

10 actions pour adapter sa communication aux nouvelles attentes des clients

A l'attention des partenaires de l'office de tourisme : prestataires touristiques, hébergeurs, restaurateurs, producteurs...

- ⊕ Quels changements pouvons-nous prévoir côté clients ?
- ⊕ 10 conseils pour adapter votre communication



Pour toute question relative à la crise du Covid 19, contactez l'office de tourisme !

Nos missions s'adaptent en ce contexte :



Andrée

- ⊗ Factures et règlements en cours
- ⊗ Porteurs de projet de meublés et chambres d'hôtes
- ⊗ Accompagnement dans une démarche qualité

administration@tourisme-sens.com



Anne

- ⊗ Dispositifs réglementaires

direction@tourisme-sens.com



Elodie

- ⊗ Outils numériques : site Internet, réseaux sociaux...

communication@tourisme-sens.com



Isabelle

- ⊗ Relance de votre activité avec l'aide des outils de communication de l'office de tourisme : site web, écran d'accueil, insertion publicitaire...

adhesion@tourisme-sens.com



Laura

- ⊗ Aide à la saisie de vos informations dans Décibelles Data
- ⊗ Annulation de spectacles, remboursements
- ⊗ Saisie d'événements dans Décibelles Data

manifestations@tourisme-sens.com



Marie

- ⊗ Activité groupes
- ⊗ Annulation de prestations de loisirs,
- ⊗ Conditions d'annulation, ordonnance du 25 mars

groupe@tourisme-sens.com

De nouvelles attentes clients à prévoir

⊕ « Slow tourisme »

- Un tourisme + local (moins de 3h de voiture)
- Prendre le temps, profiter de chaque instant pour se retrouver
- Recherche de grands espaces, de campagne, d'une nature préservée à portée de main
- Offre de bien-être, contemplatif, du temps pour soi
- Produits locaux, bio, éthiques, pour une consommation plus responsable



De nouvelles attentes clients à prévoir

⊕ Attentes sanitaires

Avant de réserver, le client souhaite s'assurer que les dispositions sanitaires nécessaires sont prises :

- Nettoyage et entretien entre deux clients,
- Application des gestes barrière,
- Gestion des espaces communs,
- Équipement du personnel d'accueil...



Selon les protocoles (téléchargez le [protocole national de déconfinement](#)) et obligations réglementaires.

De nouvelles attentes clients à prévoir

⊕ Flexibilité d'achat

En raison du contexte incertain (risque de nouveau confinement, de tomber malade...), le client peut être prêt à un coût supplémentaire pour :

- Pouvoir annuler son séjour,
- Bénéficier de dates flexibles,
- Privatiser un espace / une prestation.



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°1 : Formalisez vos actions d'hygiène pour rassurer vos prospects et clients

- En attente des précisions gouvernementales : label ? Certification ? Auto-certification ?
- De premières pistes de réflexion existent :
 - <https://travail-emploi.gouv.fr/le-ministere-en-action/coronavirus-covid-19/protéger-les-travailleurs/article/fiches-conseils-guides-pour-les-salaries-et-les-employeurs> : commerces de détail, vente à emporter, gestion des vestiaires...
 - <https://tourisme.vendee-expansion.fr/dossiers-thematiques/covid-19-coronavirus/4138-vendee-tourisme-recense-des-bonnes-pratiques-pour-rassurer-le-client.html> : prestations touristiques (sites d'activité, restauration, espaces communs...)
- Récapitulez toutes vos actions (fréquence de ménage, qualité des produits, protocole de nettoyage entre 2 clients, gestion des files d'attente, gel hydroalcoolique, masques et gants, marquage des distances...) sur un même document que vous pourrez :
 - Intégrer sur votre site Internet
 - Afficher à l'accueil
 - Envoyer par mail / courrier à vos futurs clients et prospects



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°2 : Créez une page informations sanitaires sur votre site Internet

- Votre établissement est-il ouvert / fermé / ouvert sous certaines conditions d'accueil ?
- Quels services maintenez-vous ? Comment avez-vous réorganisé votre activité pour assurer la sécurité sanitaire de vos clients ?
- Quelles mesures de sécurité sanitaires demandez-vous à vos clients ?
- Valorisez les commentaires et les notes reçues sur les sites d'avis en ligne ou votre livre d'or sur la propreté de votre établissement
- Recenser les offres de soins locales : hôpital, clinique, urgences, laboratoires, pharmacies...



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°3 : Proposez des réservations flexibles

- La réservation en ligne et en direct a de fortes chances d'être privilégiée, ainsi que les demandes de dernière minute.
- Politique d'annulation clairement énoncée et souple : Avoirs ? Remboursement ? Assurance annulation en sus ?
- Flexibilité de paiement

=> A formaliser clairement sur votre site Internet et par mail

- Rappel de l'ordonnance du 25 mars 2020 : Vous pouvez proposer à vos clients, en cas d'annulation d'une prestation (hors vente de titre de transport sèche) portant sur la période comprise **entre le 1er mars et le 15 septembre**, un **avoir d'une durée de 18 mois**.



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°4 : Développez votre présence en ligne

- Dans le contexte de crise sanitaire, développement des outils numériques pour faire ses courses, communiquer, travailler... et **s'informer** en amont de son séjour touristique

=> Il est indispensable d'être présent sur le web.

- Pour 0 € :

- Fiche **Google My Business**
- Informations dans la base de données régionale **Décibelles Data**
- Réseaux sociaux : **Facebook** et **Instagram**
- Mettez à jour votre **site Internet** : protocole sanitaire, aménagements entrepris, vente en ligne...



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°5 : Continuez à communiquer sur les réseaux sociaux

- **Rappel** : Les réseaux sociaux sont un média à dimension communautaire et affective. Vos fans se sont rendus dans votre établissement, ont **aimé** l'expérience et souhaitent continuer à partager cette expérience avec vous et leurs proches. Contrairement au site Internet (informations « brutes »), les réseaux sociaux permettent de partager des **émotions, des sensations, des souvenirs...**
- **Sujets** : les nombreuses activités à faire dans le Sénonais, les plaisirs simples de se retrouver en famille ou entre amis, vos nouveautés, les bons moments que l'on peut passer chez vous...
- Utilisez les Émoji pour égayer vos publications
- **Boîte à mots réconfortants** à privilégier: « lâcher-prise », « doux », « chouchouter », « lumière », « rêve », « paysage », « apaiser », « décompression », « respirer », « régénérant »...



Sécurité sanitaire = pour rassurer, mais pas un argument de vente.



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

🕒 Action n°6 : Intégrez de nouveaux visuels à vos supports de communication

L'office de tourisme vous fournit de nouvelles photos et vidéos du territoire pour vos supports de communication :

- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Fiche TripAdvisor
- Mailing clients
- Flyer et cartes de visite



Vous souhaitez d'autres visuels ? Contactez Elodie : communication@tourisme-sens.com



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°7 : Proposez des randonnées proches de votre établissement

Rando = grands espaces, pas de foule, activité avec ses proches uniquement

Intégrez les randonnées réalisées par l'office de tourisme dans Visorando à l'aide d'une marque blanche (quelques lignes de codes sont ajoutées sur votre site Internet, qui affiche ensuite automatiquement les randonnées directement dans votre site Internet tout en respectant votre charte graphique)

Pour obtenir la marque blanche [Visorando](https://www.visorando.com/), contactez
Elodie : communication@tourisme-sens.com



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

🕒 Action n°8 : Recensez les producteurs locaux, artisans et sites touristiques près de chez vous

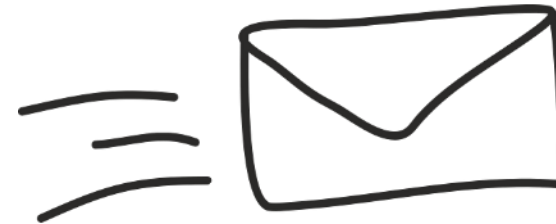
- Produits, coordonnées, contacts... Ils sont nombreux dans le Sénonais ! Vins, escargots, fromages... Des produits bourguignons emblématiques et bien connus du grand public !
- Vous avez déjà des partenariats avec certains d'entre eux : produits de votre table d'hôtes, repas ou petits-déjeuners ? Des boissons locales ? Valorisez-les !



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°9 : Envoyez un mailing à vos anciens clients et clients fidèles

- **Pourquoi vos anciens clients ?** Ils peuvent rechercher pour leurs prochaines vacances / escapade un lieu visité récemment ou qu'ils connaissent bien (ils sont rassurés, connaissent l'offre, ne souhaitent pas réfléchir trop longtemps au programme des vacances / week-end, souhaitent revivre de bons moments)
 - **Rappel :** Utilisez un outil dédié (pour que votre adresse mail ne soit pas considérée comme un spam), quelques exemples d'outils gratuits (version de base) et assez puissants et intuitifs :
 - [Mailjet](#)
 - [Mailchimp](#) (en anglais uniquement)
 - [Sendinblue](#)
- => Créez vos modèles, intégrez votre fichier clients...



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Action n°10 : Proposez de nouvelles prestations

- Offres privatisées, pour une « tribu » : les clients peuvent être prêts à payer plus cher une prestation où ils seront chouchoutés, sûrs d'être uniquement entre eux.
- De nouveaux produits, en dehors de la foule : balade au crépuscule, visite au petit matin avec le petit-déjeuner, ateliers en petits groupes...
- Davantage d'activités en extérieur : ateliers, balades commentées...
- Nouvelles politiques tarifaires, des « packages » pour groupe d'amis, famille élargie...
- Dématérialisez les paiements (CB acceptée pour de petits paiements, billetterie en ligne...) afin d'éviter de manipuler des espèces et de générer des files d'attentes

L'Office de Tourisme peut vous accompagner dans votre réflexion !



Concrètement, comment pouvez-vous y répondre ?

⊕ Et bien sûr, faites-nous connaître votre actualité !

- A travers notre site Internet, nos réseaux sociaux, nos conseils à l'accueil, nous **transmettons** au plus grand nombre vos actions et vos conditions d'ouverture, actualisées au jour le jour !
- Votre fiche **Décibelles Data** est-elle à jour ? Elle vous permet d'actualiser directement vous-même vos informations sur notre site.



Pour toute question, nous
sommes à votre disposition !



Andréa



Anne



Elodie



Isabelle



Laura



Marie