



PAS DE CALAIS TOURISME

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





European Union

Interreg 
EUROPEAN UNION

France (Channel
Manche) England

EXPERIENCE

Fonds européen de développement régional

PAS DE CALAIS TOURISME

**Niveau 1 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 1 OFFRE DE
TOURISME EXPERIENTIEL**



Emargements

Vous fais signer votre présence





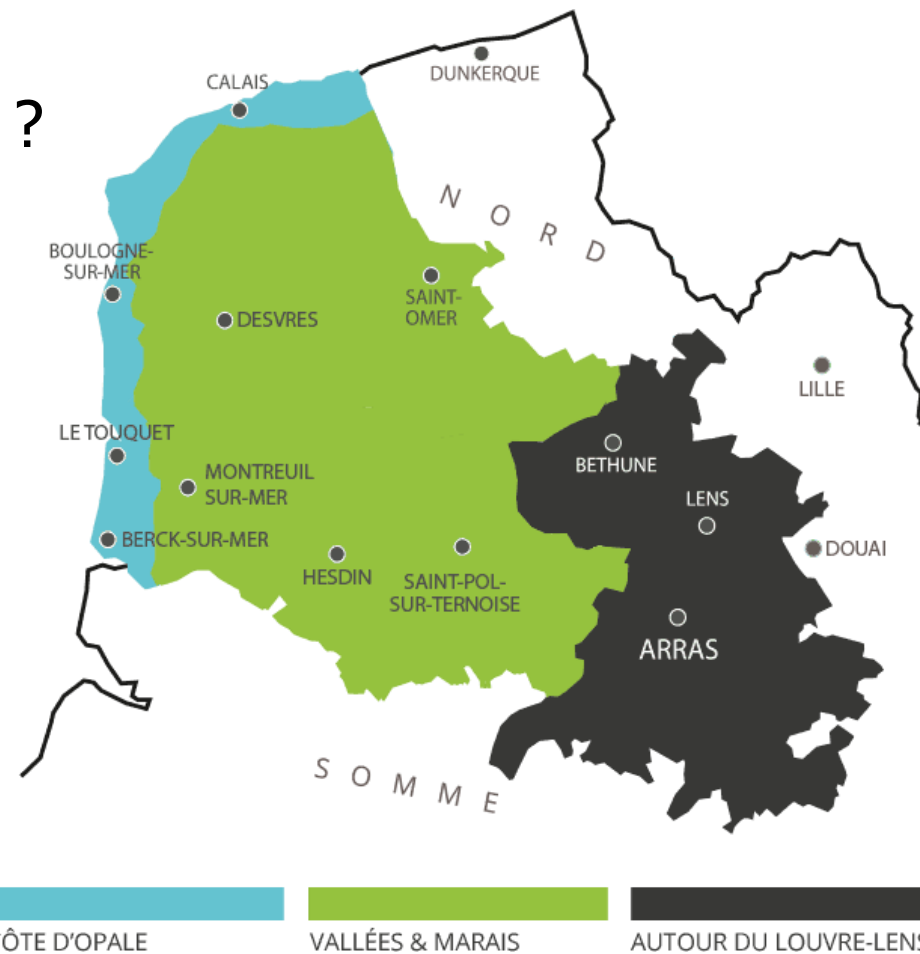
Intro



- Nous présenter

- Prénom, fonction, activité ou mission principale ?
- Un élément qui vous lie au Pas de Calais

- Un indice perso



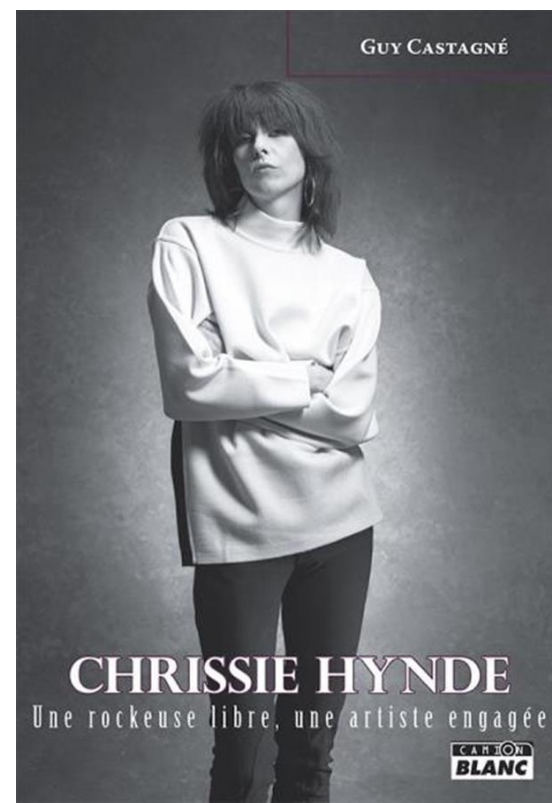


- De mon côté ?

- Qui : Guy, Consultant et formateur
- Éléments liés au territoire : a travaillé à



- Un indice perso : passionné de musique rock
auteur biographie de Chrissie Hynde (Pretenders)





Et vous, qui êtes vous ?

PRO	HORS PRO



TOUR DE TABLE

PRO	HORS PRO



TOUR DE TABLE

PRO	HORS PRO



- Nous découvrir

- Lancement du dé





Guy Castagné Consultant et formateur en tourisme

Expérience en marketing et innovation
touristique

Nombreux accompagnements territoires
et acteurs touristiques

Formations et suivi coaching individuel

Publications, colloques, séminaires
équipes...

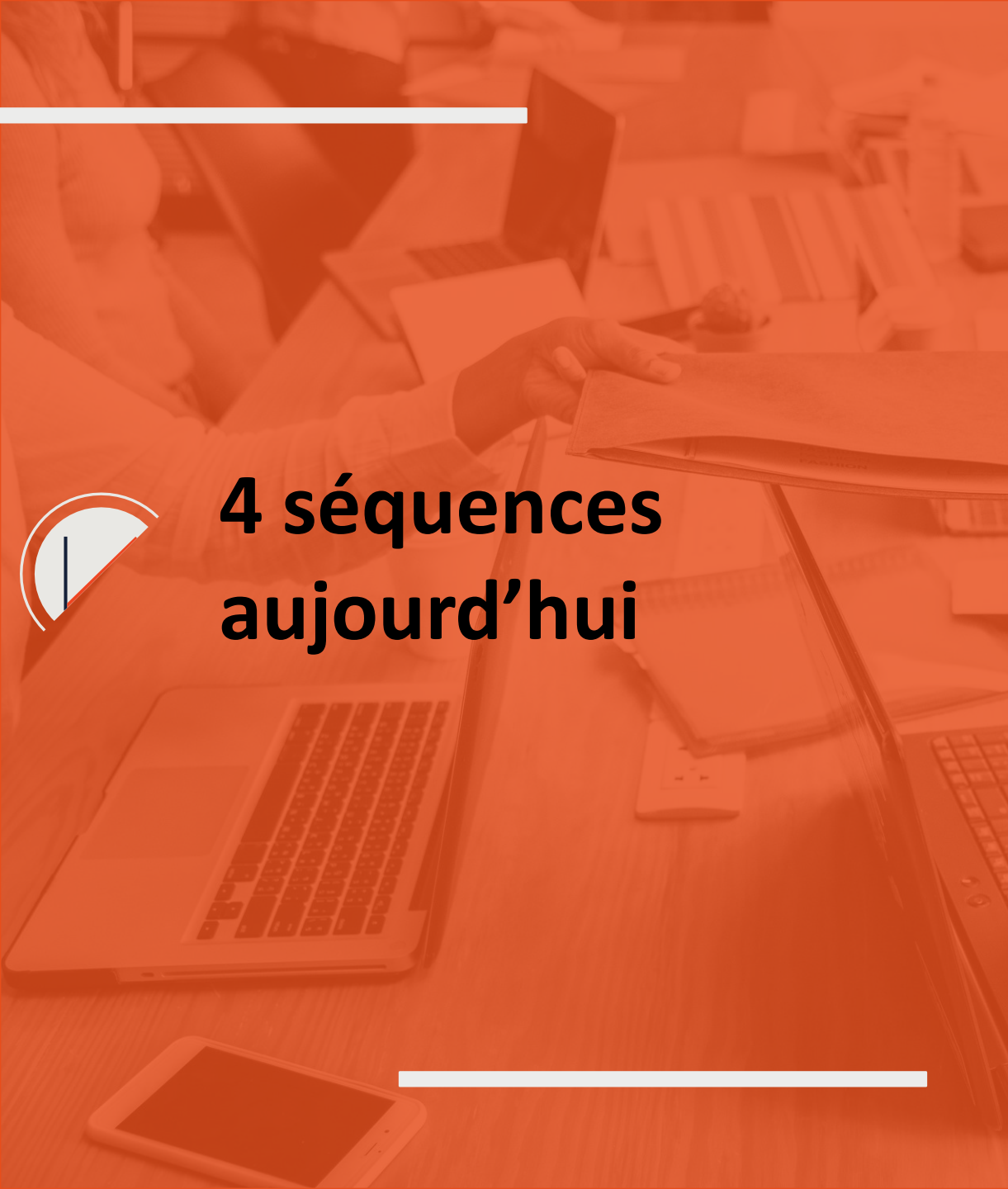
Multiples missions dans les Hauts de
France et [le Pas de Calais](#) : professionnels
de la Côte d'Opale et du Marais
Audomarois, CC Boulonnais, offices de
tourisme du Pas de Calais, Depolabo
Arras Wancourt, OTI Calais...



Objectifs de votre formation

Vous sensibiliser et vous attirer à pratiquer des offres de produits ou de services expérientiels
(niveau 1)

Concevoir une **offre de service qui vous démarque** sur le marché par sa valeur ajoutée = ce que le client recherche
Attirer vos clients en dehors de la haute saison et développer votre activité à l'année = ce que le client préfère (éviter les foules, profiter de meilleures conditions quotidiennes)
(niveau 2)



4 séquences aujourd'hui

Présentation du tourisme expérientiel
Enjeux, avantages, actions, exemples

Développer le hors saison
Comment étendre ma saison ?
Quelles offres recommander autour de moi ?
Comment travailler en réseau ?

Atelier

Bilan et prochaines étapes
Quizz, suivi, infos sur le module 2



Présentation du tourisme expérientiel



Nuage de mots





Un tourisme qui offre un vécu unique à vos clients

Il prend ses racines dans
l'imaginaire, l'envie, l'émotion, le
plaisir...

Il se traduit par 3 adjectifs
autrement – hors des offres
banalisées
émouvant – source d'émotion,
éveillant les sens
mémorable – marque les esprits
(le bagage à souvenirs)



Un tourisme qui attire de plus en plus d'adeptes

Vivre et consommer de façon authentique

Faire sens

Plus près de la nature, de chez soi

Retrouver les liens humains dans un monde numérisé

Tendances en hausse

Accélérées par la crise sanitaire

Partagées par tous, sur toutes les destinations



Un tourisme qui a pour caractéristiques

L'authenticité : produits, paysages,
nature, bâti, traditions, rencontres
Imprégnation d'un territoire

Eveiller les sens, par l'immersion

Vivre des émotions, les conserver en
mémoire

La notion de proximité : avec le client,
avec le territoire, au plan
géographique...



On achète un séjour, mais on retient une expérience !





Avantages de l'expérience client

Développer votre clientèle

Capter de nouveaux clients
Fidéliser votre clientèle actuelle
Favorise le bouche à oreille

Développer votre chiffre d'affaires

Contenus à plus forte valeur ajoutée
Meilleure contribution

Vous démarquer de la concurrence

Vous renouveler
Communiquer différemment
Favorise votre initiative
Conserve votre motivation

.



Contenus de l'expérience client : **les 5 R**

Et mieux répondre aux attentes

Rupture avec le quotidien

Ressourcement, se retrouver, partager,
revivre, profiter

Reconnection à soi, ses valeurs, son
entourage

2 autres R

Recommander la prestation plus
fortement

Re-commander la prestation plus
souvent, revenir



Avantages de l'expérience client : le 62

Un département expérientiel

Proximité grands bassins de population
Equipements de loisirs et pratiques de proximité à l'année

Nouveaux sites Nausicaa, Dragon, ALL
Qualité des produits du potager à l'assiette...

Diversité des propositions vintage, greeters, actives, bien-être...

Sur tout le département



Aller vers l'expérience client : comment agir ?

Evaluer votre point de départ

**Quelle est la véritable valeur ajoutée
de mon offre ?**

Liée au motif du déplacement ?

Plébiscitée par vos clients ?

Comment la renforcer ?

La développer

Mieux la communiquer

Mieux la nommer



Aller vers l'expérience client : comment agir ?

Evaluer vos bonnes pratiques

- Je sais accueillir mes clients de façon personnalisée
(avec un mot, une attention personnalisée)
- Je me mets souvent à la place de mes clients
- Je cherche à ce que leur séjour, visite, pratique ou activité soit
le plus confortable possible
- Si je réalise une animation ou une visite commentée, je
cherche à **modifier** mon texte, mes messages
- Je sers **des produits locaux de saison** autant que possible ou
dirige mon client en fonction
- J'ai à cœur que mon client vive **un moment mémorable**
- Mon offre, mon produit, mon service comporte un élément qui
sort de l'ordinaire



Aller vers l'expérience client : conseils...

Garder à l'esprit

Le bien-fondé pour vos clients

L'expérience ++ est souvent liée à
l'observation

Raisonner en fonction de la concurrence

Vos clients comme des amis

Quelques clé d'organisation

Réfléchir en équipe

Réserver quelques surprises à vos clients

Joindre l'utile à l'agréable

Ne pas forcément raisonner offre payante



Aller vers l'expérience client : **2 témoins**

Xavier, hotel restaurant Terra Nostra

Les bases marketing d'une offre nouvelle

Conseils aux professionnels

Gweltaz, hotel le Prieuré

Un parcours clients différent

Conseils aux professionnels



XAVIER HOTEL RESTAURANT TERRA NOSTRA A TARASCON

Hébergeur hôtelier dans les Pyrénées, Xavier a cherché à démarquer son établissement de la concurrence, en apportant une expérience nouvelle à ses clients, tout en restant réaliste dans ses investissements.



Il valorise son environnement dans l'assiette (tapas, proximité de l'Espagne) et dans la salle de restaurant, par une grande baie vitrée courant tout le long de la salle et offrant une vue dominante sur la rivière.



GWELTAZ HOTEL LE PRIEURÉ A AMIENS

Hébergeur hôtelier en centre ville d'Amiens, Gweltaz a repris un établissement vieillissant et a cherché à en faire une référence en matière de vécu client, et être novateur en « économie de l'expérience »

Il met l'accent sur l'accueil personnalisé de ses clients, et les affecte dans telle ou telle chambre en fonction du profil de ses clients, lesquels sont accompagnés personnellement jusqu'à leur chambre.

Les informations destinées à donner envie de visiter la Cathédrale, sont aussi personnalisées.





STATION DE LA BRESSE

Equipements à sensations ou confortable, circuits ciblés pour certains publics, espaces de contemplation. L'expérience à la Bresse s'éloigne du modèle tout ski.



Cette station des Vosges qui invite ses clients à se prélasser gratuitement sur une des 3 terrasses avec transats, lesquelles proposent toutes une vue panoramique saisissante. Et propose 5 circuits « poussette » et des activités toute l'année.



CHAMBRE D'HÔTE EN CHARENTE

Tenue par un couple dont le mari est sculpteur sur bois. Cerise sur le gâteau pendant un séjour, la maîtresse de maison invite tous les clients séjournant à partir de 2 nuits à passer la tête et visiter l'atelier de sculpture sur bois. Un dialogue avec le client, et à l'issue du séjour, ils offrent parfois au client un cadeau personnalisé – sculpté dans le bois !



Le but de l'idée est de valoriser une rencontre, un moment inhabituel

Plusieurs hébergements sont classés dans un rubricage « week-end dans un hébergement d'artiste »





Développer le hors saison



Un déplacement se justifie de plus en plus par l'expérience proposée

Les contenus, la valeur ajoutée perçue comptent beaucoup, et parfois plus que le choix de la destination !

La consommation touristique devient :
Moins dépendante de la météo
Moins dépendante du calendrier estival
Moins dépendante de l'image habituelle de « consommation » de la destination



VIVRE UNE EXPERIENCE DIFFERENTE EST UN PLUS EN HORS SAISON

1. En 2020/2021, par défaut, de nombreux 3. On note un très fort engouement pour des vacanciers ont découvert les joies d'un séjour hébergements nature sur des territoires à la montagne malgré la contrainte des RM ruraux qui n'étaient pas dans le trio de tête des fermées : découverte du ski de randonnée, de destinations attendues, pour des clients balades en raquettes, reprise du ski cherchant à vivre loin des foules, hors des nordique...notant au passage que le client est sentiers battus.

ouvert à de nouvelles pratiques.

2. En automne 2021, nous avons vécu un record en ce qui concerne le nombre de départs en vacances de Toussaint, accentué par le mix vacances/télétravail.

4. Les offres de loisirs type escape game indoor/outdoor rencontrent un vif succès, démontrant l'attrait de contenus immersifs et ludiques.



Une expérience client différente plus forte en hors saison

- plus **appréciable** en hors saison, pour vous comme votre client
- **contenu** des activités et du séjour importe avant tout
- accueillir, orienter, animer vos clients avec **plus de temps**, plus de patience
- une expérience client ouverte à l'année, c'est une garantie d'y recourir **plusieurs fois** (fidélisation)
- vous êtes **moins dépendant de la météo** en été
- c'est **vous en poste à l'accueil** et non vos salariés saisonniers.



Le tourisme en hors saison : jouez collectif !

Plus de facilités et de temps de mettre en place des partenariats avec des confrères

Des **confrères plus disponibles** pour offrir un service complémentaire au votre

Travailler en équipe, c'est **plus de chances de réussir**, à moindre effort

En raisonnant entre professionnels du tourisme que vous allez **plus facilement aborder le sujet**



EXEMPLES DE PISTES PARTENARIALES EN HORS SAISON

- Une association d'astronomie locale dont les bénévoles seront **disponibles pour animer ponctuellement une soirée d'hiver** « ciel étoilé » (ils sont en général absents en été)
- Un **expert d'un produit de terroir ou d'une recette d'hiver** vient animer un atelier chez vous pour vos clients (aucun intérêt à d'autres périodes)
- Un champion de cerf-volant vient raconter ses exploits et **vous initier à la pratique** dans votre jardin (il est en compétition durant d'autres périodes de l'année...)
- Un site patrimonial méconnu, peu fréquenté, proche de chez vous, accueillera **vos clients en visite VIP**
- Votre jardin potager, bien travaillé, constituera **une visite idéale** au printemps ou à l'automne



**Comment
étendre
votre saison
?**



Identifier des pistes pour mieux accueillir, servir, orienter, animer vos clients **en hors saison**

Faire un **tour d'horizon de vos possibilités en hors saison**. En quoi le changement de saison peut apporter un plus, un visage différent de votre offre ou de vos services ?

- **Profiter de la nature** quand les conditions météo sont différentes et paysages, couleurs et espèces changent
- Proposer **un séjour à thème** en octobre ou en mars, pour s'immerger dans les traditions réelles du moment (culinaires, festives...)



Identifier des pistes pour mieux accueillir, servir, orienter, animer vos clients en hors saison

Quelles sont les idées les plus faciles à mettre en œuvre ?

- **Vous adapter à la lumière ou la durée du jour** : pourquoi pas une collation en pleine nature ou dans votre jardin au moment du coucher du soleil ?
- **Soignez vos clients** : un bon plaid et le plaisir de boire son café du matin en extérieur ou de déguster une bière locale après la visite du monument....
- **En parler autour de vous** si c'est compliqué



**Quelles offres
recommander
autour de moi ?**



Rapprochez vous d'acteurs professionnels proches et complémentaires

Sortez de vos habitudes, raisonnez en équipe projet
Mieux connaître vos confrères pour mieux orienter vos clients selon leur profil :

- D'un hébergement à un restaurant
- D'un site de visite à une pratique d'activité
- D'un sentier de découverte à une visite de fabrique
- D'une dégustation de terroir à une initiation au golf....ou au long côtes !
- D'une prestation payante à une offre gratuite
- D'une prestation du soir à une prestation du matin...

Pour **une offre faible et mémorable qui rejaillit** sur vous, car vous avez été l'instigateur de la suggestion !



EXEMPLES DE CONJUGAISON DE DEUX PRESTATIONS

- Un stage de yoga et de qi-gong de 3 jours /2 nuits à Paques en gîte en pension complète en Dordogne qui **prend une valeur supplémentaire** en permettant aux clients de découvrir, pendant leur séjour, une villa gallo-romaine très proche, par la responsable du site, passionnée, qui offrira la prestation **en visite privative hors des périodes d'ouverture**.
- Un prestataire d'activité à la découverte des grandes marées en septembre. Sa visite commentée sera complétée d'une **collation avec des produits locaux**, la recette du gâteau battu et des cartes de visites de la boulangerie pour s'y procurer le produit avant la fin du séjour





Atelier-action

Atelier 1

Que puis-je imaginer pour étendre ma saison ?

A partir de mon offre...

Travail en binôme, regards croisés 15 ‘

Présentations



Atelier 2

Quelles offres puis-je recommander autour de moi ?

Avec des partenaires ou des offres en complément de la mienne

Travail en binôme, regards croisés 15 ‘

Présentations





A retenir

$$1+1=3$$

L'expérience est le fondement du développement actuel du tourisme, le hors saison la clé de votre développement économique.

Ainsi, mises bout à bout, ces pistes vous donneront certainement des idées à mettre en pratique en hors saison.

Dans tous les cas, un peu de recul, une ou deux idées, vous rapprocher d'un partenaire et voilà une esquisse de produits expérientiel hors saison qui pourrait peut-être fonctionner.



A retenir

Le tourisme expérientiel est accessible à tous !

Ses avantages sont définitivement à votre portée...





Bilan niveau 1

- Quizz de connaissances
- Tour de table/témoignages
- Evaluation à froid à 72 heures par email



Préparer la suite



3 outils pour la suite



1. Complément à votre formation niveau 1 Offre Expérientielle

Vidéo pense-bête 30' pour vous
remémorer les éléments clé
Comprendre l'intérêt d'être un acteur
du tourisme expérientiel

Avantages déterminants

Etendre votre saison

Capter de nouveaux clients



2. Suivi au téléphone

- Le premier sous la forme d'un **petit suivi**, pour vous accompagner après la formation. Si vous en ressentez le besoin, je resterai à votre écoute, sur simple demande
- **Fiche RDV post formation**



3. Participer au module niveau 2

- Second conseil, **participer tout simplement au module 2 de la formation.** Tout aussi gratuit, il vous aidera à **franchir l'étape de création de votre nouvelle expérience client en hors saison**, en accueil, en contenu, en service, en communication, avant une offre, pendant ou encore après.



Niveau 2 Offre Expérientielle

Pour répondre à 2 enjeux

Concevoir une **offre de service qui vous démarque** sur le marché par sa valeur ajoutée

= ce que le client recherche

Attirer vos clients en dehors de la haute saison et développer votre activité à l'année

= ce que le client préfère (éviter les foules, profiter de meilleures conditions quotidiennes)

= ce qui est bénéfique pour votre activité



**N'attendez plus,
inscrivez-vous**

- **Inscrivez-vous au module 2 de la formation, pour :**

Transformer votre offre en mettant le client au centre de la réflexion, étendre votre offre, fidéliser vos clients... hors saison



C'est très simple

RDV sur le site pro-tourisme62.com

<https://pro-tourisme62.com/innover-et-se-former/se-former/formation-espace-entreprises>

C'est très très simple :

adelinelebrun@pas-de-calais.com

PAS-DE-CALAIS
TOURISME
NOUVEAU TOURISME. NOUVEAUX HORIZONS



Stratégie & Sélection

Créer & développer ▾

Innover & se former ▾

Promouvoir ▾

Accueil>Innover & se former>Se former>Espace entreprises

FORMATION : ESPACE ENTREPRISES



European Union



MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Le 15 mars 2022
dans les locaux de Pas de Calais
Tourisme





PAS DE CALAIS TOURISME

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

