



Sommaire

Ce manuel est organisé en six messages clés :

01



Produits, faites place aux expériences .

Les produits touristiques classiques actuels ne sont plus à la mode et les clients veulent désormais vivre une expérience multisensorielle innovante et enrichissante.

p.4

02



À saisons différentes, marchés différents .

Vous devrez adapter votre offre aux attentes d'une clientèle multiple afin de répondre à la variété de leurs attentes.

p.15

03



Votre site est unique en basse saison .

Nous prenons souvent pour acquis ce qui se trouve sur le pas de notre porte, alors regardons vos ressources d'un œil neuf et voyons comment vous pouvez les transformer en une offre unique.

p.25

04



Concevez des expériences innovantes .

Vous allez devoir inventer des pratiques hors du commun (créer des expériences incroyables), même lorsqu'il fait froid, humide et que la nuit tombe tôt. Co-créez des expériences avec des partenaires proches et organisez des événements spéciaux uniques pour stimuler la demande.

p.35

05



Le moment du marketing et de la narration .

Ces nouvelles pratiques exigent beaucoup d'efforts de marketing, mais si elles sont réellement innovantes et que vous les avez transmises de façon appropriée aux consommateurs, ce sont eux qui se passeront le mot.

p.50

06



Soyez clair sur les avantages que vous attendez .

Visualiser les résultats que vous souhaitez obtenir vous aidera à effectuer les changements nécessaires avec détermination

p.60

06

Soyez clair sur les avantages que vous attendez.



Visualiser les résultats que vous souhaitez obtenir vous aidera à faire preuve de la détermination nécessaire pour effectuer des changements et apporter de grands avantages à votre destination.

Nous espérons que les idées contenues dans ce manuel vous ont été utiles. Il est maintenant temps de décider des changements à mettre en œuvre dans votre organisation. En investissant votre temps et vos efforts, et en prenant le risque d'effectuer des changements, vous pouvez obtenir des récompenses intéressantes.

Visualiser les résultats que vous souhaitez obtenir vous aidera à faire preuve de la détermination nécessaire pour effectuer des changements et apporter de grands avantages à votre destination.



La réduction de la saisonnalité présente de nombreux avantages. Les raisons d'innover sont nombreuses.



Les entretiens que nous avons eus avec toutes les organisations présentées dans ce rapport nous ont permis d'identifier six objectifs clés que l'on retrouve fréquemment chez celles qui sont prêtes à innover.

- **Générer un revenu tout au long de l'année.** Créer des produits uniques et diversifier vos marchés pour assurer la continuité de votre activité.
- **Améliorer la qualité de votre service.** Créez des emplois tout au long de l'année pour donner à votre entreprise la possibilité de conserver un personnel talentueux et de réduire vos coûts de recrutement et de formation.
- **Maintenir vos prix de mi-saison.** Augmentez la qualité, la variété et l'attractivité de votre offre afin de ne pas avoir à réduire vos prix.
- **Offrir un service cohérent.** Ouvrez toute l'année pour permettre à votre entreprise de définir des normes pour son service et de les professionnaliser.
- **Soyez plus créatif.** Ouvrez en basse saison pour vous donner la possibilité d'expérimenter des altérations sur vos produits que vous pourriez trouver trop risqués ou trop chronophages en haute saison.
- **Augmentez la loyauté.** Ouvrez tout au long de l'année pour fidéliser votre clientèle, qui privilégie les commerces ouverts en permanence.



Nous ouvrons toute l'année pour sécuriser les emplois du personnel et garantir la qualité du service.

Philippe De Bellevue est le directeur commercial de l'établissement Les Ormes Domaine et Resort (FR).

Ce que nous offrons :

À l'origine, le Domaine des Ormes était un camping d'environ 60 emplacements. Aujourd'hui, nous avons exploité pleinement nos 200 hectares de terrain, avec une capacité de 3 500 visiteurs par jour et une moyenne de 60 000 visiteurs par an. Ces dernières années, nous avons particulièrement travaillé sur notre capacité d'accueil hivernal en créant des activités de basse saison.

Comment ça marche ?

L'un des principaux objectifs de notre stratégie de développement a toujours été les ressources humaines. Nous sommes une entreprise familiale et nous sommes conscients de la place centrale qu'occupe l'humain dans l'ensemble de nos expériences. Notre ambition est de fonctionner toute l'année et de pouvoir proposer des contrats à durée indéterminée à nos quelque 100 employés.

- En 1989, nous avons décidé de développer un terrain de golf pour nous permettre de générer de l'activité à l'année.
- En 2004, nous avons ouvert un centre équestre qui a un fonctionnement hybride : accessible aux résidents du camping pendant la période estivale, il continue à fonctionner de manière indépendante en basse saison.
- En 2020, nous avons créé un dôme recouvrant notre complexe aquatique de 4 500 m², ce qui nous a permis de maintenir ouverts toute l'année nos hébergements de plein air et, notamment, nos hébergements insolites tels que les cabanes



Nos Conseils :

L'embauche de travailleurs saisonniers peut poser des défis importants en termes de qualité, de continuité et d'intégration/formation. Passer à une opération active à l'année, combiné à la formation et à un investissement continu dans les équipes, peut vous permettre de maintenir un niveau de qualité des prestations et un taux de satisfaction clients des plus élevés.

aquatiques, les cabanes dans les arbres et les cottage huts, qui sont très en demande toute l'année.

- Nous avons viabilisé des emplacements pour camping-cars afin de répondre aux besoins d'un marché qui préfère l'intimité de la basse saison aux foules estivales.
- Nous avons également développé une offre importante pour le tourisme d'affaires en proposant une capacité d'accueil adaptée, des espaces de réunion, classiques ou atypiques, ainsi que de nombreuses activités de team building, en intérieur comme en extérieur.

Nous avons même été jusqu'à ouvrir un centre de formation sur notre site pour valoriser les compétences de nos équipes et leur offrir de réelles perspectives d'évolution. Pour preuve, nombre de nos cadres actuels sont arrivés comme saisonniers, certains il y a plus de 30 ans.





Nous offrons des bons cadeaux pour générer de la demande en basse saison.

Isabel Sanchez est la gérante du site de "cabanes spa dans les arbres" de Pella Roca (FR).



Ce que nous offrons :

Nous avons créé un site unique d'hébergements insolites : des cabanes spa dans les arbres surplombant neuf hectares de truffières, de landes et de forêts. Notre produit en lui-même est utilisable toute l'année, d'autant plus que chacune des cabanes possède son propre poêle écologique, son spa et son jacuzzi.

Même si notre produit peut être utilisé toute l'année, la fréquentation est naturellement plus importante de mars à octobre. Nos bons cadeaux nous permettent justement d'optimiser cette période plus creuse, avec une validité de deux ans sur des périodes spécifiques (hors haute saison, hors weekends et sous réserve de disponibilité).

Comment ça marche ?

Notre offre correspond en tout point à ce que l'on est en

droit d'attendre des cadeaux d'exception : déconnexion, bain de nature, bien-être, expérience insolite, produit haut de gamme mais accessible pour une occasion particulière. C'est le type de cadeau qui convient aux amoureux romantiques, aux jeunes mariés, aux anniversaires ou encore aux jeunes retraités en quête de nouvelles sensations.

C'est un cadeau facile à offrir et qui a toujours du succès. Ainsi, plus de 25 % de nos réservations proviennent de chèques-cadeaux que nous vendons directement sur notre site web. Nos cabanes étant très demandées, les périodes estivales sont parfois réservées plus d'un an à l'avance, ce qui fait que les bons remplissent naturellement nos périodes plus creuses. De surcroît, les bénéficiaires de ces bons cadeaux n'hésitent pas à prendre du temps en dehors des saisons "classiques" du fait du caractère hors du commun de cette expérience.



Nos Conseils :

Il est important de créer un sentiment d'unicité pour ces cadeaux. Bien que l'hébergement en lui-même soit une expérience, nous offrons la possibilité de personnaliser chaque bon, que ce soit avec des services supplémentaires à la carte, la personnalisation du message ou le choix du forfait de base. La motivation première du bon cadeau est d'en faire une attention unique et personnelle.



Tâche 6

Faites de la place pour penser de façon créative. Il est temps pour vous de donner la priorité à ce que vous allez retirer de ce manuel, et de l'utiliser dans votre organisation.

Avant d'ouvrir ce manuel, vous saviez déjà beaucoup de choses que nous avons dites, mais il y a toujours une raison pour laquelle vous ne les mettez pas en pratique. Nous espérons que le fait de les voir noir sur blanc, avec des études de cas pour vous inspirer, vous donnera la motivation nécessaire pour effectuer des changements. Vous savez que votre organisation en bénéficiera, et que vous aurez un plus grand sentiment de réussite parce que vous aurez osé quelque chose d'innovant

1. Considérez la liste d'objectifs ci-dessous et classez les éléments du plus au moins important :
 - Des revenus tout au long de l'année
 - Meilleure qualité de votre service
 - Des prix de mi-saison élevés et fiables
 - Un service cohérent
 - Plus de créativité
 - Une loyauté accrue des clients
2. Réfléchissez à vos pratiques de travail. Notez les dernières innovations que vous avez faites, identifiez lequel des six objectifs ci-dessus ces innovations ont contribué à atteindre, et leur degré de réussite.
3. Identifiez maintenant un exemple parmi les études de cas précédentes que vous pouvez adapter à votre entreprise pour obtenir les avantages qui comptent le plus pour vous. Essayez de reproduire l'exemple le plus simple, celui qui demande le moins d'efforts. Une fois que vous aurez réussi,

prenez le premier exemple le plus simple, et ainsi de suite.

4. Dressez une liste des tâches que vous devez accomplir pour reproduire cet exemple. Notez le temps que, selon vous, prendra chaque tâche, et s'il s'agit de tâches récurrentes ou ponctuelles.

5. Prévoyez du temps dans votre calendrier pour ces tâches, à des moments où vous pourrez vous libérer pour les faire. Faites de ce plan un plan réaliste de façon à minimiser les chances de vous en écarter. Si vous échouez une fois à faire quelque chose, remettez-vous sur la bonne voie et ne manquez jamais deux fois.

6. Partagez votre plan avec quelqu'un d'autre. Il est important que vous vous engagiez auprès de cette personne à respecter votre plan, et qu'elle vous tienne responsable. Prenez des nouvelles de votre "camarade d'innovation" chaque semaine ou chaque mois, pour partager vos progrès.