

MARKETING TOURISTIQUE TENDANCES ET ASTUCES



Approche traditionnelle

- Guides et dépliants touristiques
- Promotion à travers des agents de voyage
- Foires et salons touristiques
- Bouche-à-oreille



Approche numérique

Marketing de contenu personnalisé

- Médias sociaux
- Site Web

Marketing automatisé

- Infolettre
- Notification
- Réservation en ligne
- Robot conversationnel

Marketing d'influence

- Influenceur
- Référent (ex.: TripAdvisor, Yelp)



Approche numérique

Personnalisation en temps réel

- Algorithmes; permet de proposer des expériences en temps réels, offres, recommandations, etc.
- Discussion automatisée

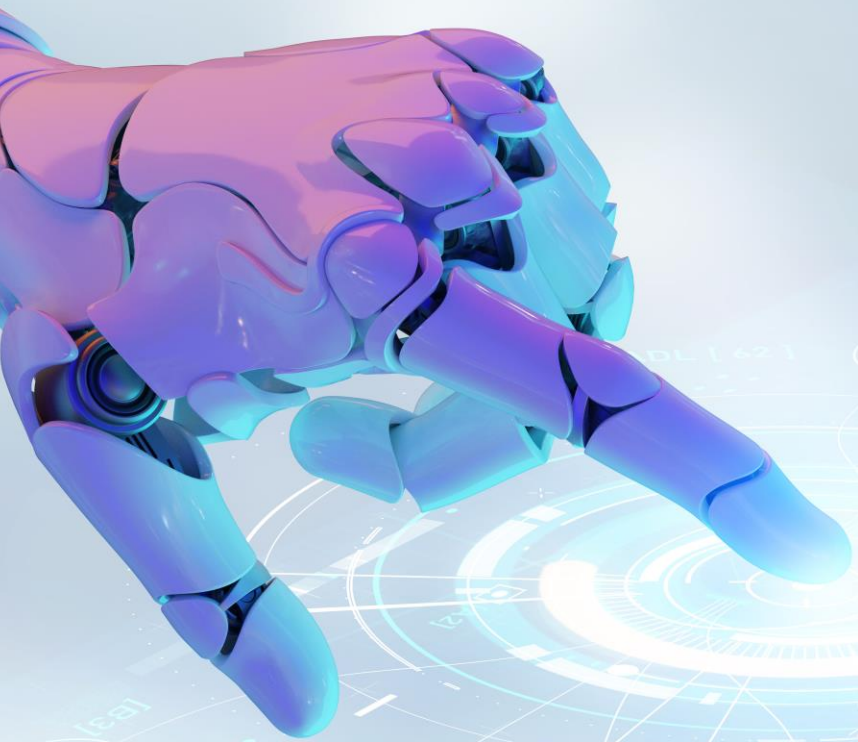
Analytique et *big data*

- Permet de comprendre le comportement des clients et optimiser son marketing



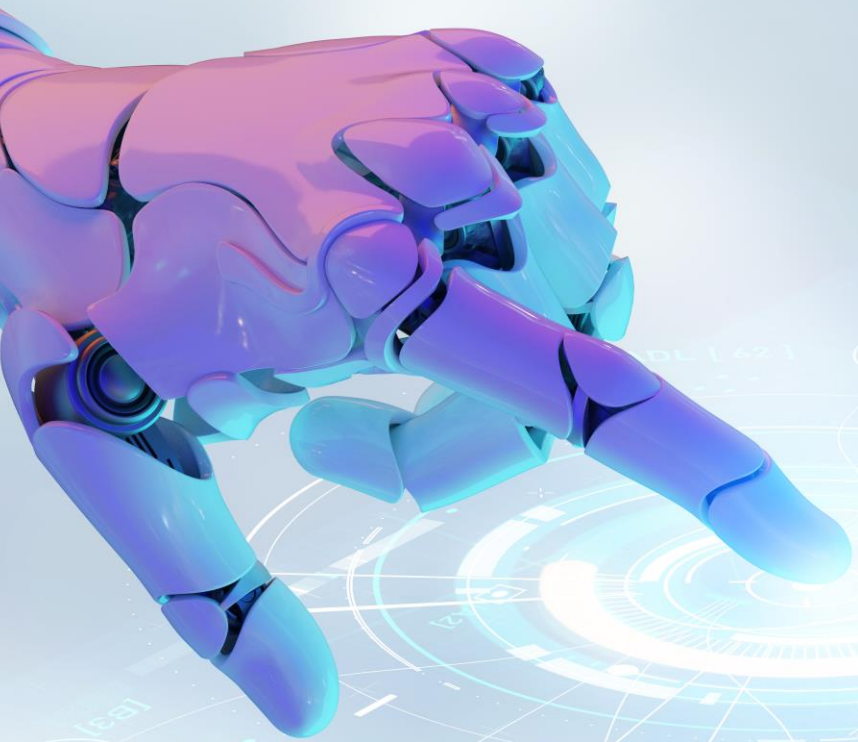
Imaginez...



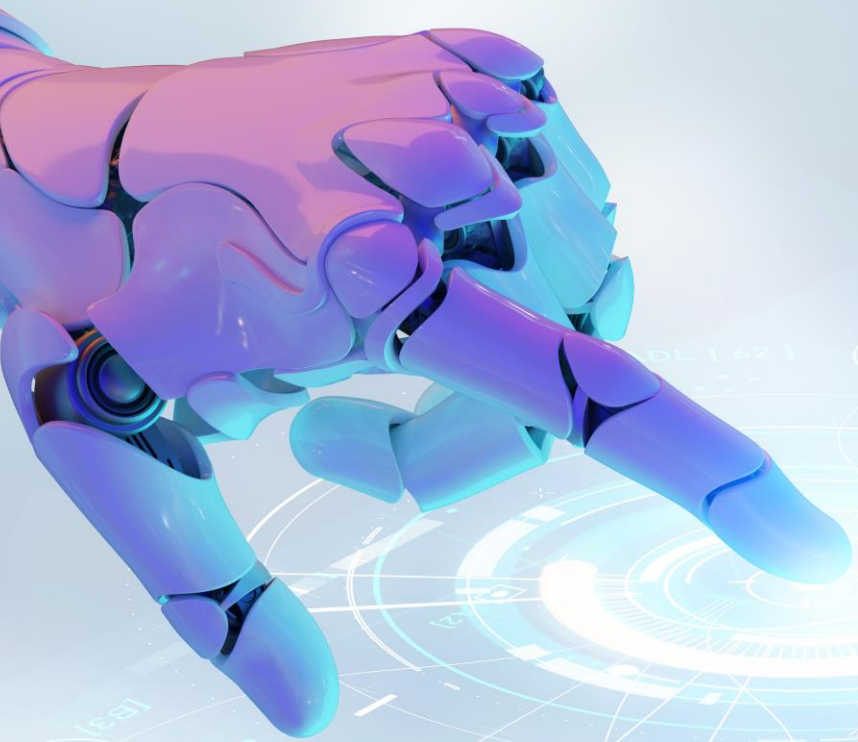


En résumé :

Le numérique en marketing touristique révolutionne la façon dont les destinations et les entreprises interagissent avec les voyageurs, en tirant parti de la technologie pour **offrir des expériences touristiques plus personnalisées et efficaces.**



**On veut des
expériences
personnalisées
et efficaces.**



Personnalisé = Une offre qui s'adapte à vos préférences et besoins individuels, du budget aux goûts personnels.

Efficace = Une expérience de réservation fluide avec un accès rapide à une information complète pour des choix avisés.

2 min 45 s sec.



**Oui mais
Pierre...**



**On fait ça
comment?**

1. Établissez le profil de vos clients

PERSONA

CLIENTÈLE TYPE ET STRATÉGIE

Communication et marketing



Qu'est-ce qu'un persona?

Le persona a pour objectif d'affiner la connaissance de votre clientèle actuelle. Le concept de persona nous permet de nous interroger en amont sur tout ce qui caractérise vos cibles. Une opportunité pour vous de connaître davantage vos résidents, de mieux communiquer avec eux et d'être capable d'anticiper leurs réactions et leurs comportements.

Profil

Nom : _____

Âge : _____

Profession : _____

Scolarisation : _____

Langues : _____

État matrimonial : _____

Localisation : _____

Influences et maturité numérique :

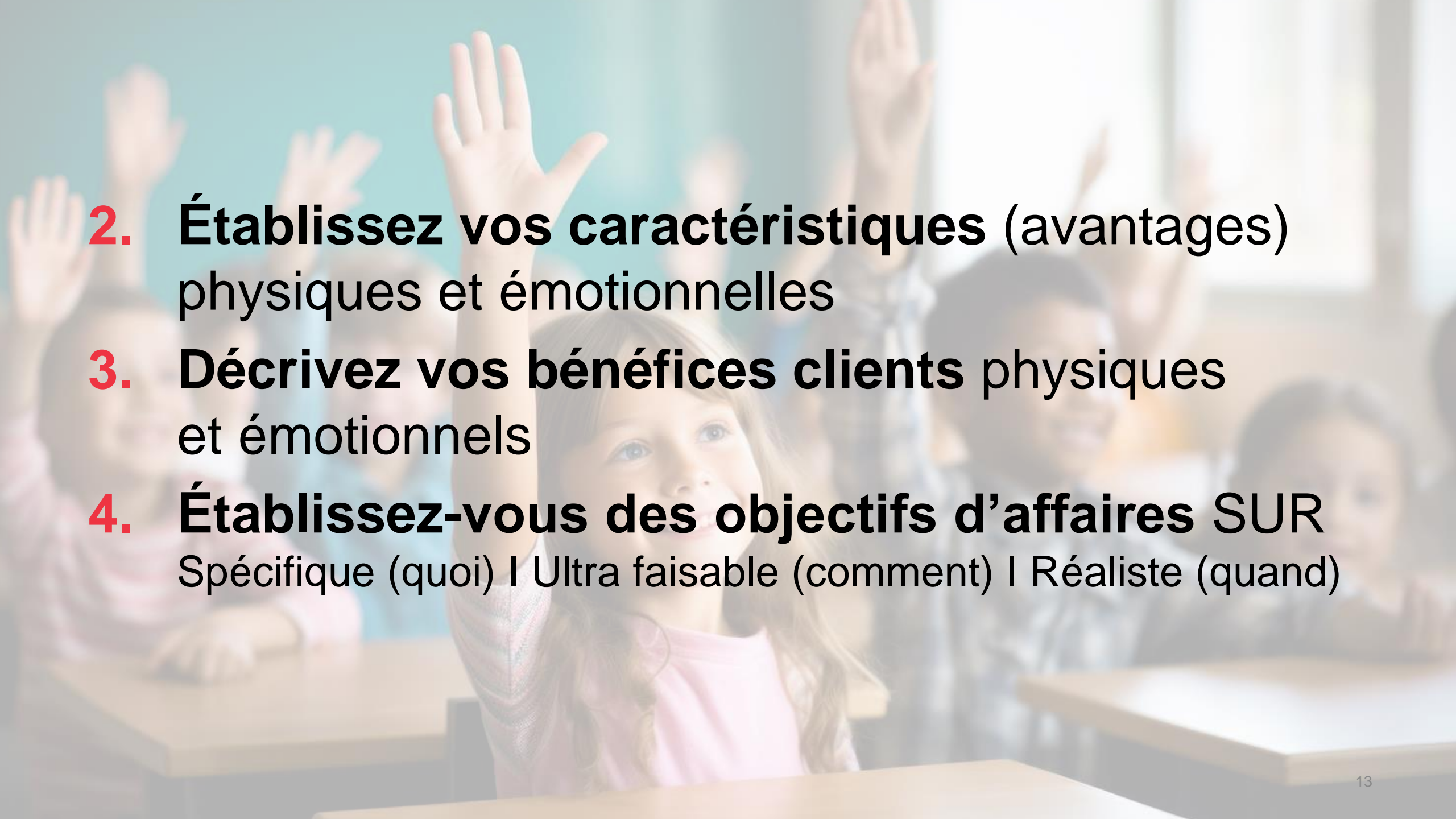
Télévision ○○○○○○○○○○
 Radio ○○○○○○○○○○
 Journaux/hebdos ○○○○○○○○○○
 Affichage ○○○○○○○○○○

Médias sociaux :
 -Facebook ○○○○○○○○○○
 -Youtube ○○○○○○○○○○
 -Instagram ○○○○○○○○○○
 -TikTok ○○○○○○○○○○
 -Snapchat ○○○○○○○○○○
 -Twitter ○○○○○○○○○○
 -Pinterest ○○○○○○○○○○
 -Messenger ○○○○○○○○○○

Site Web ○○○○○○○○○○
 Parents et amis ○○○○○○○○○○
 Experts ○○○○○○○○○○

Maturité numérique :
 -Recherche Google ○○○○○○○○○○
 -Médias sociaux ○○○○○○○○○○
 -Sites spécialisés ○○○○○○○○○○
 -TripAdvisor ○○○○○○○○○○
 -Booking ○○○○○○○○○○

Intérêts, valeurs, attitudes :

- 
- 2. Établissez vos caractéristiques (avantages) physiques et émotionnelles**
 - 3. Décrivez vos bénéfiques clients physiques et émotionnels**
 - 4. Établissez-vous des objectifs d'affaires SUR**
Spécifique (quoi) | Ultra faisable (comment) | Réaliste (quand)

Nous n'avons pas le temps...

- Engagez une ressource externe
- Planifiez d'avance et automatisez vos contenus
- Demander à vos clients de rédiger leurs commentaires, de partager leurs expériences positives sur leurs propres réseaux et en vous «*taguant*»
- Mettez vos fiches à jour (TripAdvisor, Google Map, My Business en basse saison)
- Établissez des partenariats locaux



Ce restaurant était le mieux noté de Montréal sur TripAdvisor, alors qu'il n'existe pas

Un humoriste canadien a créé sur TripAdvisor la page d'un faux restaurant à Montréal. Grâce à ses 85 commentaires et sa note de 5 sur 5, le Nouveau Duluth est devenu le restaurant de Montréal le mieux noté sur la plateforme, alors qu'il n'existe pas.



Je n'ai pas le budget...

- Maximisez vos réseaux sociaux
- Créez-vous un blogue
- Établissez des partenariats locaux
- Utiliser l'infolettre
- Utilisez les plateformes gratuites comme Google My Business
- Encouragez vos clients à partager leurs expériences positives
- Plusieurs formations en ligne gratuites existent
- ChatGPT (IA)

On ne connaît pas ça...

- Embaucher un professionnel, un stagiaire
- Établissez des partenariats
- Suivez des formations (payantes et gratuites)
- Participez à des activités de réseautage
- Regardez ce que fait la concurrence
- Planifier d'avance

Tendances 2024... favorables à la région

L'expérience avant tout!

1. *Bleisure*, la frontière entre business et loisirs s'estompe
2. Nomadisme digital : Le tourisme au service des travailleurs nomades
3. Expérience locale authentique
4. Le voyage écoresponsable
5. Destinations secrètes
6. *Solo travel*
7. Entertainment en direct



Des idées à petits budgets

- Le storytelling
<https://veilletourisme.ca/2013/01/08/3-campagnes-marketing-inspirees-du-storytelling/>
- Établissez des concours pour gagner des séjours
- Établissez des trajets touristiques avec d'autres entreprises touristiques
- Forfaitisation toujours populaire



Des idées à petits budgets

- Tenez un blogue
- Présenter des activités uniques, exclusives et inédites
 - Ex. Dormir avec les loups
 - Une nuit au musée
 - Manger du homard en mer
 - Destination inconnue



L'avenir appartient à ceux qui sauront tirer parti des nouvelles aspirations des voyageurs

- Humaine
- Technologique
- Singulière

