

# Rendre la Cornouaille performante sur les outils numériques ?

# Véronique Larhant-Le Berre

Atelier Crêpes by Véro



# Véronique Larhant Le Berre

## Ateliers Crêpes de Véro

# Echanges

Selon vous, quels sont les **bonnes pratiques numériques** à mettre en place dans un objectif de **mieux vendre vos prestations** ?

[app.klaxoon.com/FKRFTH](https://app.klaxoon.com/FKRFTH)

# Les enjeux de la commercialisation des activités en séjour sur la Destination Quimper Cornouaille

Un projet d'organisation collective ?

# Contexte

**61%** des séjours marchands passés en Cornouaille ont été réservés sur Internet.

*Source : Enquête Reflet 2016*

**80%** des activités sont organisées sur place.  
dont 29% depuis les smartphones et tablettes.

**6%** du budget « vacances » est consacré aux loisirs

☞ Il semble intéressant de faciliter la consommation des activités touristiques avant et pendant le séjour, par de la vente en ligne.

# Des opportunités à saisir

- La Cornouaille est une aire de déambulation et de consommation du visiteur en séjour
- Les points de contact locaux avec les touristes peuvent être nombreux
- Le marché des activités touristiques concerne visiteurs ET habitants
- Peu de prestataires sont équipés d'un outil de vente en ligne pour leur établissement
- Les territoires de Cornouaille ne proposent pas encore la vente en ligne d'activités de loisirs et culturels





# Regard de pro

👉 Aujourd'hui, quelles sont vos pratiques de commercialisation ?

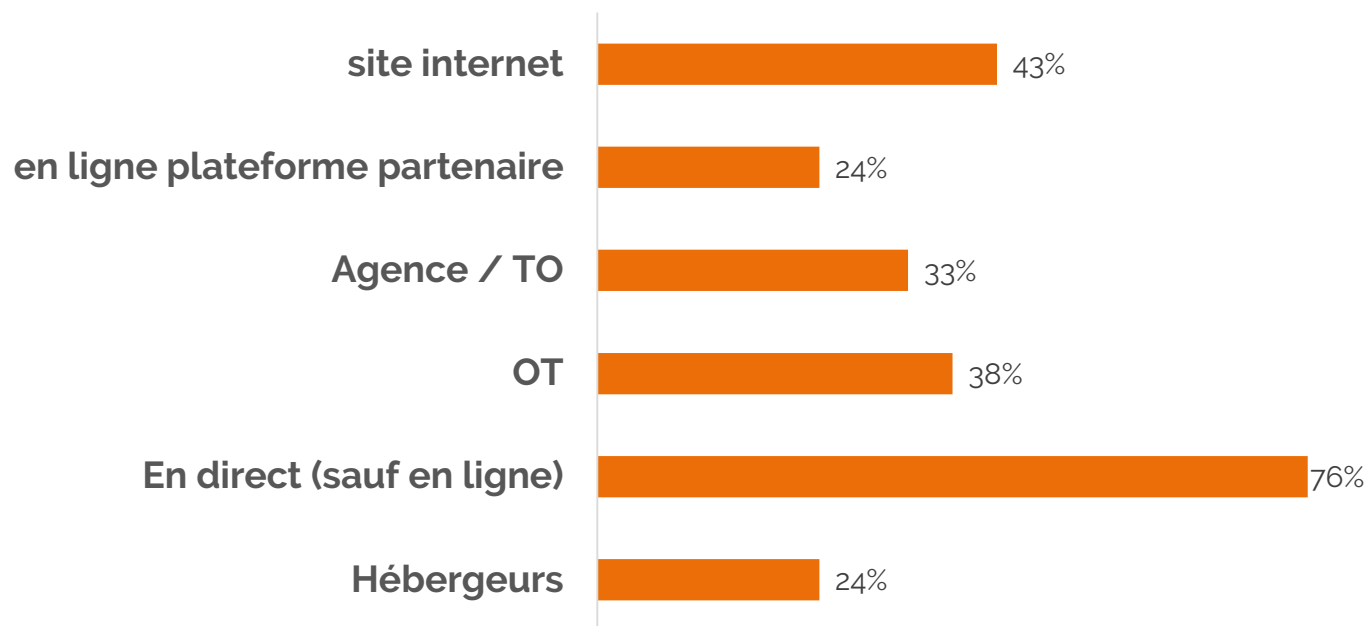
# Synthèse enquête commercialisation des activités

- ➔ Enquête auprès des prestataires d'activités culturelles, de visites, des équipements culturels et de loisirs début novembre 2018
- ➔ 21 répondants sur 150 prestataires

3 musées, 5 balades & excursion (dont croisières), 3 activités nautiques, 5 parcs d'attractions, 1 thalasso, 1 visite guidée, 1 location matériel, 1 expérience culinaire

# La distribution des activités

2 à 30 prestations sont proposées par entreprise

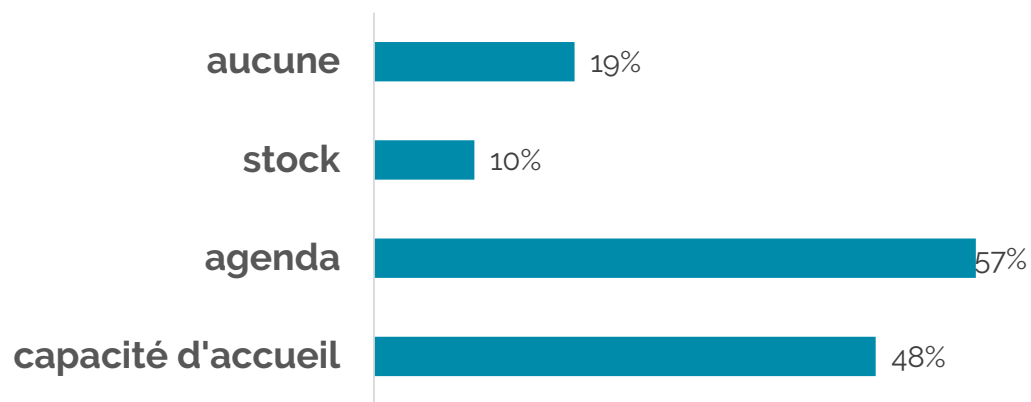


*Wonderbox, Smartbox, Ticketnet, Francebillet, Meyclub, Avel pro, ID Nautic, Skippair, Clickandboat, Mon hébergement insolite, Kazaden, Sport découverte*



# Les contraintes de vente?

Avez-vous des contraintes pour vendre votre prestation ?



# Outils de vente

54  
%

ont un **outil de vente informatisé**  
(logiciel de caisse, billetterie, logiciel pro)  
qui **permet la vente en ligne**

*LSRESA, sportrizer,  
awoo, BookingKit,  
INGENIE*

40  
%

ont une **part de leur  
Chiffre d'Affaire**  
réalisé **en ligne**

**11%** Part moyenne du **CA**  
**réalisé en ligne** (de 3 à  
98%)

**46€** Moyenne des **paniers**  
**moyens** des clients



# Et demain ?

50  
%

Souhaitent étendre leur distribution

5 à  
10%

Le taux de commission souhaité pour un nouvel outil de vente

## *Les fonctionnalités attendues d'un outil de vente en ligne*

La création d'un compte client **La gestion de l'annulation ou du report**

**La gestion de la capacité d'accueil**

**La facturation** Lien avec une caisse physique

**Mail de rappel avant et mail de demande d'avis** La gestion de stock

**Les statistiques** **Le paiement CB/Paypal** La pré-réservation (option)

**Un planning de réservation** La distribution sur plusieurs plateformes

**La confirmation de réservation par mail**



# Tour de table

👉 et vous, quelles sont vos pratiques

## eBreizh Connexion

Projet de mutualisation web pour  
le tourisme breton

Mercredi 19 décembre 2018





***“L’ambition d’eBreizh Connexion est de répondre collectivement aux enjeux posés par les évolutions numériques pour le tourisme breton”***

# Les enjeux d'eBreizh Connexion

- Accompagner le visiteur dans toutes les étapes de son séjour
- Un **dispositif partagé** et déclinable à l'échelle des territoires
- Suivre les évolutions technologiques et **déployer des outils au service des acteurs** du tourisme breton
- Offrir au touriste **une réponse mutualisée** entre acteurs locaux
- **Fédérer les ressources humaines et financières** entre acteurs du tourisme breton
- **Inciter à la consommation** pendant le séjour et **développer la commercialisation** de services touristiques

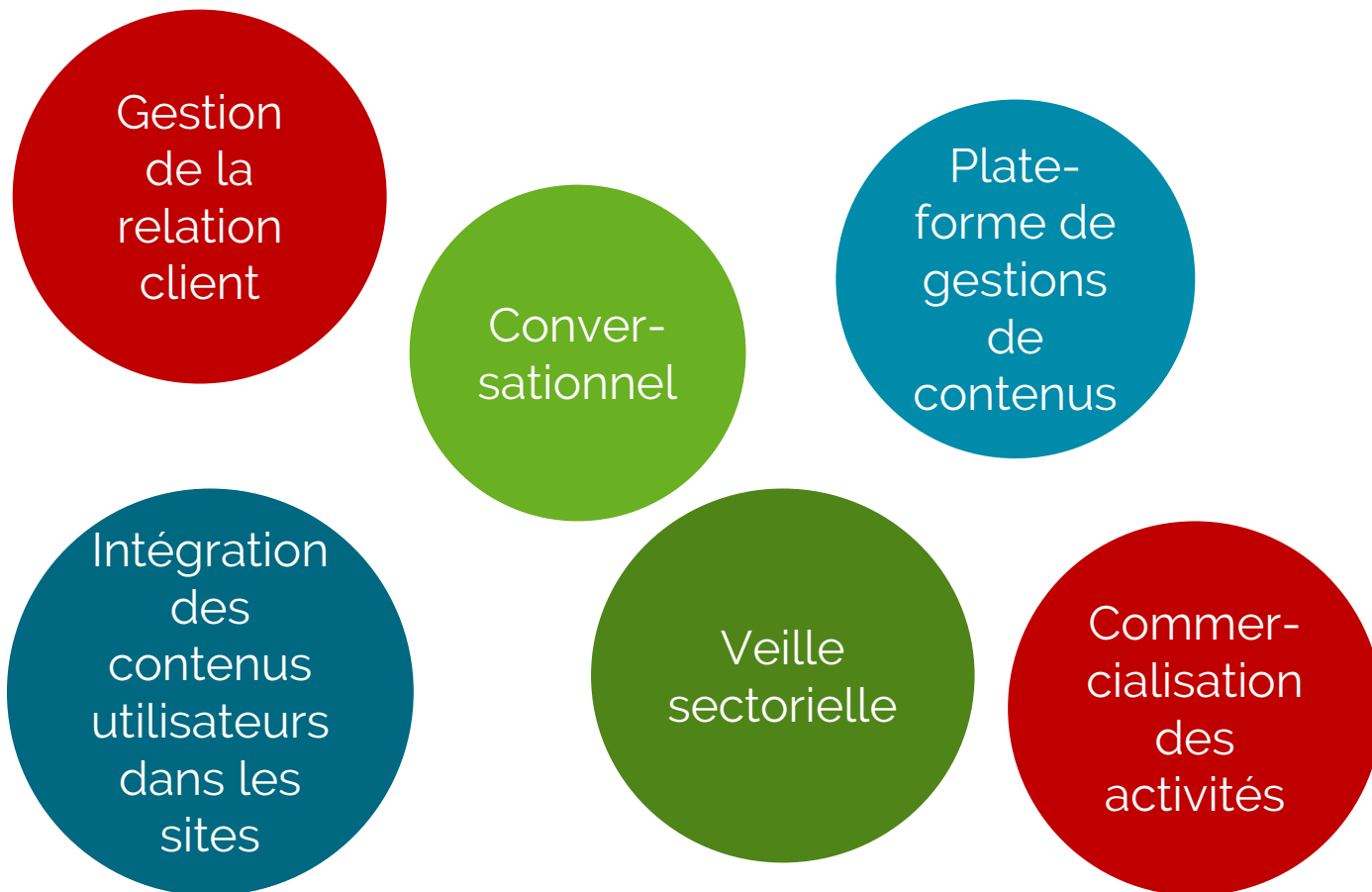
# Calendrier



Validation projet eBC par Comité de Pilotage



# Quelques projets pilotes à l'étude



# Le projet pilote

## COMMERCIALISATION

1. Déployer une **base de données d'offres commercialisables (PIM)** et une **place de marché dédiée aux loisirs en Bretagne**,
2. **Déployer des passerelles avec d'importants réseaux de distribution** de l'offre.

# Bénéfices attendus

**BÉNÉFICES POUR LE VISITEUR**

**BÉNÉFICES POUR LE TERRITOIRE**

**BÉNÉFICES POUR LES PARTENAIRES**