman with long brown hair, wearing a dark brown long-sleeved top and patterned shorts, is sitting on a grassy hill. She is looking up and to the right with her eyes closed, appearing to be in a state of relaxation or contemplation. To her left, a blue tarp is partially visible. In the background, there is a large, calm lake surrounded by rolling green hills under a clear blue sky. The lighting suggests it is either early morning or late afternoon.

Diagnostic numérique du Pays d'Issoire

CONSTATS

Chaque année, les touristes sont de plus en plus nombreux à consulter Internet pour préparer leur séjour, à réserver en ligne, à utiliser leur smartphone avant, pendant et après le séjour.

(baromètre « *les tendances de la consommation touristique et tourisme en ligne* » cabinet Raffour Interactif)

2015 : NOUVELLE STRATEGIE NUMERIQUE DE L'OFFICE DE TOURISME

- Identification de cibles de clientèles et de filières fortes
- Mise en place d'un nouveau site Internet
- Création d'une nouvelle identité visuelle
- Nouvelle stratégie sur les réseaux sociaux (lancement d'instagram, création de vidéos mises en ligne sur youtube, mise en place d'un blog...)

DEUX ENJEUX FORTS POUR L'OFFICE DE TOURISME

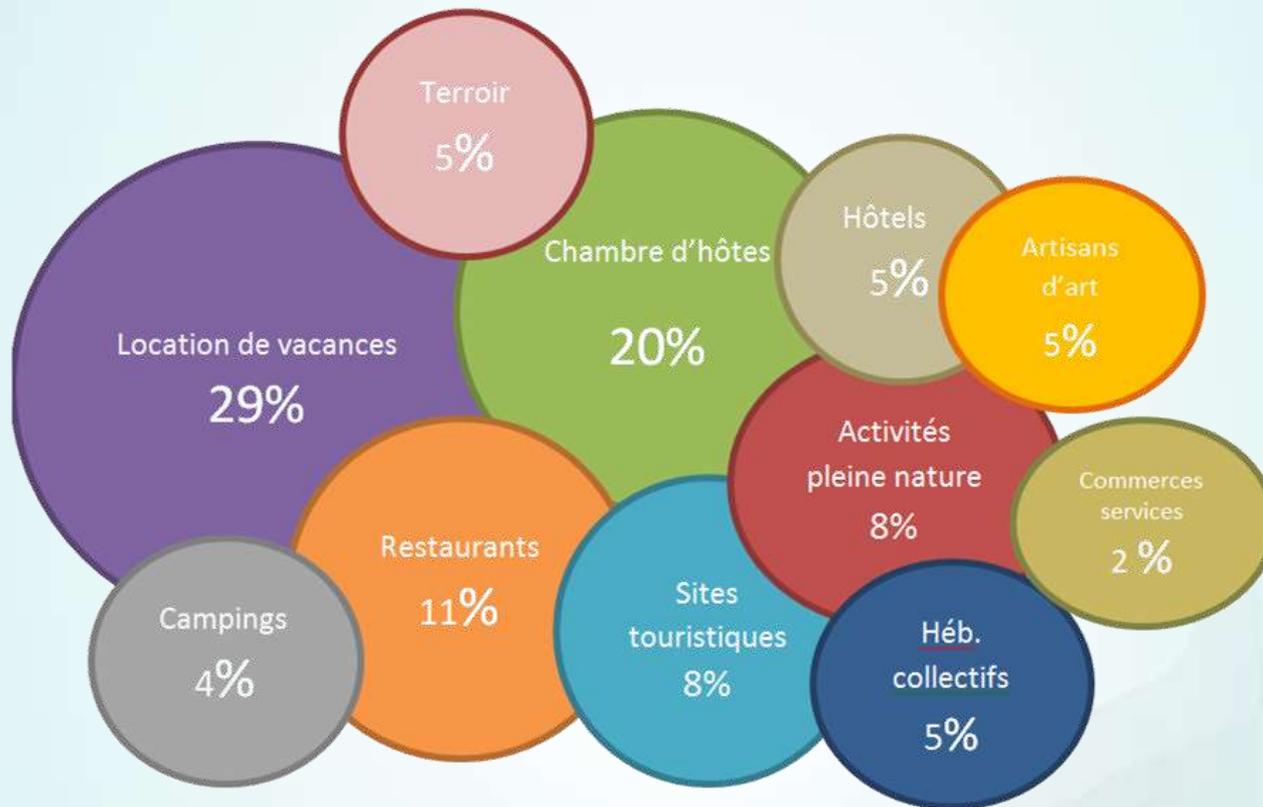
- Accompagner ses prestataires dans la « jungle numérique »
- Nécessité d'avoir une stratégie numérique partagée pour renforcer la notoriété de la destination Pays d'Issoire

Objectifs du diagnostic

- Contribuer à la connaissance de l'offre touristique
- Evaluer les besoins en accompagnement
- Mettre en place des actions concrètes : ateliers, réunions d'échanges, tutoriels...



Méthodologie et résultats



53% de retours (124 questionnaire reçus sur 236 envoyés)

→ Taux de participation élevé en comparaison avec des diagnostics réalisés sur d'autres territoires (autour de 25 à 30% de retour)

Site web des prestataires

69 % des adhérents de l'Office de Tourisme ont un site Internet

LES ADHERENTS SANS SITE WEB

- Essentiellement des propriétaires de meublés (60%) et des producteurs artisans (38%)
- Généralement, ils n'en ressentent pas le besoin car ils sont présents sur d'autres sites

En 2014, c'est 71% des Français partis, soit 23,2 M de voyageurs, qui ont planifié leurs séjours en ligne ([Raffour Interactif](#)).

Aujourd'hui, assurer sa présence sur le web est devenu indispensable, et plutôt plusieurs fois qu'une ! Le site Internet est la vitrine de la structure, les informations que l'on y trouve doivent aller plus loin que ce que l'on trouve sur les sites qui référencent la structure.

Site web des prestataires

LES ADHERENTS AVEC SITE WEB

Quel âge a votre site?



Votre site web a été conçu par :



- Pour l'ensemble des répondants, leur site a en général plus de 3 ans.
- Le site a été conçu en majorité par une agence professionnelle. Cependant, sous différentes formules (pages personnelles, blog, outils gratuits...), on constate que 44% se sont débrouillés par eux-mêmes.
- Les mises à jour sont faites essentiellement par le prestataire (58%). A noter également que 31% n'ont pas du tout la main sur le site.

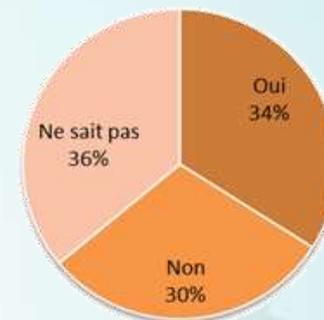
La durée de vie « conseillée » d'un site internet est de 3/4 ans. La mise à jour régulière du site le rend plus attractif et assure un meilleur référencement. Le fait de pouvoir mettre soi-même (au moins en partie) son site à jour est très important, cela permet d'être le plus réactif possible et de ne pas laisser d'informations obsolètes sur son site.

Site web des prestataires

SITE ADAPTE AUX SMARTPHONES ET TABLETTES

Seulement **34%** des répondants pensent avoir un site qui s'adapte aux smartphones et tablettes.

Disposez-vous d'un site adapté à la lecture sur tablettes ou téléphones mobiles?



Très prochainement, smartphones et tablettes vont devenir les outils les plus utilisés pour aller sur internet ! Pour être visible par une part de plus en plus importante de la clientèle, il ne faut pas négliger la version mobile de son site internet.

LANGUES ETRANGERES

32% des sites en anglais, **12%** en 2 ou 3 langues (néerlandais et allemand le plus souvent)

Les clientèles étrangères dépensent 1,5 à 2 fois plus que les français, consomment de l'hébergement marchand et restent plus longtemps.

Pour attirer ces clientèles (actuellement 15% des visiteurs du Pays d'Issoire), il est important de leur proposer a minima des sites web traduits.

En savoir plus : <http://pro.auvergne-tourisme.info/articles/les-clienteles-etrangees-queelles-sont-leurs-atten-590-1.html>

Site web des prestataires

CONTENU DU SITE

Quels sont les éléments présents sur le site?



Les éléments à forte valeur ajoutée pour un site web :

Photos, vidéos ou visites virtuelles....les images valent tous les mots !

Parler des attraits du territoire : influence le choix du client et contribue au référencement

Possibilité de laisser un commentaire : selon un sondage Médiamétrie, 96% des internautes prêtent attention aux avis,

Seulement 38% des prestataires ont un lien vers le site www.sejours-issoire.com qui est le site de la destination Pays d'Issoire. Or, plus il y a de lien vers le site de l'Office de Tourisme, plus notre site sera référencé et plus notre destination sera visible pour le web.

Site web du prestataire

OUTIL D'ANALYSE

32% des répondants n'ont pas d'outil de mesure de fréquentation

→ C'est la première étape pour savoir d'où viennent les internautes de son site et améliorer son référencement

AFFICHAGE DES DISPONIBILITES

Date d'arrivée : 20/08/2015 Durée : 1 nuit RECHERCHER

	Total	Réservation en ligne	Réservation en cours de mise en place
Meublés	70	21	4
Chambres d'Hôtes	30	9	6
Gîte de groupe	8	1	1
Hôtels	20	7	4
Campings	9	3	0
Villages Vacances	2	0	0
	139	41	15

29% des hébergeurs adhérents à l'Office de Tourisme proposent la réservation en ligne et 11% le proposeront prochainement.

En 2013, 44% des français réservent au moins une partie de leur séjour en ligne (source : Raffour Interactif). Ce pourcentage ne cessant d'augmenter, afficher ses disponibilités et proposer la réservation en ligne devient une priorité pour s'adapter aux attentes actuelles des clientèles, très « zappeuses » et très connectées.

Pour cela, la région Auvergne a mis à disposition un outil gratuit : l'Open System, à destination des hébergeurs et des prestataires d'activités.

Pour tout renseignement sur l'Open System : contacter Gwénaëlle DOUARD à l'Office de Tourisme du Pays d'Issoire.

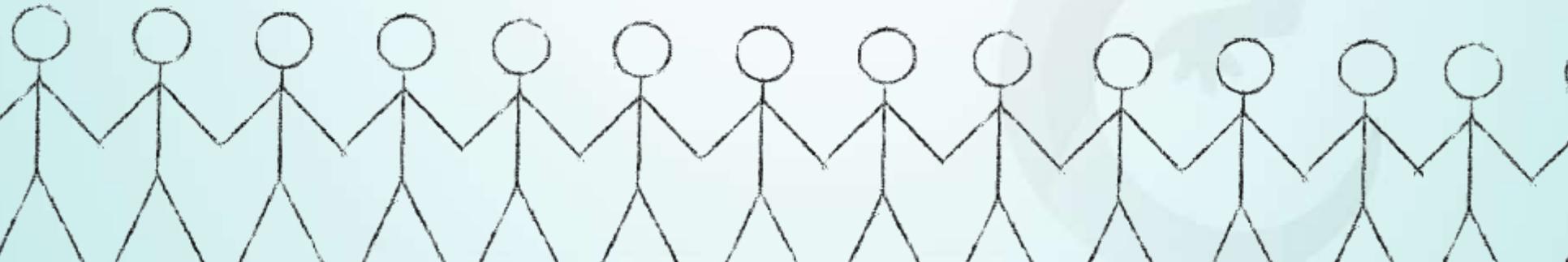
LES LIENS ENTRANTS

C'est un lien présent sur un autre site internet et qui renvoie vers le site du prestataire : **43%** ne savent pas si des liens pointent vers leurs sites web.

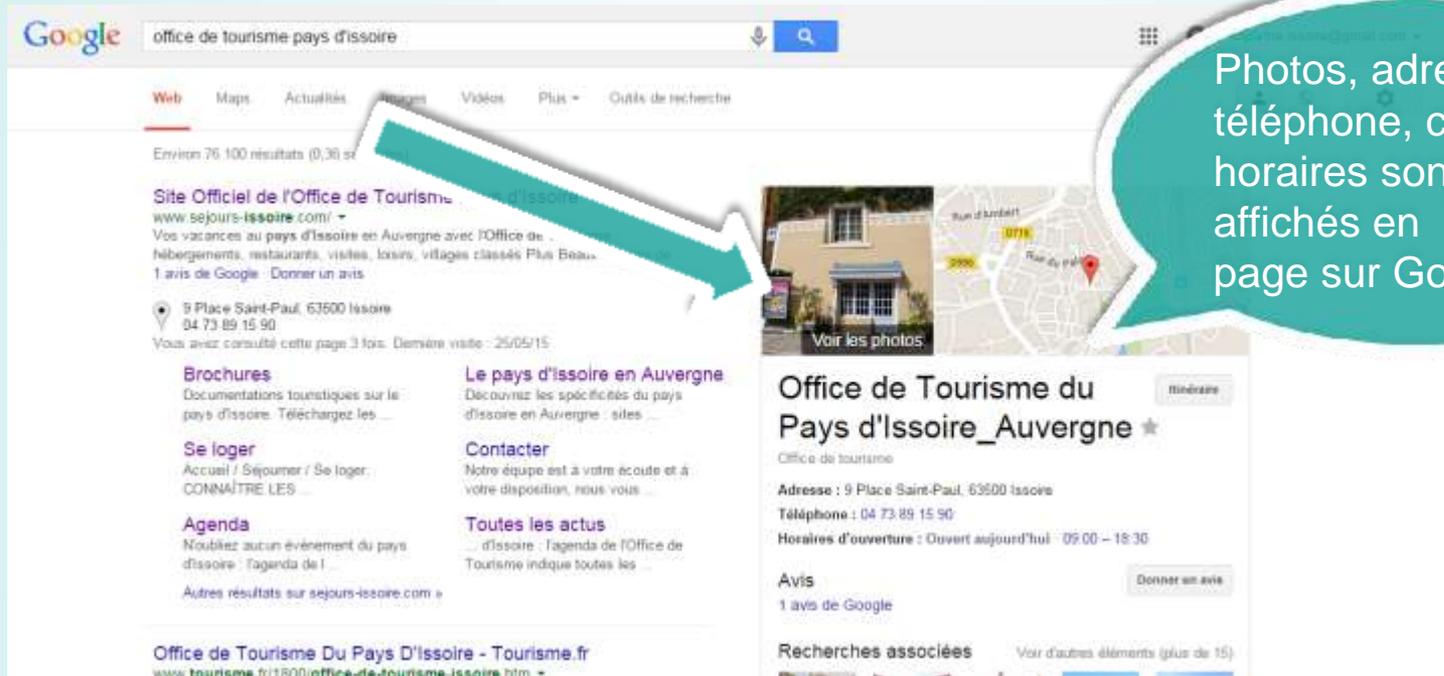
Pourquoi c'est important? Les moteurs de recherche calculent un indice de popularité pour les sites web : les liens entrants sont pris en compte dans cet indice de popularité. Cela influence fortement le positionnement d'une page dans les résultats de recherche.

Calculer votre indice de popularité : www.prchecker.info (3 ou 4 sur 10 est déjà appréciable)

Ce qu'il faut faire : Créez du lien ! Invitez vos partenaires et des structures complémentaires à votre activité à faire des liens vers vous ! Pour favoriser les échanges, il est donc important de retrouver sur votre site internet des liens vers d'autres sites. Pour le moment, seulement 51% des prestataires interrogés affichent des liens vers d'autres sites !



FICHE GOOGLE ADRESSE OU GOOGLE MY BUSINESS



The image shows a Google search result for 'office de tourisme pays d'issoire'. The search bar at the top contains the text 'office de tourisme pays d'issoire'. Below the search bar, there are tabs for 'Web', 'Maps', 'Actualités', 'Images', 'Vidéos', 'Plus', and 'Outils de recherche'. The search results show a listing for 'Office de Tourisme du Pays d'Issoire_Auvergne' with a star rating. The listing includes a map, a photo of the building, and contact information: 'Adresse : 9 Place Saint-Paul, 63600 Issoire', 'Téléphone : 04 73 89 15 90', and 'Horaires d'ouverture : Ouvert aujourd'hui 09:00 - 18:30'. A green arrow points from the search results to the listing. A speech bubble on the right contains the text: 'Photos, adresse, téléphone, carte, horaires sont affichés en haut de page sur Google'.

Seulement **24%** des prestataires ont une fiche Google. Or, 94% des recherches sur Internet se font via Google ! Créer sa fiche ou la revendiquer est donc très important pour améliorer votre référencement.

Pour créer votre fiche ou prendre la main dessus, demander le tutoriel à Gwénaëlle à l'Office de Tourisme.

Les réseaux sociaux

Seul **13%** des prestataires de l'Office nous communiquent leur réseaux sociaux.

Les plus utilisés professionnellement :



28%



25%



12%

Pourquoi les prestataires ne sont-ils pas sur les réseaux sociaux :

- Par manque de connaissance (48%)
- Par crainte d'une atteinte à leur vie privée (43%)
- Parce qu'ils n'en voient pas l'utilité (30%)

→ Beaucoup utilisent les réseaux sociaux pour leur usage personnel mais pas professionnel. Globalement, ce sont des outils assez peu exploités par les prestataires du Pays d'Issoire.

Les réseaux sociaux

Quelques chiffres:

- 79% des internautes sont inscrits sur au moins 1 réseau social. (Harris interactive)
- 63% des internautes français sont inscrits sur Facebook avec 26 millions de membres actifs.
- 32% des internautes ont un compte Google+.
- On compte 4 milliards de vues par jour dans le monde sur Youtube. (Source : AppData – Décembre 2013)



Pourquoi utiliser les réseaux sociaux ?

- Gratuit, ils améliorent votre **référencement** : les contenus publiés sur vos réseaux génèrent du trafic qualifié sur vos sites web.
- Ils servent à **fidéliser** la clientèle et permettent de conserver un lien régulier même quand le client est rentré chez lui : ce dernier apprécie le fait d'avoir des "nouvelles" de son lieu de vacances.
- Le client partage l'info et ses expériences avec ses amis... Les réseaux sociaux deviennent alors des outils de **conquête de nouvelles clientèles**. D'ailleurs 96% des français se disent influencés par les avis de leurs amis sur les réseaux sociaux. (Source : Fevad octobre – novembre 2012)

Les sites d'avis en ligne

33% ne savent pas si des avis sur eux ont été postés en ligne. Dans le cas où les prestataires ont eu des avis en ligne, **57%** n'ont pas répondu.

Les avis en ligne prennent de plus en plus d'ampleur, selon Médiamétrie, 96% des internautes prêtent attention aux avis en ligne.



lintern@ute.com

Quelques conseils :

- Surveiller ce que l'on dit de vous sur Internet pour connaître votre e-reputation
- Répondre en cas de mauvais avis pour se défendre
- Inciter les visiteurs contents à poster des avis

Les e-mails



95% de nos prestataires ont un e-mail et consultent pour la majorité quotidiennement leur boîte

25% ont une boîte personnalisée au nom de leur structure (ex : accueil@chalet-auvergne.fr)

60% n'ont pas de signature automatique à la fin du mail

Facilement paramétrables, une signature automatique permet aux prestataires d'être affiché comme un professionnel, de gagner du temps, d'être bien identifié par le client et de faciliter le contact ultérieur par les différents moyens de communication mis en avant

17% des répondant ont un fichier client et 11% l'ont déclaré à la CNIL

Toutes les études le démontrent, fidéliser sa clientèle coûte 4 à 5 fois moins cher que de prospector de nouveaux clients. Pour cela, il est utile de se constituer un fichier client (par exemple dans un fichier excel) avec un maximum d'informations : email, adresse, centre d'intérêt, dates de séjour... et ensuite de l'animer.

Attention, dès lors qu'on collecte des coordonnées, la déclaration d'un fichier clients à la CNIL est obligatoire. Cette déclaration est gratuite et prend à peine 5 minutes : rendez-vous sur le site www.cnil.fr

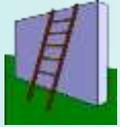
Accès wifi

Parmi les restaurateurs et les hébergeurs, **70%** proposent un accès wifi à leur client et parmi eux, **30%** un accès wifi sécurisé.



Rappelons que la fourniture du wifi est réglementée, et qu'il est très dangereux de laisser sa box "ouverte" pour tous les visiteurs. La loi antiterroriste en vigueur (23 janvier 2006) oblige à conserver pendant un an au minimum les données techniques des communications des utilisateurs du wifi (comme l'adresse IP ou Mac, l'historique des connexions, etc.). Comme il est à peu près impossible de gérer cet historique seul, il vaut mieux passer par un opérateur qui en fournissant le matériel adéquat, va gérer l'historique des connexions, et vous garantira ainsi la légalité de votre installation. N'hésitez pas à demander des conseils à l'Office de Tourisme.

Accompagnement des prestataires



NIVEAU

25% estiment être des débutants et 50% des amateurs. La proportion de débutant et amateur est la plus importante chez les chambres d'hôtes (84%), les locations de vacances (75%) et les restaurants (79%).



DEMANDE EN FORMATION

- Améliorer le référencement de mon site (52% très intéressé et intéressé)
- Utiliser les outils du CRDTA (Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne)(48% très intéressé et intéressé)
- Surveiller et optimiser ma réputation en ligne (45% très intéressé et intéressé)
- Améliorer ma relation client par l'e-mail (43% très intéressé et intéressé)



DISPONIBILITES DES PRESTATAIRES POUR SE FORMER

- Le lundi (73%) ou le mardi (52%)
- En matinée (47,9%)
- Hors période touristique.

Conclusion



- ✓ **Une bonne implication des prestataires** et une volonté de se former, d'en savoir plus
- ✓ **Réactivité** des prestataires via leur mail
- ✓ Des prestataires qui estiment que leurs sites correspondent aux attentes des clients (61%)



- ✓ Des **tendances lourdes** du e-tourisme **pas toujours prises en compte**
- ✓ Des **sites vieillissants** et très **peu adapté à la lecture sur smartphone** et tablette (tendance lourde pour les années à venir)
- ✓ **Des outils** pour être mieux référencés et améliorer sa visibilité **peu utilisés** : fiches Google, réseaux sociaux, échange de liens
- ✓ Une difficulté pour appréhender les **sites d'avis en ligne**
- ✓ Une proportion encore trop importante de prestataires qui n'ont **pas la main sur leur site**
- ✓ Des **aspects législatifs peu connus**: déclaration CNIL, Wifi

Propositions d'actions en 2015-2016

✓ **DES ATELIERS**

- Améliorer le référencement de mon site
- Utiliser les outils du CRDTA (Widget pro, Actiscope, ACT...)

Pour aborder théorie et pratique, ce seront des ateliers de petite taille. Inscription préalable au moment du renouvellement des adhésions.

✓ **UNE RENCONTRE ANNUELLE**

Lors de la nouvelle rencontre annuelle proposée par l'Office de Tourisme, des présentations et des échanges autour des questions numériques seront également proposées.

✓ **DES TUTORIELS**

- Les bonnes pratiques pour améliorer son référencement
- Zoom sur Google My business (référencement de sa structure sur Google)
- Comment intégrer les outils numériques proposés par le CRDTA ?
- Comment faire pour surveiller et optimiser sa réputation en ligne ?

Plus de tutoriels pourront être proposés en fonction des retours des prestataires. Ces tutoriels seront mis à disposition sur l'espace pro du nouveau site Internet de l'Office de Tourisme.

✓ **NEWSLETTERS**

Une newsletter sera envoyée aux prestataires pour les informer des nouvelles tendances, des actions de l'Office de Tourisme, des actualités des partenaires, etc.