TUTOS PROS

CRÉER DES EXPÉRIENCES EN AUTOMNE-HIVER

Retrouvez tous nos tutos sur notre site pro :
https://pro-tourisme62.com/

Interreg France (Channel Manche) England
EXPERIENCE
Fonds européen de développement régional

PAS-DE-CALAIS
TOURISME

Développer le tourisme en basse saison est un bon moyen de se démarquer de la concurrence. En effet, les pertes sont minimisées, et vous participez à l'émergeance d'un nouveau style de tourisme...

Le tourisme expérientiel, c'est quoi ?

L'expérience crée un lien entre le visiteur et le territoire, cela permet d'interagir avec ses habitants et sa culture. Elle crée une sensation et laisse un souvenir marquant.

Créer des expériences grâce au design thinking

Le design thinking, c'est la méthode de construction d'une expérience. Elle permet d'innover en se mettant à la place du consommateur, en faisant preuve d'empathie en imaginant ses émotions, ses aspirations, et ses besoins. Ces besoins sont axés autour de 3 dimensions:

- L'esprit, permet d'acquérir de nouvelles connaissances associées au territoire.
- Le coeur, permet d'avoir une expérience personnalisée et intimiste, avec des interactions.
- Le corps, pour une expérience qui stimule les cinq sens, avec ses sensations uniques.

Le top 10 des services recherchés

- Garantie annulation en cas de mauvaise météo
- Proposition de late check-out, petits-déjeuners plus tardifs, temps de visite supplémentaire
- Prêt de matériel en fonction de la météo
- Un carnet d'adresses automne-hiver
- Des bons "saison variable": leur valeur change selon la saison
- Des visites VIP
- Décoration éphémère: thème nature, fêtes de fin d'année...
- Déplacements offerts
- Groupe Whatsapp en prestataires pour satisfaire les clients
- Adapter l'éclairage des différents sites: ils resteront accessibles plus longtemps

Les inspirations

L'automne et l'hiver sont associés à la maison, au foyer, à la quête du chaud.

Le cocooning peut devenir une véritable tradition, comme c'est le cas dans les pays nordiques avec le "hygge".
Les activités en intérieur devront donc s'inspirer de cette tendance, ou créer de nouvelles traditions.

L'automne et l'hiver encouragent aussi les personnes à sortir de leur intérieur, pour admirer la beauté de la nature: levers de soleil tardifs, heures bleues, grandes marées. Le sport se fait également en pleine nature.
Le conseil: lié un événement qui a lieu en pleine nature à un moment spectaculaire, ou à un moment sportif.

La saison hivernale est également le moment de prendre soin de soi, de son corps et de son esprit. Le manque de lumière, la fatigue, la dépression hivernale incitent à prendre soin de soi. C'est l'occasion de développer de nouvelles méthodes de bien-être comme la sylvothérapie, la luminothérapie, le spa, la méditation.
Les expériences bien-être sont à développer, et devront être l'expression d'un bénéfice pour la santé physique ou mentale

Pendant cette période, le rapport au temps est également différent. Le temps paraît plus long, on prend plus de temps pour ses différentes activités: cuisine, loisirs.
Les expériences pourront donc se voir être rallongées, ou basées sur des traditions sur le passage des saisons.

L'automne-hiver, c'est aussi l'occasion de se cultiver. On reste à l'intérieur, on prend soin de soi, le temps peut paraître plus long, c'est l'occasion de nourrir son esprit.
Des expériences pour faire grandir les consommateurs pourront être développées.

C'est aussi pendant cette période que les personnes se rapprochent, à l'occasion des fêtes de fins d'années, ou de repas entre amis/famille.
Ce besoin de retrouvailles pourra se traduire dans la qualité des rencontres, au caractère privilégié des échanges.

Plus à la maison = plus de temps = plus de temps pour cuisiner. Par temps froids, nous avons tendance à être la recherche de plats réconfortants, plus gourmands.
Proposer des expériences avec des cours de cuisines, découverte de produits de saison sera apprécié.

Les conseils pour rédiger en mode storytelling expérientiel

- Faire appel aux sens: couleurs, senteurs, sensations...
- Faire appel aux émotions: nostalgie, fierté...
- Créer du lien la vie réelle: pour que les consommateurs puissent s'identifier
- Style léger: pour captiver un maximum de personnes, créer de la proximité
- Utiliser des phrases courtes
- Employer des termes précis
- Montrer du positif, pas de tournures de phrase négatives
- Rédiger au présent
- Faire l'éloge du minuscule: petites choses qui donnent de l'authenticité

Une expérience, c'est créer un scénario à partir d'une image, et c'est un découpage précis, comme dans un film, ce qui permet de comprendre l'histoire rapidement, comme une scène à vivre.

Ce contenu peut être diffusé par différents biais:

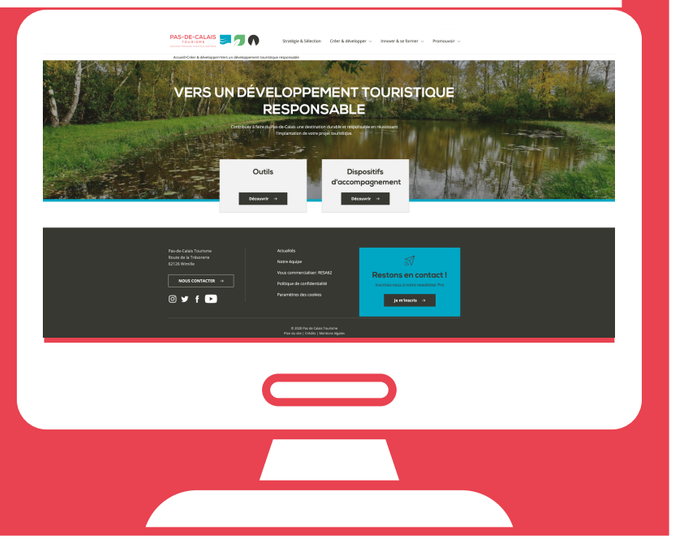
- Photo
- Podcast
- Vidéo
- Playlist
- Réseaux sociaux
- Brochure
- Magasines

Les méthodes de narration

Le titre doit être court et percutant, dix mots maximum

Le chapô doit faire une ou deux lignes maximum, et présenter le décor instantanément pour le lecteur

Les boosters sont des rubriques qui complètent le contenu de chaque expérience: en mettre un ou deux, mettre 30 à 50 mots par rubrique, une thématique par rubrique.

Pour aller plus loin...

Retrouvez nos outils et dispositifs d'accompagnement sur le site pro de l'agence Pas-de-Calais Tourisme