

Rencontres du Tourisme Cornouaillais

Clos de Trévanec, Pont l'Abbé – 19/12/2018

Mini-conférence « Numérique », animée par Mathilde PAILLOT – Quimper Cornouaille Développement

Témoignage :

Véronique LARHANT-LE BERRE, Atelier Crêpes by Véro

Témoignage de Véronique LARHANT-LE BERRE, Atelier Crêpes by Véro (Bénodet)

Le monde évolue tout le temps et le monde numérique encore plus. Le 1^{er} outil que j'ai utilisé a été une page Facebook. J'ai participé à plusieurs ateliers e-tourisme organisé par Mathilde qui m'ont apporté les connaissances nécessaires. Les discussions avec les autres participants étaient également très intéressantes et ont eu pour conséquence immédiate de changer de nom à mon entreprise, qui s'appelait au démarrage « Véro Bretagne ».

La page Facebook est comme une vitrine, qui permet de faire quelques publicités. Elle ne remplace pas un site Internet mais elle sert de relais. J'y mets régulièrement des posts pour inciter à réserver des ateliers sur mon site, à faire une information sur un reportage TV auquel j'ai participé... J'ai actuellement 773 abonnés et environ 80 avis clients, en plus des avis sur Tripadvisor

L'apport de clientèle se fait beaucoup par le site Internet (je pose la question aux clients durant l'atelier) et par bouche à oreille. Concernant les avis, positifs ou négatifs, il faut y répondre.

J'envisage de développer l'utilisation d'Instagram en 2019, mais il est difficile de tout faire dans une petite structure.

Echanges avec la salle

Thierry ACQUITTER, Hôtel du Port (Lesconil)

Facebook a peu d'intérêt pour moi et ma profession à l'heure actuelle. Instagram est en fort développement et correspond beaucoup plus à notre environnement (gastronomie, décoration...). Il ne faut pas hésiter à impliquer ses collaborateurs dans la communication : j'ai une collaboratrice qui prend de temps en temps des photos lors de la mise en place des petits-déjeuners tôt le matin, qui sont très belles et que je mets ensuite en ligne. Instagram est aussi intéressant pour organiser des jeux concours.

Facebook ne permet pas la vente en ligne : un post pour une offre ne fonctionne pas et peut même être un repoussoir. Cela reste efficace pour des offres d'emploi.

J'ai aussi développé des contacts avec des blogueurs locaux, comme Fred de « Souffleur de Breizh », qui ont chacun une sensibilité différente et se complètent les uns les autres. Nous avons des métiers où il est facile de trouver des contreparties (séjour, repas) et tout le monde y trouve son compte. Le retour sur investissement est difficile à quantifier et, en plus, cela ne m'intéresse pas.

Magali NOUGUIER, agence TIKIÔ

Instagram connaît effectivement un fort développement ces dernières années, mais encore faut-il être « instagrammable » : avoir du contenu, être un spot intéressant, avoir des choses à dire ou à montrer. La communication doit être multicanal, il faut multiplier les messages sur différents outils digitaux.

Le site de Véronique est très bon et propose en plus un module de paiement. C'est important de le proposer car cela permet de retenir le client potentiel et de finaliser une réservation.

La qualité des photos est très importante. Même si les smartphones permettent de faire de bonnes prises de vues, il peut être intéressant d'investir dans un appareil photo de bonne qualité. Il faut aussi savoir prendre les photos : on ne s'improvise pas photographe ou vidéaste. Si on ne sait pas faire, la réalisation d'un reportage photos par un professionnel est un investissement très rentable, pour toute sa communication visuelle (site, papier, réseaux sociaux).

Les nouvelles fonctions de réseaux sociaux (Facebook, Instagram) comme les stories sont aussi intéressantes à tester.

Animation avec le public : « les 10 commandements d'une présence numérique réussie »

Le temps restant pour cet atelier n'a pas permis de réaliser la totalité de cette animation, prévue initialement avec l'aide d'une application smartphone (10 questions avec réponse de chaque participant en temps réel). Seules 4 questions ont pu être posées à l'oral avec échanges entre les participants.

Quels sont les supports en ligne où est visible mon équipement ?

Un site Internet reste encore l'endroit où vous pouvez tout faire. Une présence sur les réseaux sociaux est cependant utile, car la répétition des messages est la clé.

Sophie LORAND (Les Déferlantes Numériques) donne des explications sur la création d'une page Tripadvisor de son établissement, qui permet d'être averti d'un commentaire et offre la possibilité d'y répondre.

Quels sont mes outils de gestion de relation client

D'après Magali NOUGUIER (Agence TIKIÔ), fidéliser un client revient 5 à 7 fois moins cher que de l'acquérir, d'où l'importance des campagnes e-mailing. Mais il est nécessaire de bien qualifier ses fichiers clients : les mettre à jour, avoir les informations pertinentes. Le degré d'acceptation des destinataires est aussi très variable et les mails peuvent être directement traités comme des spams.

Il est aussi intéressant de lier son compte Facebook, son site... à Messenger pour établir un contact direct avec le client. Ce sera la tendance des années à venir avec l'abandon progressif des SMS et le développement du « messaging ». Anaïs BIGER (Digital Manager, Les Biscuiteries Réunies) la rejoint en témoignant de l'utilisation de ces outils pour la gestion des réclamations clients.

Où sont déposés les avis sur mon activité ?

Peu de participants à l'atelier indiquant qu'ils demandent systématiquement le dépôt d'un avis à leur clientèle.

Mes clients peuvent-ils réserver et payer en ligne pour un séjour ou une activité dans mon établissement ?

Même constat que précédemment avec peu de professionnels cornouillais proposant la réservation en ligne, dont le paiement de la prestation.

Sophie LORAND (Les Déferlantes Numériques) précise, en effet, que 50 % du chiffre d'affaires du tourisme en France se fait sur Internet, alors que la proportion est beaucoup plus faible en Cornouaille.