



PAS DE CALAIS TOURISME

**Etendre la saison touristique par le développement d'offres de tourisme expérientiel**



**Interreg**   
France ( Channel ) England  
EXPERIENCE





European Union

**Interreg**   
EUROPEAN UNION

France ( Channel  
Manche ) England

**EXPERIENCE**

Fonds européen de développement régional

PAS DE CALAIS TOURISME

## **Niveau 2 OFFRE DE TOURISME EXPERIENTIEL**



**PAS-DE-CALAIS**  
TOURISME

---



**Guy Castagné**  
Consultant et  
formateur en  
tourisme

---

Vous remercie de vous être inscrite ou inscrit à la formation

**Niveau 2 OFFRE DE TOURISME  
EXPERIENTIEL**





# Rappels des enseignements du niveau 1

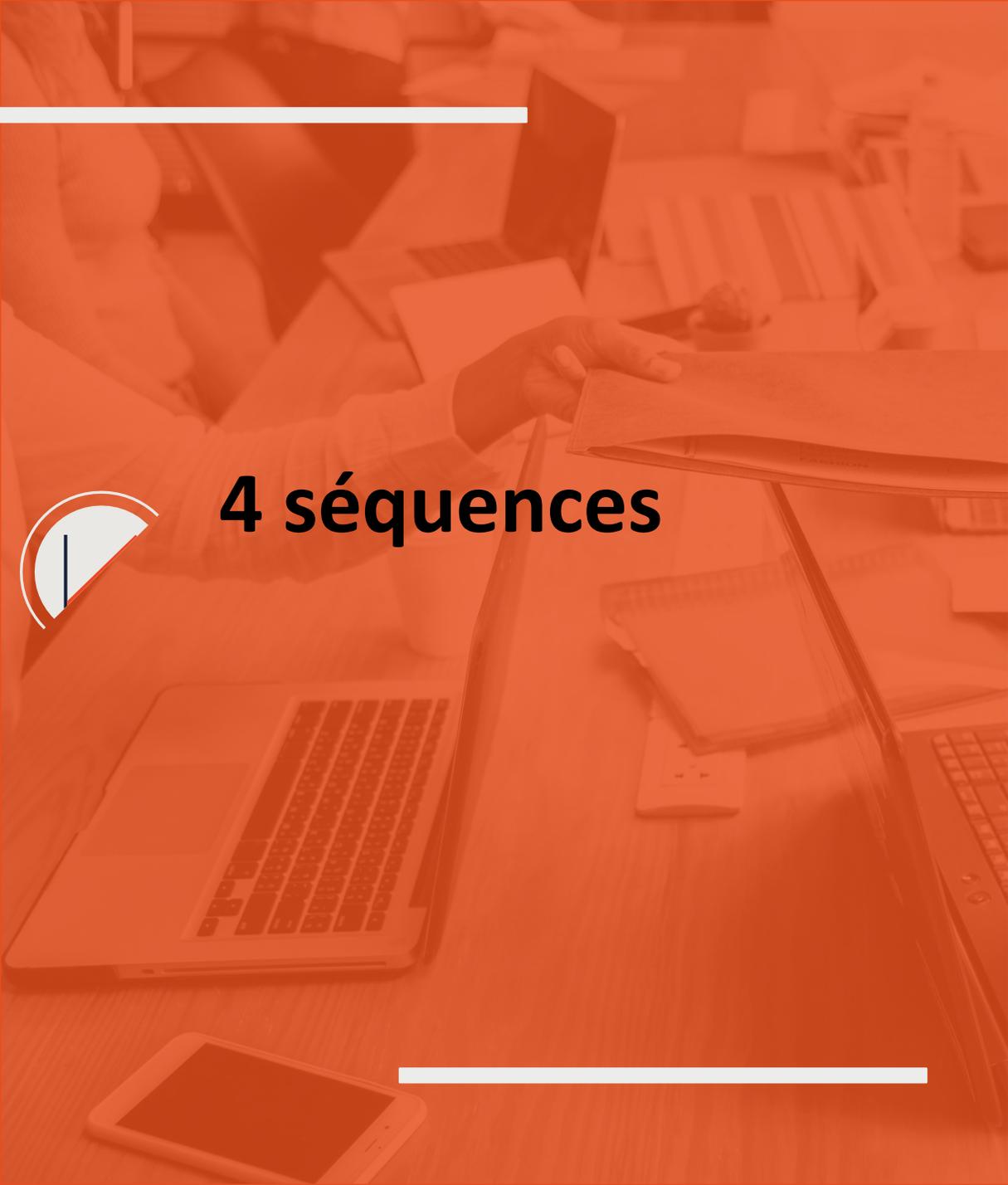
---

Le développement d'une offre expérientielle hors saison est un facteur de succès

**succès marketing** : mieux répondre à la demande qui monte et vous démarquer en termes d'image

**succès de gestion** : du CA et des marges à l'année pour lisser vos frais de gestion

**succès humain** : le bien-être de vos client est aussi le votre, au quotidien

A hand holding a document over a desk with a laptop and tablet.

## 4 séquences

**Monter une offre expérientielle hors saison**

**Les principes à adopter**

**Le mécanisme à suivre**

**Les actions à développer** : nouvelles offres, extension de l'existant, développer les relations clients...

**Capitaliser sur les expériences**

Et...vous projeter sur l'après



---

# **Tourisme expérientiel hors saison : les principes à adopter**

---



## L'expérience client hors saison : une marche vers l'avenir

une offre de produit ou de service innovant, fondée sur **une expérience forte, authentique, immersive et mémorable** est **fondatrice** du **développement du tourisme**

Beaucoup de territoires s'en emparent, ayant compris l'intérêt de **développer des gammes d'offres expérientielles** et /ou d'insister sur la façon d'évoquer les séjours, visites et activités **communiquées sous un format plus raconté**



## L'expérience client hors saison : une marche vers l'avenir



**PAS-DE-CALAIS**  
TOURISME

Pas de Calais Tourisme est **de plus en plus présent sur ce thème**, pour développer les offres, accompagner les prestataires, promouvoir les séjours, avec l'objectif d'accroître le nombre de propositions hors saison sur le département, y compris dans l'intérieur du département.

Dans le double but de **développer l'activité touristique à l'année** et **d'accroître l'emploi lié au tourisme**, trop saisonnier encore.

Cette stratégie d'expérience hors saison repose avant tout sur **le client placé au centre du dispositif**



## Le client au centre du dispositif

**Séduire avant tout le client** dans son profil et ses aspirations, l'offre découlant de ses aspirations

Partir d'un constat inhabituel voulant que « **la demande crée l'offre** » et non l'inverse comme on a coutume de raisonner depuis fort longtemps dans le tourisme

L'objectif vise **une augmentation de l'économie en hors saison** grâce à une stratégie de produits et de services innovants, **nouveaux, ou déclinés à partir de votre offre existante**

L'expérience client peut être travaillée à diverses échelles (services, prestations, communication), pour tous profils d'acteurs touristiques, mais ne **fonctionnera que si elle parle au client**



## Le client au centre du dispositif

### **Vous mettre à la place du client**

**Aborder et analyser son parcours, ses difficultés**  
(signalétique, bagages, orientation, parking...)

**Regarder votre offre à travers son regard**

**Testez vos offres**

Dormez dans chaque chambre, suivez le guide...

**Proposer des services simples pour devancer  
sa demande et le surprendre :**

Verre d'eau, serviette rafraichissante

**Ou plus élaborés**

Exemple de la chambre d'hôte 4 épis sur les chemins de St  
Jacques



# L'immersion, un moyen concluant

**Vivre au cœur d'un territoire comme un habitant** : partager ses habitudes

## Quelles conditions d'immersion ?

**Authentique** couleur locale

**Etonnante** découvertes inédites, ambiances partagées  
découverte des femmes /hommes et de leurs métiers

**Participative** avoir joué, cueilli des plantes, conduit  
une 2CV d'époque, résolu une énigme, réalisé une recette  
.... / ....

**Prospective** tourné vers l'avenir, nouvelles techniques  
mais aussi immersion « à vivre à l'avance » : vidéos  
médias sociaux...



## Le hors saison, un potentiel à développer



shutterstock.com · 256877896

**Des contenus à valeur ajoutée :**

**Pour le client :** expérience à vivre

**Pour vous :** forte contribution

**Hors saison :** plus de dépenses en moyenne. **Vous libérer de la contrainte de proposer un prix trop bas hors saison**

**Expérience + hors saison : le cocktail gagnant gagnant**



---

**Tourisme  
expérientiel  
hors saison : le  
mécanisme à  
suivre**

---

---

## Les ingrédients de la recette



### Quels ingrédients :

Pour mettre le client au centre de votre offre ou de votre service ?

Pour insérer une vraie valeur ajoutée à votre produit, vos services actuels ?

### Se mettre dans la peau d'un client :

Que veut dire vivre une expérience touristique ?

## Les ingrédients de la recette



## Que veut dire vivre une expérience touristique ?

- ✓ le « quelque chose » qui **vaut la peine d'être raconté** à son retour ?
- ✓ la **différence** qui fait que l'on choisit ce produit, ce lieu plutôt qu'un autre ?
- ✓ **l'étonnement**, la surprise en arrivant sur le lieu ? l'effet waouh ?
- ✓ la petite **attention** ?
- ✓ un produit **ultra personnalisé** ?
- ✓ la prise en charge et **l'anticipation** des moindres besoins et désirs ?
- ✓ **ce que le client vit** et non pas ce qu'il consomme...



## **Vous orienter clients avec les 5 R R comme Rupture**

*un hébergement  
vraiment insolite, une  
nuitée dans un tonneau,  
dans un bateau  
traditionnel renversé  
comme sur la plage  
d'Equihen (quilles)*

### **Rompre avec le quotidien**

**Une offre qui « détonne », en faisant vivre de l'inhabituel : un contenu pas banal, et le faire vivre dès l'intitulé et sur les réseaux sociaux**

*Un diner spectacle  
surprenant où les acteurs  
sont installés à table  
comme vous et se mettent  
soudainement à jouer la  
pièce à vos côtés*

*Une descente des  
pistes de ski en  
dameuse*

## Vous orienter clients avec les 5 R

### R comme Ressourcement

*une sortie encadrée de  
paddle au pied des  
fameuses falaises  
d'Etretat, écologique et  
permettant de côtoyer de  
très près les falaises –  
sentiment de privilège*

*restaurant proposant la  
cueillette des plantes  
sauvages et leur  
préparation avant de  
vous les servir à table*

*Une offre  
palefrenier d'un  
jour pour une jeune  
fille passionnée de  
cheval*

**Vivre des moments immersifs, participatifs,  
des moments de respiration et de bien-être**

**Convoquer les 5 sens**

**Faciliter le parcours client (attention aux  
ruptures)**

**Le rendre acteur et non spectateur**

**Jouer avec le temps, allonger le temps**

# Vous orienter clients avec les 5 R

## R comme Reconnection

*Sortie « vigneron d'un jour » avec repas vigneron, participation aux vendanges et envoi d'une bouteille personnalisée (étiquette à votre nom)*

*un magasin de couteaux traditionnels qui vous montre la façon de travailler et vous propose un exemplaire unique gravé avec votre prénom*

*Participer sur un green réputé de golf à une partie, encadré par un champion d'Europe de la discipline*

*Prendre le thé au château en compagnie d'une vraie Comtesse*

**Provoquer l'art de la rencontre, la pratique d'un savoir faire, les liens avec la mémoire, une philosophie de vie, une expérience avec du sens, à valeur ajoutée...**

**Se réaliser par l'activité rêvée**

**Mettre en valeur l'estime de soi du client**

**Trouver un nouveau sens aux choses**

**Côtoyer une personnalité**



---

# **Tourisme expérientiel hors saison : les actions à développer**

---



---

## 3 types d'actions à votre portée

- **Transformer votre offre** pour passer d'une offre classique vers une offre expérientielle
  - **Etendre votre offre** en mettant votre client au centre de la réflexion
  - **Fidéliser vos clients** grâce à la dynamique expérientielle
-



**Transformer votre offre**  
pour passer d'une offre  
classique vers une offre  
expérientielle

Si l'offre elle-même est peu modifiable (question de coût, de contraintes techniques) - sans garantie de faire vivre une véritable expérience différente à vos clients, il vaut mieux **appliquer des méthodes simples et abordables**

**Pensez aux services que vous pouvez proposer en plus**

**Option location de vélo électrique + roadbook + verre convivial au retour**

**Prêt de jumelles pour une sortie en campagne**

**Faire participer à la recette du plat (table d'hôte)**



**Transformer votre offre**  
pour passer d'une offre  
classique vers une offre  
expérientielle

Vous servir de vos **ressources potentielles** : compétences inexploitées, ancien savoir-faire un peu mis de côté. L'occasion de réactiver de vieux réflexes et de **proposer une animation ponctuelle**, un court atelier loisirs créatifs ou jardinage, une conférence, une soirée à thème, un évènement blind test...

**En créant des liens avec votre client**, vous pouvez aussi, sous réserve de conditions de sécurité, lui proposer de faire une visite des **coulisses de votre exploitation**, lui faire découvrir comment fonctionne votre système de réservation ou plus simplement de lui dévoiler les **arcanes de votre métier**.

un propriétaire de chambre d'hôte dans une péniche amarrée à quai n'aura de cesse, autour d'un verre d'accueil, de faire vivre à ses hôtes, son ancienne vie de marinier



**Transformer votre offre**  
pour passer d'une offre  
classique vers une offre  
expérientielle

**Moyennant des aménagements plus conséquents**, un sentier quelconque peut devenir un véritable « **sentier pieds nus** » pour faire vivre et revivre des émotions enfantines, les pieds dans l'herbe ou sur les copeaux, le sourire aux lèvres.

Dernier point, encore plus simple, idéal en hors saison : **surclasser votre client** en confort supérieur d'hébergement. Cela ne vous coûte guère et l'expérience, vécue par surprise, sera particulièrement forte pour votre client.

Une soirée inopinée commentée sur les étoiles avec une lampe torche, un service à table déguisé en habit de cérémonie de ~~l'empire~~ une dégustation à l'aveugle, une invitation à brasser votre bière seront des moments précieux pour votre client, sans que cela ne prenne trop de votre temps.

**Etendre votre offre**  
expérientielle en mettant  
le client au centre de la  
réflexion



Workbook

**L'atelier du Design Thinking**

Si l'expérience existe déjà, autant la décliner, lui trouver des variantes, accroître son intensité

**Comment gagner en intensité ?**

Vous mettre à la place du client et vous immerger dans son profil, ses attentes inassouvies, ses souhaits ou envies

Qu'est ce qui est le plus important pour lui ?

Y réfléchir en équipe, en appliquant la méthode ludique du « **design thinking** » pour déboucher sur des **pistes étonnantes** et parfois des **solutions innovantes**

## Par la méthode du design thinking

**Etendre votre offre  
expérientielle en mettant  
le client au centre de la  
réflexion**



### **Créer des pistes de réflexion avec le Design Thinking.**

Le design change le monde. Donner la priorité aux utilisateurs et aux expériences est la clé pour libérer le potentiel de toute idée, produit ou entreprise.

Mais vous n'avez pas besoin d'être un designer pour appliquer les principes du Design Thinking à votre manière de travailler avec votre équipe.

Cet atelier pratique vous donnera, à vous ou à votre équipe, un processus simple, inclusif et réutilisable utilisant les principes de base du Design Thinking. Cela vous mènera de la



*la propriétaire de plusieurs gîtes a mis en place un parcours découverte pédestre pour ses clients, au départ de son hébergement. Il permet de découvrir le petit patrimoine environnant de façon ludique, dont une énigme à trouver, au travers d'indices dispersés dans les gîtes ou dans les parties communes. Les clients sont invités par la suite à partager le résultat de l'énigme, de façon conviviale, autour d'un « pot de fin de séjour » participatif*



---

**Tourisme  
expérientiel  
hors saison :  
atelier de  
montage**

---

---



## Comment fidéliser vos clients par la dynamique expérientielle ?

**Faire vivre au client son expérience client avant sa venue**

Photos, vidéos, réseaux sociaux...

*un gérant de camping qui adresse à ses clients, chaque semaine précédant leur arrivée, à partir d'un compte facebook, une courte vidéo mettant en valeur les avantages de sa destination (une série ludique – loisirs en famille dans et en dehors du camping, une série patrimoniale axée sur les sites vivants et les chasses au trésor, une série sur les sites naturels environnants). Ainsi le client se forge déjà, avant son séjour, une belle idée de sa future expérience*

---

---

## Comment fidéliser vos clients par la dynamique expérientielle ?



**Faire vivre au client son expérience client après l'activité**

Renforcer l'expérience

La partager beaucoup plus

L'immortaliser (valise à souvenirs)

le moniteur de parapente biplace, qui vous propose une caméra go-pro moyennant un petit supplément, afin d'immortaliser votre vol après le séjour, par un montage vidéo en live.

---

## Comment fidéliser vos clients par la dynamique expérientielle ?



Compléter l'expérience en conjuguant des offres entre elles pour mobiliser le client

Travailler avec un partenaire et enrichir votre offre

Proposer des **mix** (VTT+dégustation, trail épicurien, expo+restaurant, atelier tissu+animation nature, apprendre à faire un cocktail à base de plantes de la forêt + accrobranche, hébergement+spectacle...)

Proposer des **ventes croisées** : un abonnement 10 entrées au club de sport donne droit à 1 entrée au skate parc ou 1 initiation au longcôte (et vice versa)



---

**Tourisme  
expérientiel  
hors saison :  
capitaliser sur  
les expériences**

---

---

## Comment mettre en scène vos offres ?



### Capitaliser sur vos expériences

Car elles le méritent bien !

Montrer que l'expérience vit au-delà de l'activité réalisée, du séjour effectué, de la visite...

### Communiquer vers votre client après :

SMS de remerciements

Récupérer un témoignage

Envoi d'une photo client « en situation » immersive

---

## Comment mettre en scène vos offres ?



### **Capitaliser sur vos expériences**

Car elles feront votre contenu de marketing gratuit...

### **Communiquer vers vos clients potentiels :**

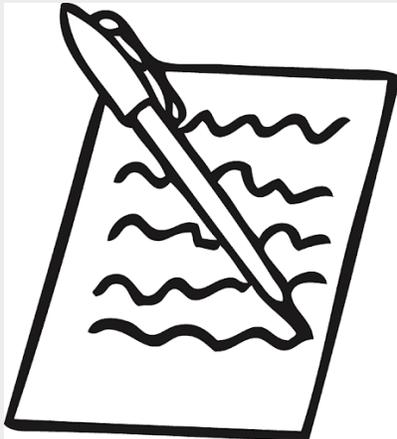
Donner envie de vivre ou revivre des expériences en façonnant la demande

Réseaux sociaux

Photos HD, Instagram...

Votre site web en page d'accueil

## Comment mettre en scène vos offres ?



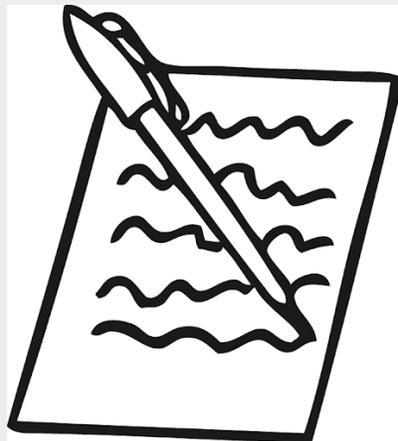
### **Capitaliser sur vos expériences**

Donner envie en racontant des histoires, mettre en scène votre offre, décrire le client en situation pour gagner en qualité d'expérience perçue et déclencher des réservations.

### **Utiliser les techniques de story telling**

Conter tout simplement votre aventure et celle que vivra votre client...

## Comment mettre en scène vos offres ?



Si vous ne vous sentez pas de l'écrire, demandez le à votre meilleur client ou puisez dans les sites d'avis ou dans votre livre d'or

## Lancez-vous dans le story telling

Ton direct, mais non familier

C'est écrit au nom du client « je »

C'est écrit de façon spontanée

Conjugué au temps présent

Basé sur un témoignage vécu, ou extrait d'un avis client « au mot pour mot »

Avec des termes positifs

Et de belles illustrations

en couleur...

**Exemple du canyoning au Canigo**

## Comment mettre en scène vos offres ?



## Vous préférez l'image ?

Dans ce cas, à votre appareil photo ou lancez un concours clients Instagram

Mais pensez bien à illustrer le hors saison couleurs d'automne, fleurs de saison, givre sur les branches...

Une image vaut mieux que 10 000 mots (proverbe chinois)

---

**Comment mettre en scène  
vos offres ?**



**Vous préférez l'image ?**



Une image vaut  
mieux que 10 000  
mots (proverbe  
chinois)



---

**Tourisme  
expérientiel  
hors saison :**  
**Vous projeter  
sur l'après**

---



**Complément à votre  
formation  
niveau 2 Offre  
Expérientielle**

## Vidéo pense-bête pour

Vous remémorer les éléments clé du **mécanisme de montage d'une offre expérientielle** **en ligne sur le site pro !**

Vous aider à poursuivre sur votre lancée ces prochains mois :

- élaborer de nouvelles offres
- développer votre activité hors saison
- capter et fidéliser de nouveaux clients



## A partir de maintenant

A la suite de la formation, vous avez peut-être déjà avancé sur votre fiche projet. Si elle est prête à l'emploi, **testez -là dès que possible en grandeur nature**

Sinon, ces quelques éléments résumés vous auront certainement **donné goût à vous lancer**

En complément, **je reste à votre écoute** pour prévoir un **RDV de suivi au téléphone, ou en visio**, afin de vous aider, à distance, à **faciliter la mise en œuvre de votre projet** pour cette année, en hors saison, ou pour l'année suivante



# Fiches post niveau 2 Offre Expérientielle

---

Quizz

Evaluation 72 h

RDV de coaching

---



## Dans tous les cas



L'expérience clients en hors saison, c'est une belle étape que je vous invite à franchir et à vivre

Je vous souhaite plein de succès avec l'expérience client hors saison





European Union

**Interreg**   
EUROPEAN UNION

France ( Channel  
Manche ) England

**EXPERIENCE**

Fonds européen de développement régional

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !



**PAS-DE-CALAIS**  
TOURISME



PAS DE CALAIS TOURISME

**Etendre la saison touristique par le développement d'offres de tourisme expérientiel**

