

TOUS SUR LE WEB

Résultats « Diagnostic e-marketing »

OISANS





Enquête en ligne réalisée du
26 janvier au 20 mars 2015



2 500 hébergements
60 musées ou sites touristiques
interrogés

Dont 850 de l'Oisans



712 réponses soit 28% de taux de réponse
dont **139 de l'Oisans**
→ **16% de taux de réponse**



OBJECTIF
Tous sur le Web

Accompagner et
professionnaliser les
prestataires touristiques sur
les enjeux du e-tourisme, en
partenariat avec les
territoires et les filières



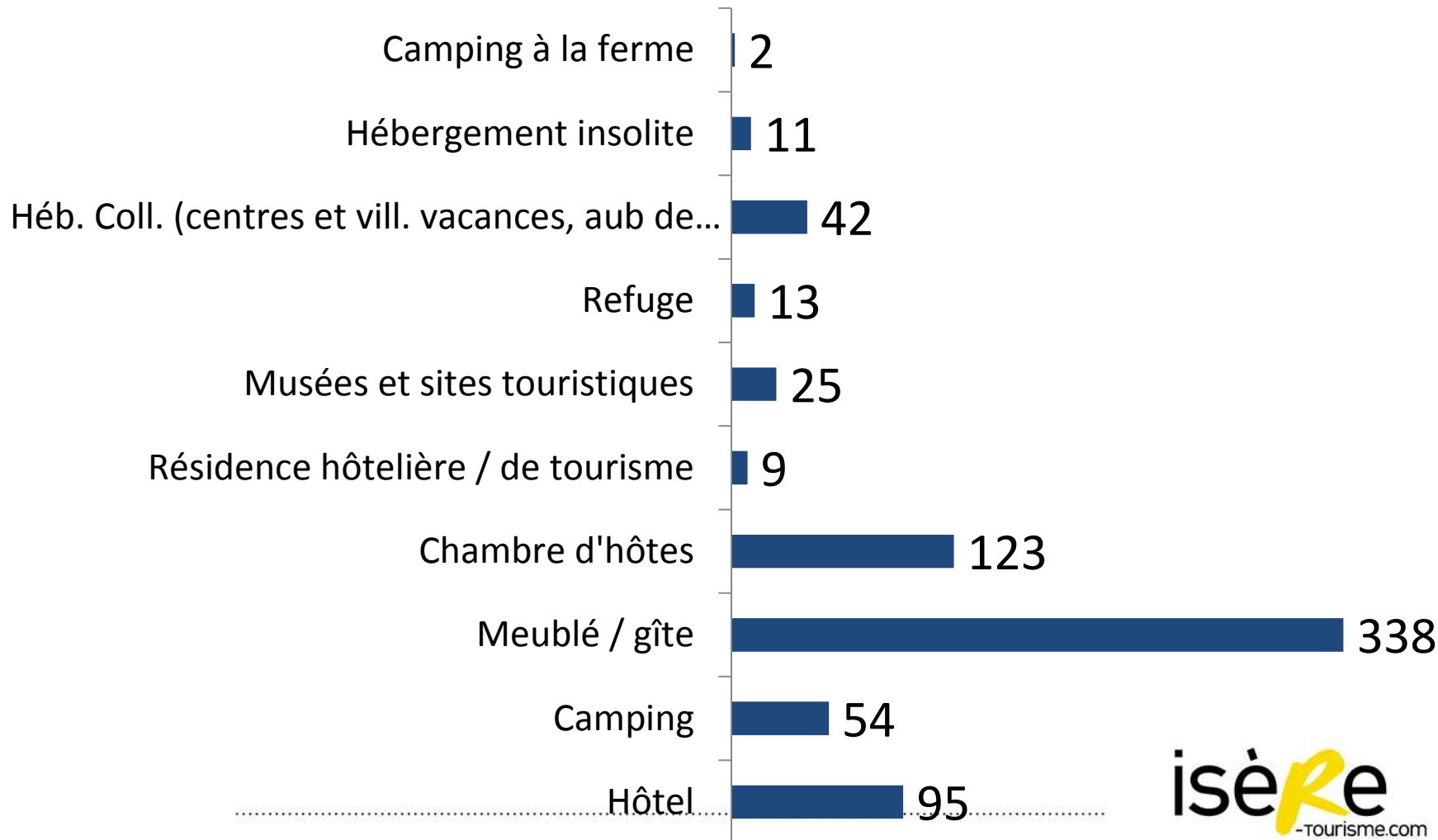
Profil des Pro répondants



712 réponses



Types de structures

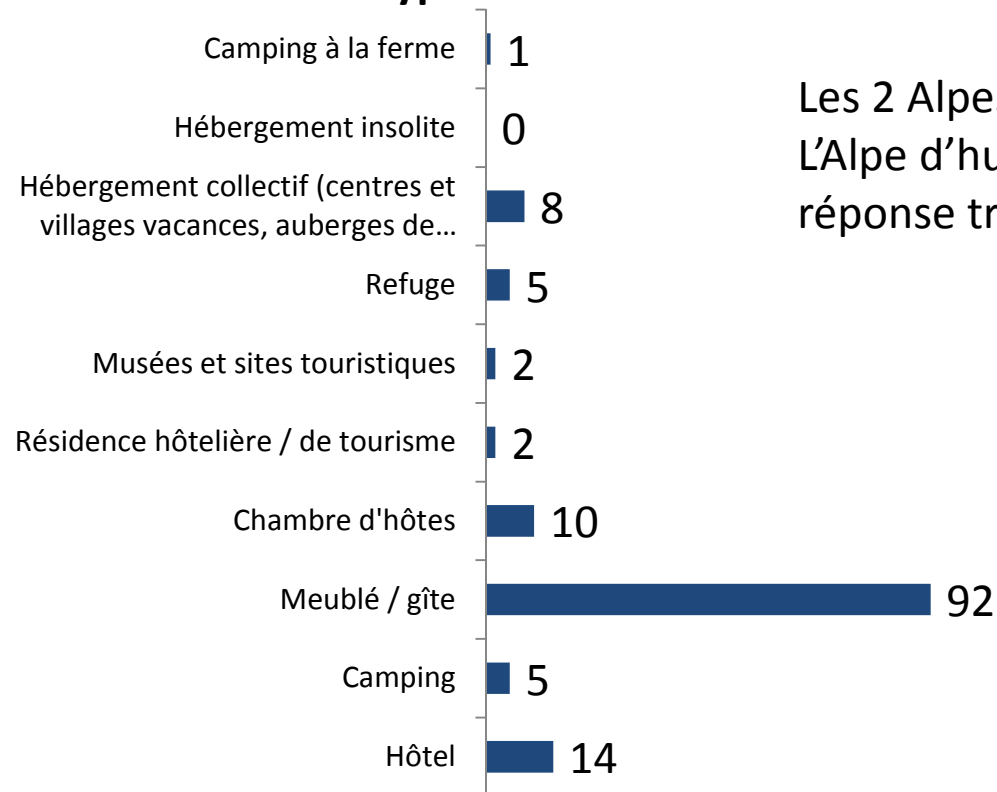


Profil des répondants

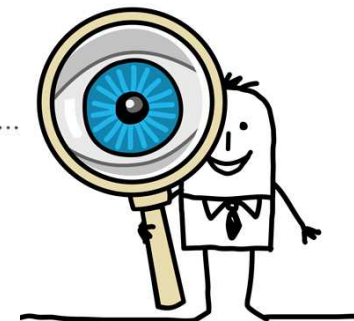


Oisans : 139 répondants

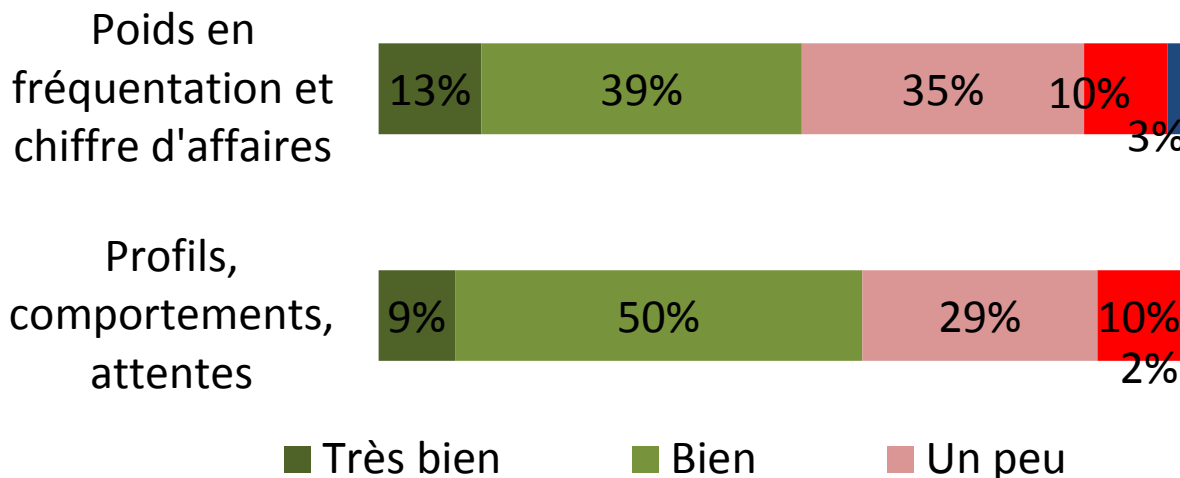
Types de structures



Les 2 Alpes : 46
L'Alpe d'huez : 9 => Taux de réponse très faible



Connaissance des clientèles



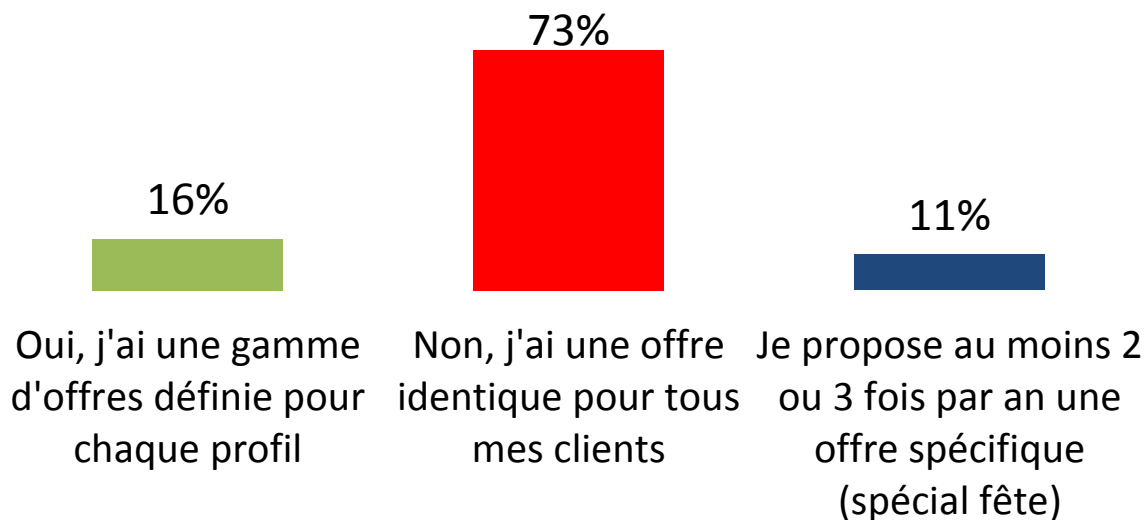
Se comparer

	Oisans	LES 2 ALPES	Alpe d'Huez	isère
« Bonne » ou « très bonne » connaissance fréquentation et chiffre d'affaires	52%	48%	44%	56%
« Bonne » ou « très bonne » connaissance profils et comportements	59%	49%	78%	65%

→ Un pré-requis à la définition de sa « stratégie »

Connaissance marketing des clientèles

Offres spécifiques aux clientèles



Se comparer



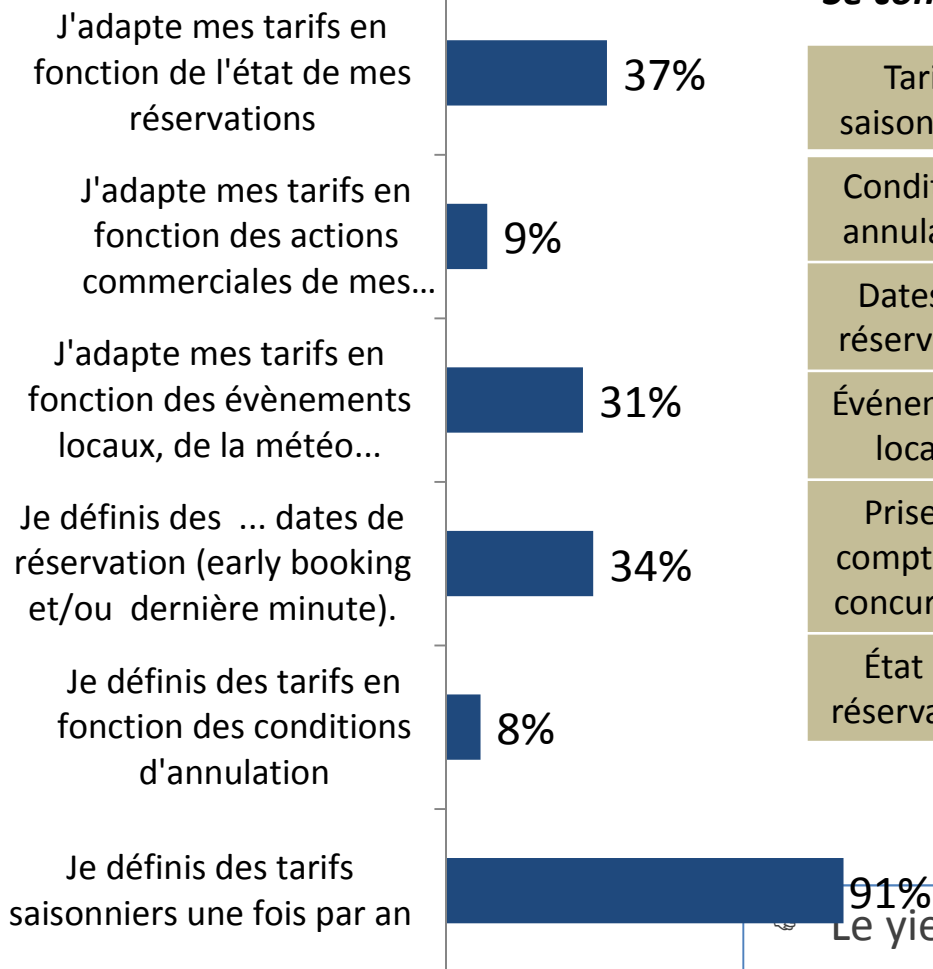
Offre propre à chaque profil	16%	10%	11%	23%
Offre identique à tous	73%	82%	67%	66%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

☞ Segmentation? Ciblage ?
A chaque « famille » de clients = une offre

Connaissance marketing des clientèles

Définition des tarifs



Attentes en matière de formation :
Définition d'une politique de prix : 14%

Se comparer



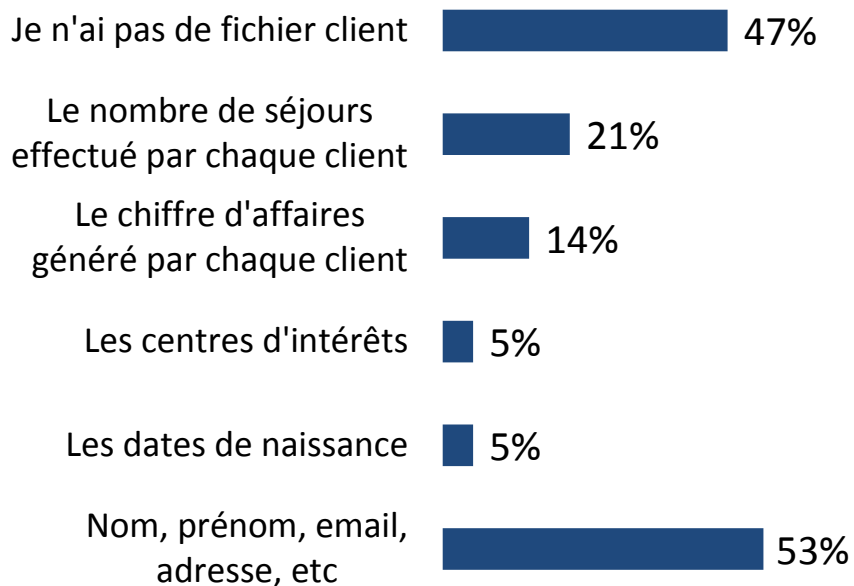
Tarifs saisonniers	91%	92%	100%	86%
Conditions annulation	8%	11%	0%	10%
Dates de réservation	34%	45%	33%	23%
Événements locaux	31%	24%	44%	20%
Prise en compte des concurrents	9%	11%	0%	12%
État des réservations	37%	47%	44%	31%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

Le yield management ou l'optimisation tarifaire : Un «truc» qui consiste à gagner + d'argent en fonction des possibilités offertes par le marché...
(même produit mais prix différent)



Fichier Clients



Attentes en matière de formation :
GRC : 17%

Le fichier clients : une **pépite à exploiter...**
D'autant qu'il est difficile et coûteux de conquérir une nouvelle clientèle

Se comparer

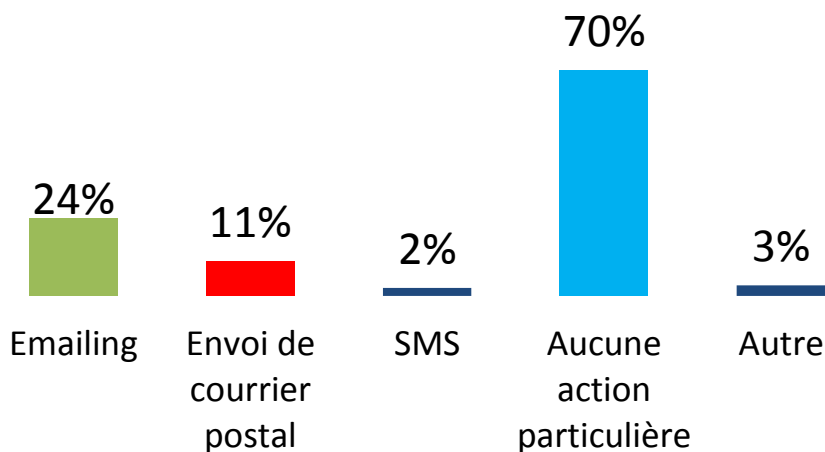


Pas de fichier client	47%	53%	33%	45%
-----------------------	-----	-----	-----	-----

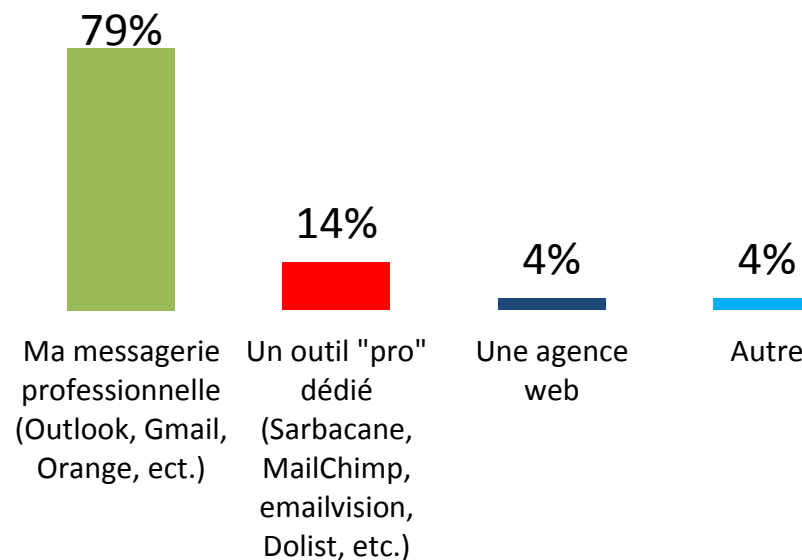
Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez



Opérations de marketing direct



Outil de Emailing



Se comparer



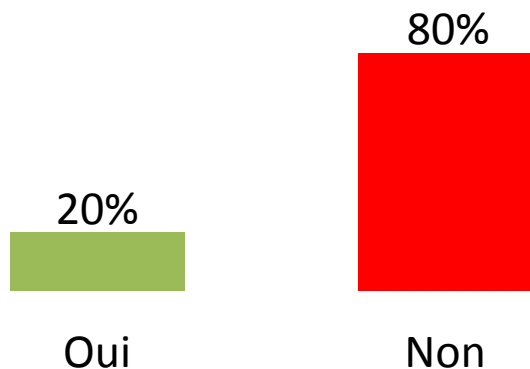
Aucune action de marketing direct	70%	67%	33%	68%
-----------------------------------	-----	-----	-----	-----

Attentes en matière de formation :
Bonnes pratiques Emailing : 13%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez



Programme de fidélité



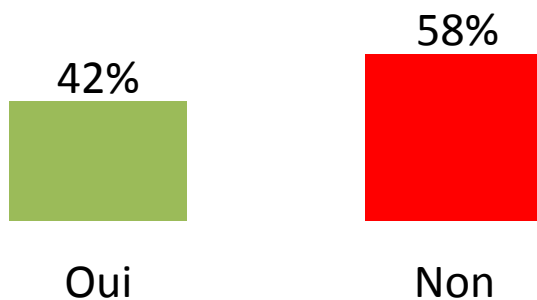
Se comparer



Programme de fidélité	20%	22%	22%	20%
Communication sur programme	42%	63%	50%	43%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

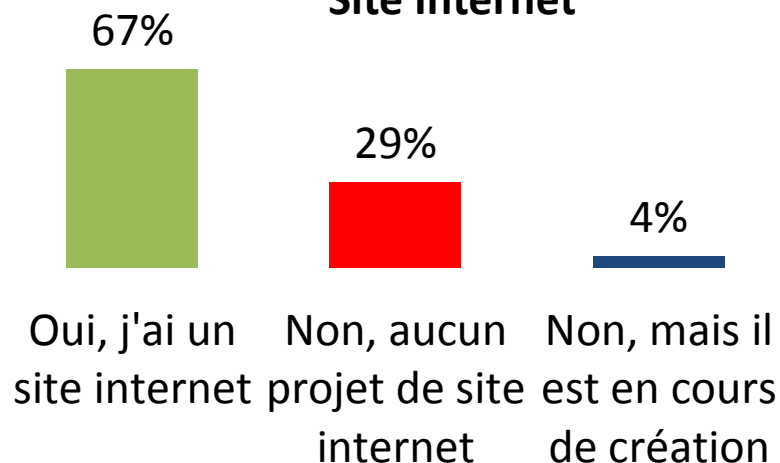
Communication sur programme de fidélité



- ☞ Récompenser, donc encourager les comportements fidèles ou le B-à-O
- ☞ **Programme de fidélité dématérialisé, numérique, mobile**
- ☞ Avantages ponctuels en services ou produits/remises exclusives pour clients fidèles...



Site Internet



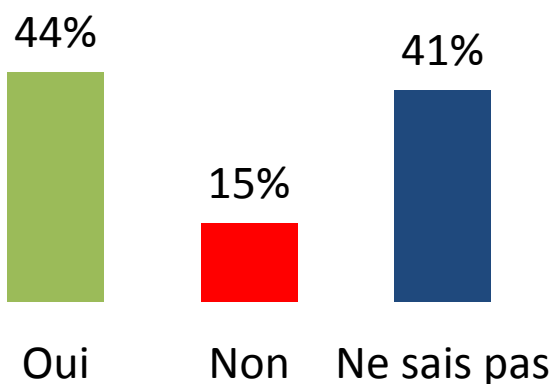
Se comparer



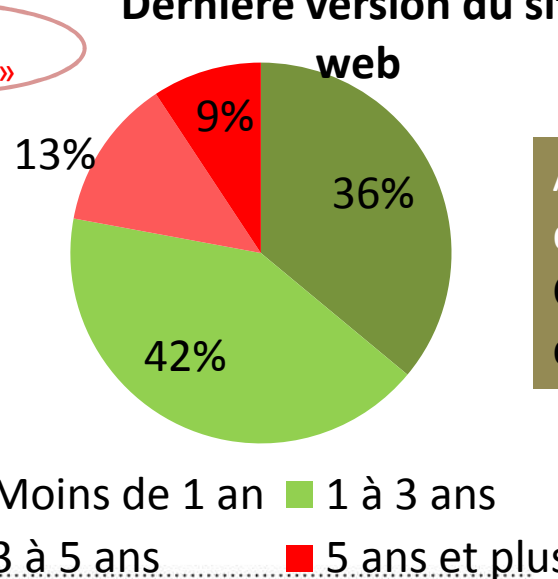
	Oisans	LES 2 ALPES	alpe d'huez	C'est en isère
Site internet	67%	56%	100%	74%
Responsive design*	44%	45%	56%	46%
« Obsolète »	21%	14%	22%	20%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

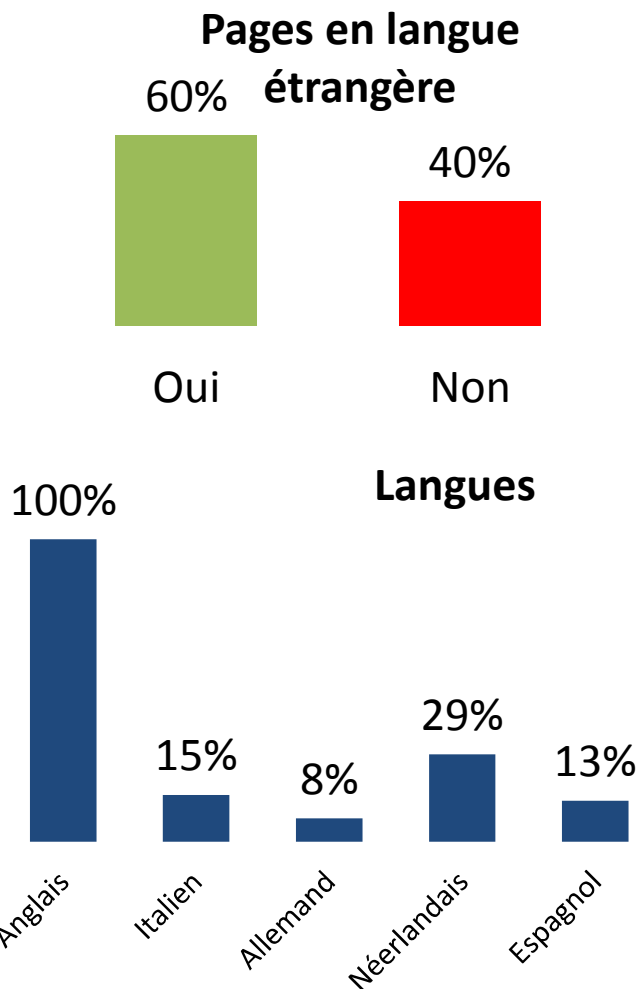
Responsive Design



Dernière version du site web



Attentes en matière de formation :
Création ou refonte de site web : 24%



Se comparer



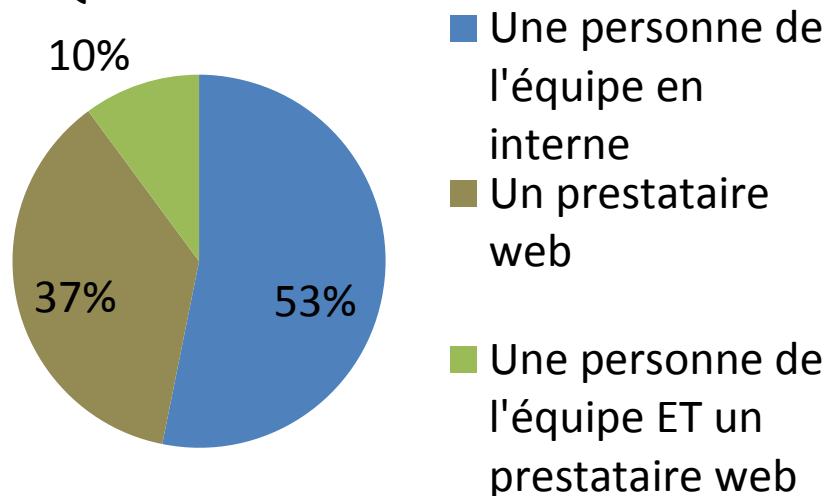
Langues étrangères	60%	59%	78%	44%
Anglais	100%	100%	100%	99%
Néerlandais	29%	23%	14%	24%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

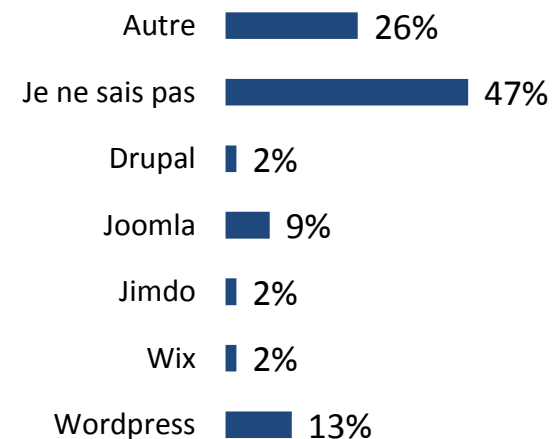
➡ Parmi les 60% ayant une version étrangère, l'anglais est choisi par tous.



Qui administre votre site web ?



CMS utilisé



Se comparer

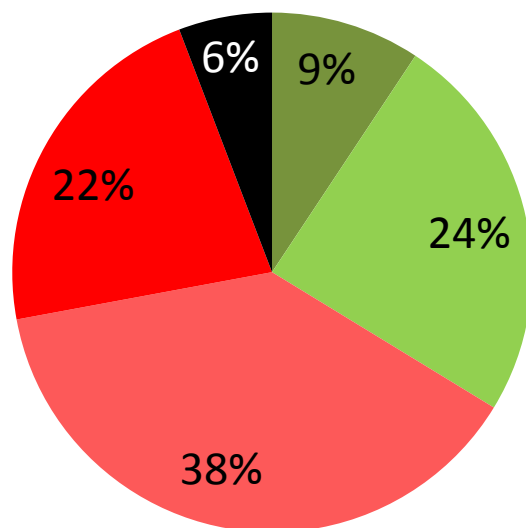


Personne en interne	Oisans	LES 2 ALPES	Alpe d'Huez	C'est en isère
	53%	50%	50%	53%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez



Fréquence de mise à jour



- Plusieurs fois par semaine
- Plusieurs fois par mois
- Plusieurs fois par an
- 1 fois par an
- Jamais

Se comparer



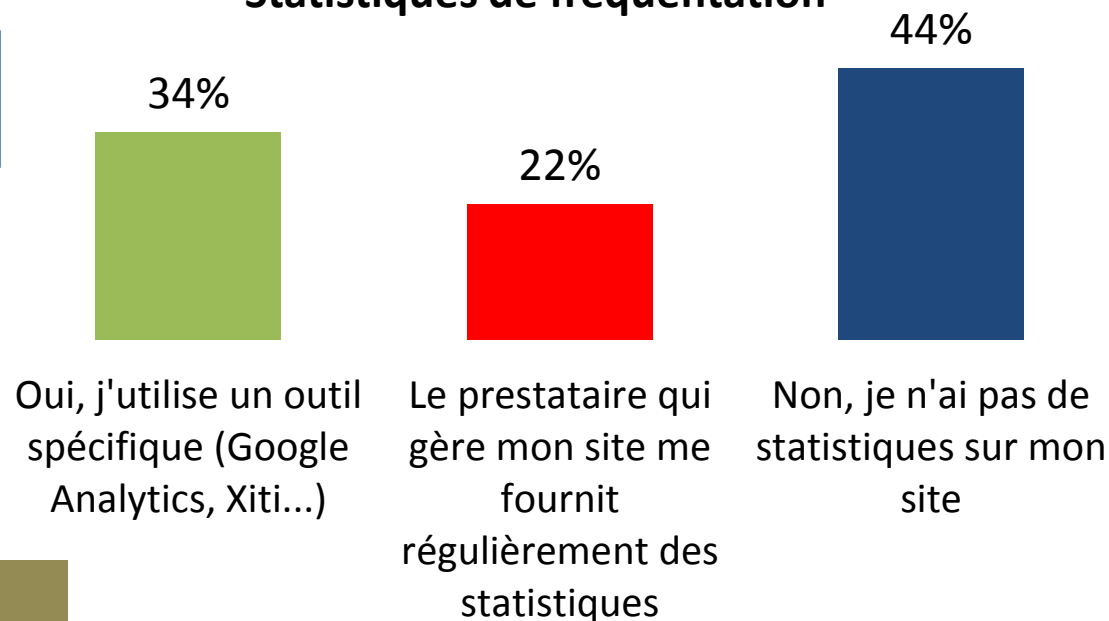
Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

👉 Le site Web n'est sans doute pas suffisamment intégré dans la stratégie marketing/commerciale des hébergeurs, ni au fonctionnement journalier en matière de réservation...



Quel est le comportement des utilisateurs de mon site web ?

Statistiques de fréquentation



Attentes en matière de formation :
Maitrise de Google Analytics : 14%

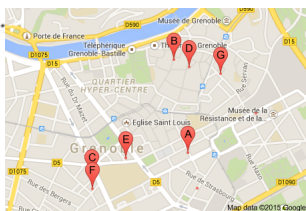
Se comparer



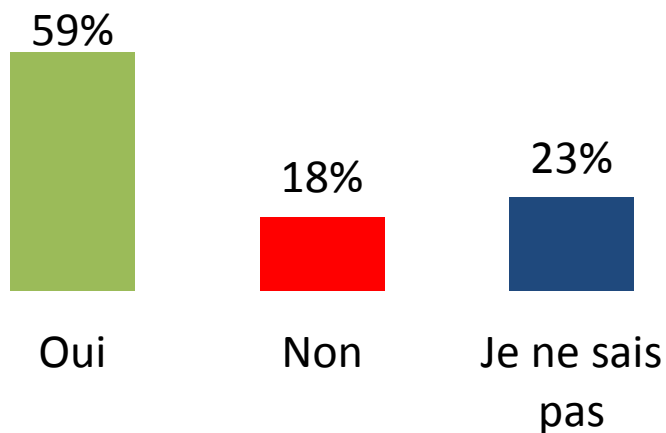
Pas de stat	44%	41%	44%	43%
-------------	-----	-----	-----	-----

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

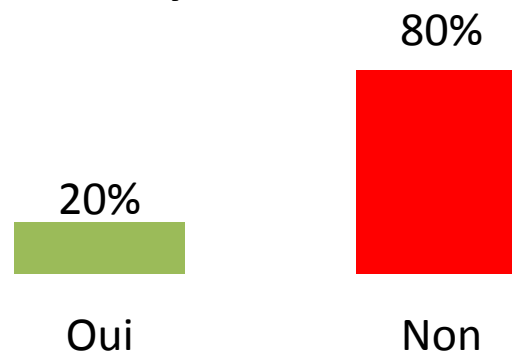
Visibilité sur le web



Géolocalisation Google Maps



Gestion de page "Google MyBusiness"



Se comparer

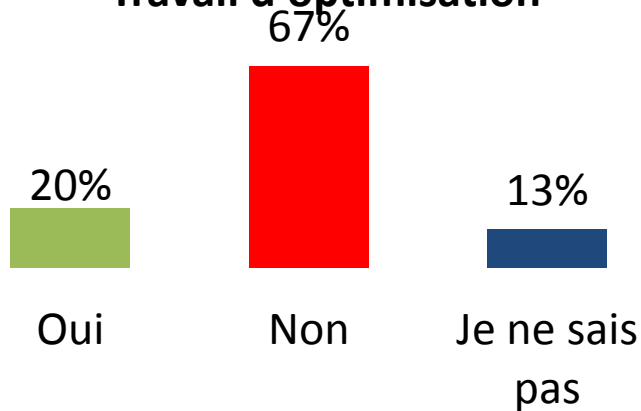
Géolocalisation	59%	59%	100%	66%
Google My business	20%	14%	33%	25%

👉 Google MyBusiness c'est l'ex Google+ Local ou Google page ou...

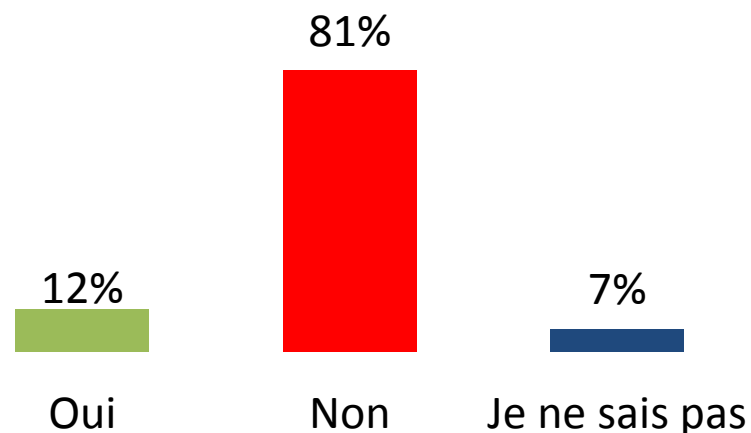
Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

Visibilité sur le web

Travail d'optimisation



Campagne de liens sponsorisés



Se comparer

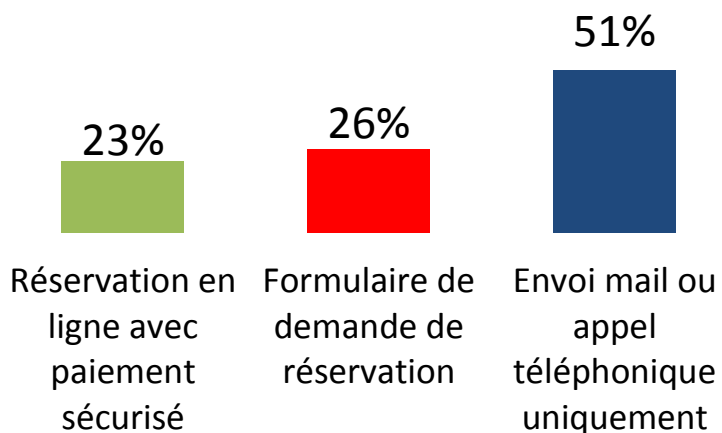
	Oisans	LES 2 ALPES	Alpe d'Huez	C'est en isère
Optimisation	20%	22%	33%	25%
Liens sponsorisés	12%	11%	11%	11%

Attentes en matière de formation :
 Référencement naturel de site web : 26%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez



Solution de réservation



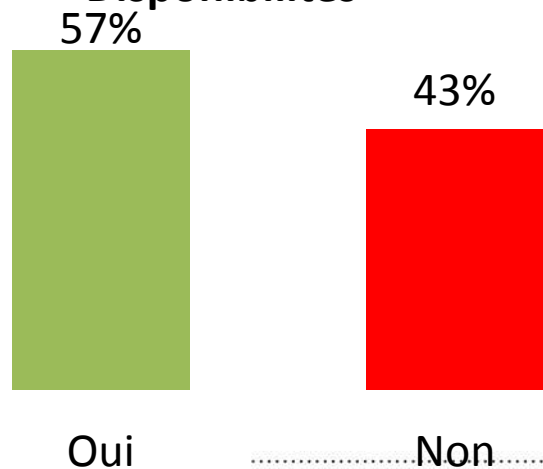
Se comparer



Résa en ligne	23%	29%	33%	28%
Disponibilités	57%	52%	78%	52%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

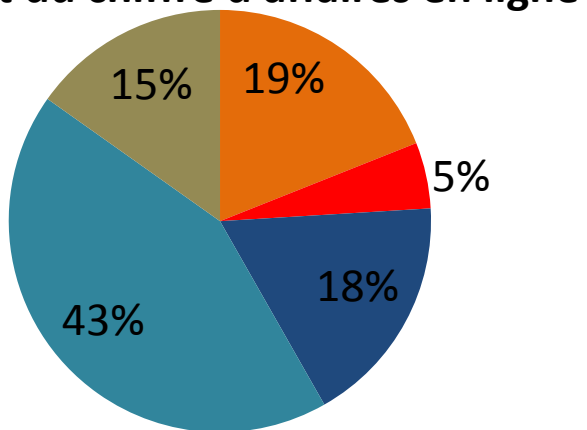
Disponibilités



- ➔ L'e-tourisme est au premier rang des achats en ligne en France.
- ➔ Proposer la réservation en ligne est devenu indispensable pour rester compétitif et booster son activité. Plus qu'une valeur ajoutée, elle est perçue comme le minimum requis par les clients.



Part du chiffre d'affaires en ligne



- Entre 0 et 25%
- Entre 25 et 50%
- Entre 50 et 75%
- Entre 75 et 100%
- Je ne sais pas

Se comparer



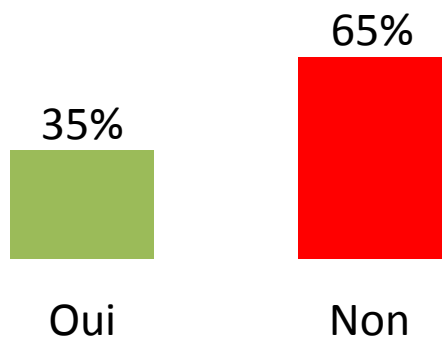
Entre 0% et 25%	19%	14%	33%	22%
Entre 25% et 50%	5%	10%	0%	16%
Entre 50% et 75%	18%	19%	11%	14%
Entre 75% et 100%	43%	43%	11%	24%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

* 42 répondants seulement



Connaissance des avis



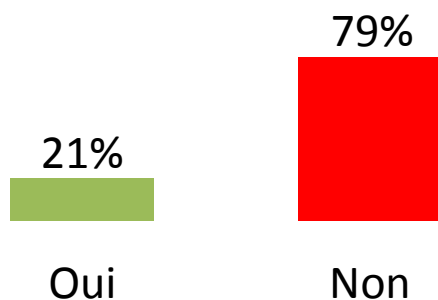
Se comparer



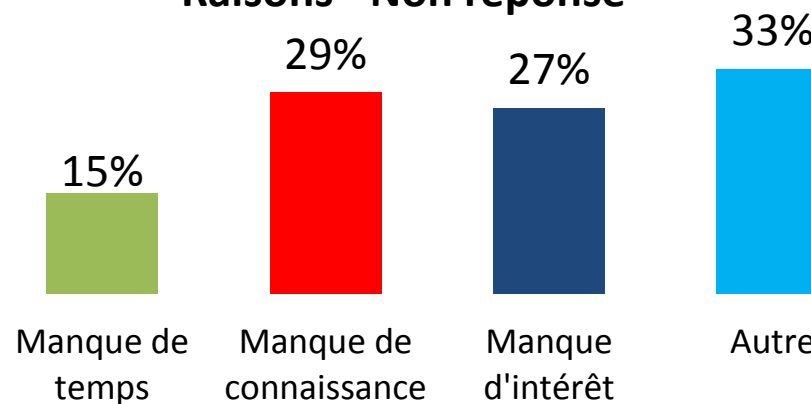
Connaissance avis	35%	25%	56%	43%
Réponse avis	21%	16%	67%	25%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

Réponse aux avis



Raisons - Non réponse



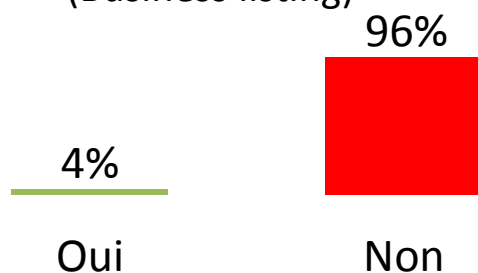
Attentes en matière de formation :
Gestion de la E réputation : 10%

* Ce qui suppose d'avoir pris en main sa page tripAdvisor



Espace contact

(Business listing)



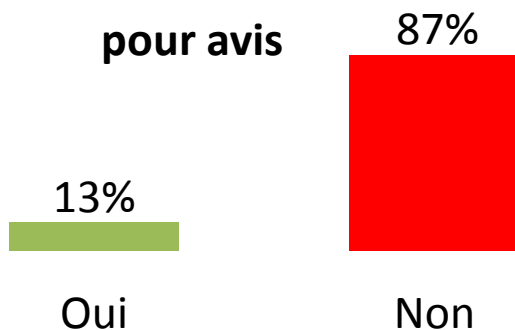
Se comparer



Business listing	4%	0%	0%	11%
Sollicitation avis	13%	16%	33%	15%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

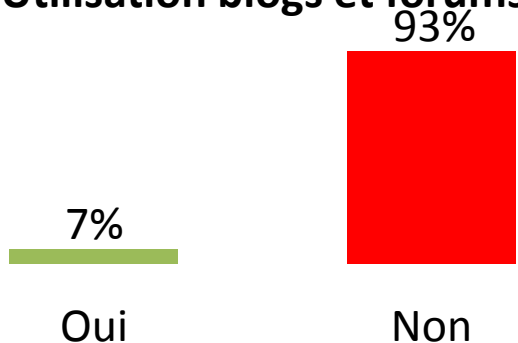
Sollicitation des clients pour avis



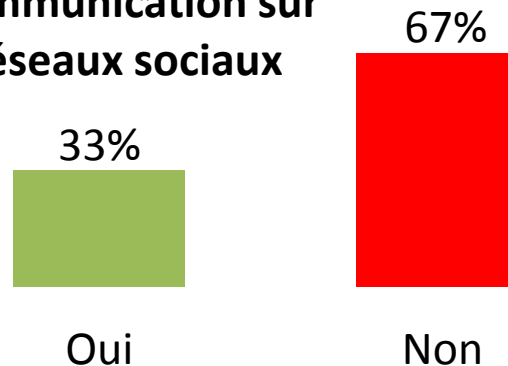
Attentes en matière de formation :

- Publicité sur Facebook et Twitter : 16%
- Autres réseaux : 12%
- Youtube : 6%
- Facebook : 19%

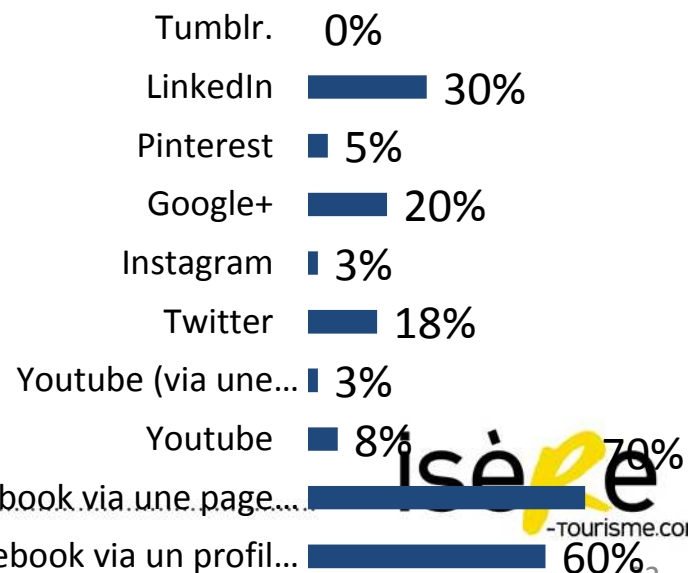
Utilisation blogs et forums



Communication sur réseaux sociaux



Réseaux sociaux utilisés

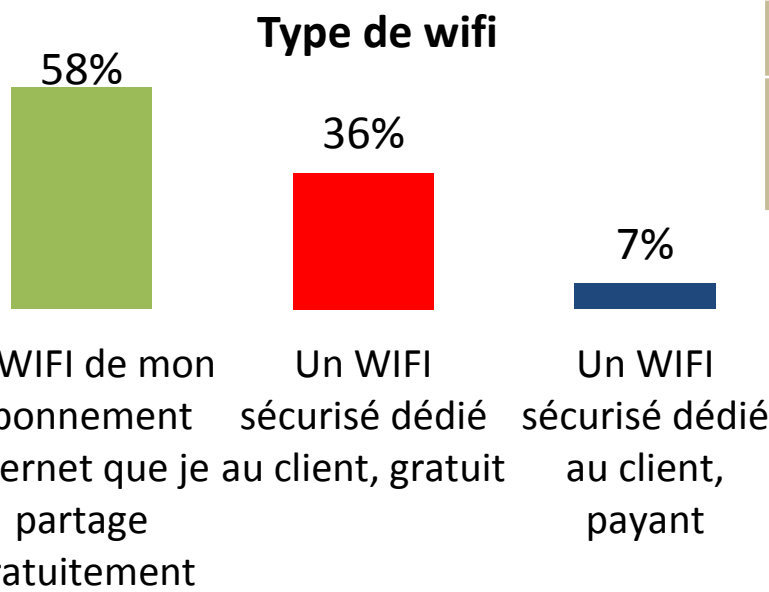
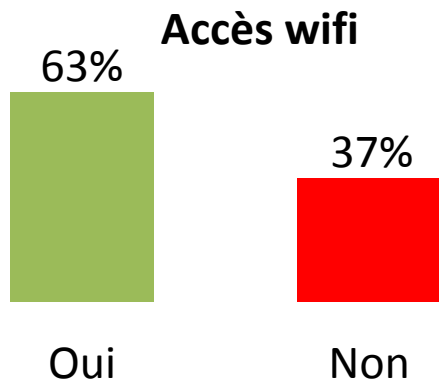


Se comparer



	Oisans	LES 2 ALP	alpe d'huez	C'est en isère
Blogs et forums	7%	3%	0%	9%
Réseaux sociaux	33%	35%	44%	34%
Publicité des réseaux	13%	15%	0%	12%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez



Se comparer



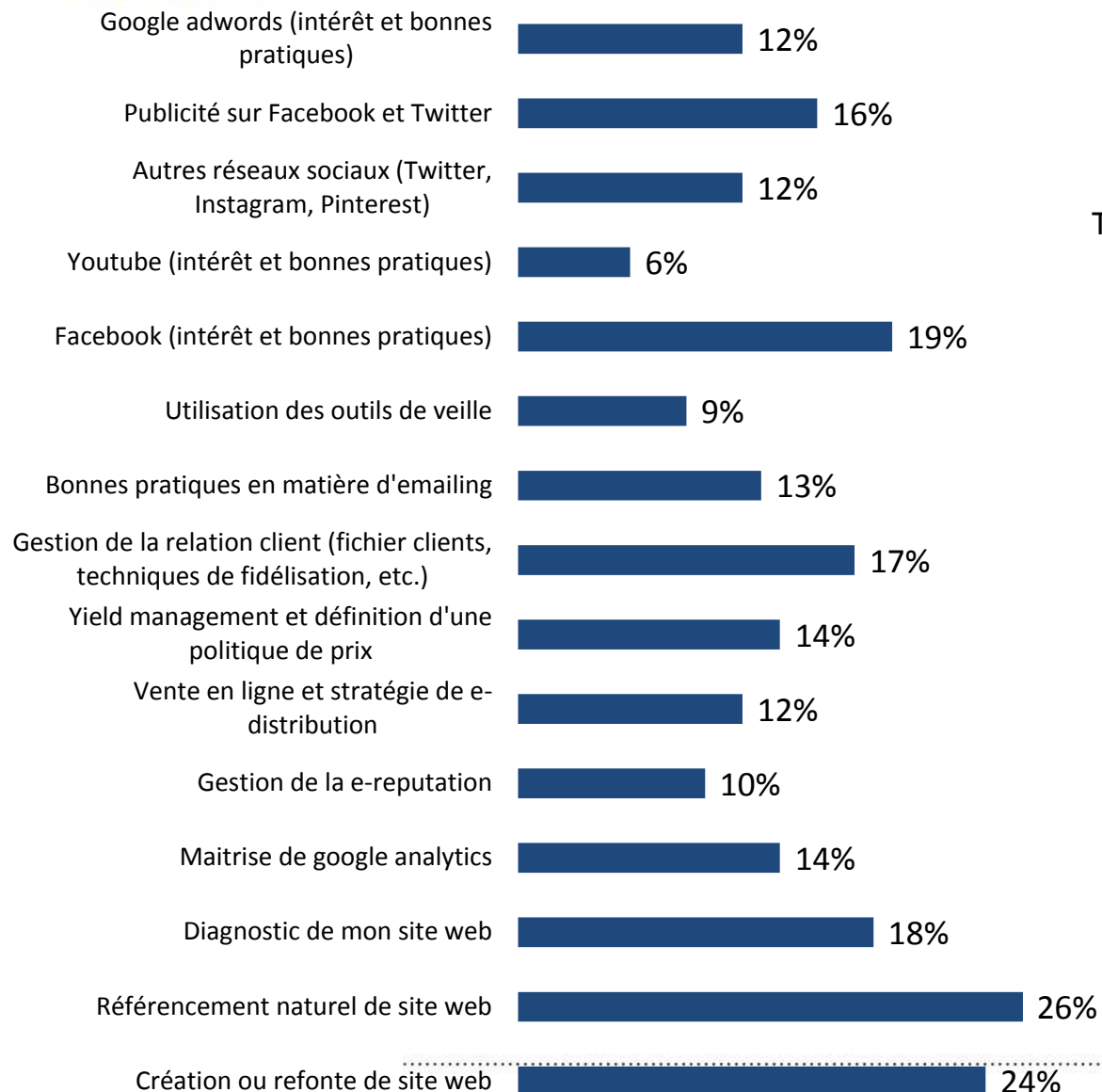
Accès wifi	63%	49%	100%	76%
Dédié, gratuit	36%	50%	44%	37%
Ordinateur à disposition	0%	0%	0%	24%

Taux de réponse très faible pour Alpe d'Huez

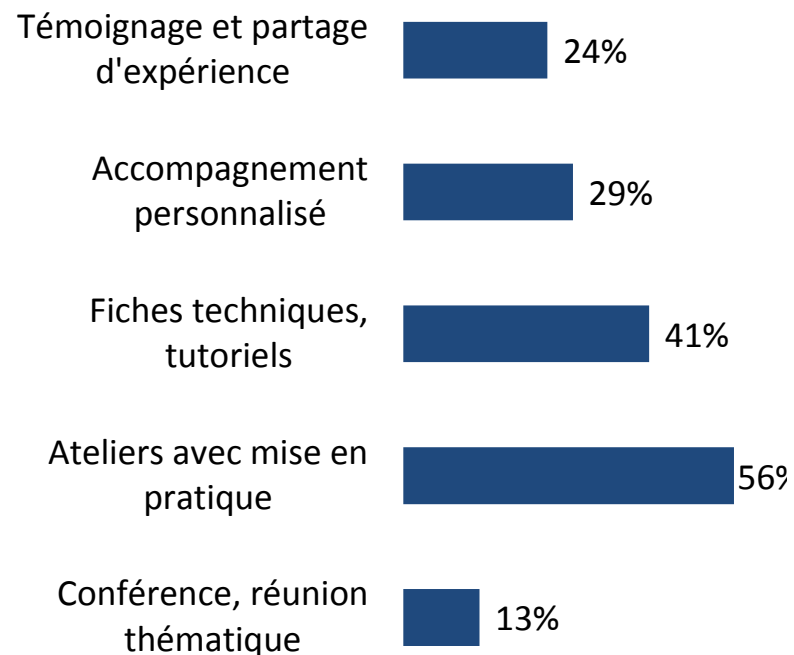
FORMATION ou ATELIERS demandés



Formations ou ateliers demandés



Formats d'accompagnement



ANNEXES

- **Sigles**
- **Lexique**
- **Outils vente en ligne**
- **Sites e-reputation par filière**





Signification des sigles



Résultats des **712 hébergeurs** et sites répondants



Résultats des **139 hébergeurs** et sites répondants en OISANS



Résultats des **46 hébergeurs** et sites répondants aux 2 Alpes



Résultats des **9 hébergeurs** et sites répondants à l'Alpe d'Huez

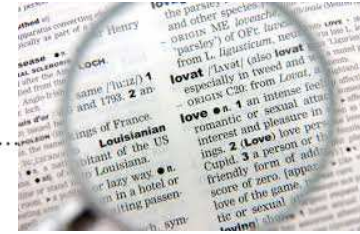
SE COMPARER

- ✓ Les **résultats significatifs** de chacune de ces catégories sont présentés à côté du sigle.
- ✓ Cette comparaison permet de **situer les catégories** entre elle et de **qualifier le résultat**.



Résultats de l'audit exhaustif interne





- **Responsive Design :**

Techniques de conception de contenus web qui permettent de proposer un site Internet auto-adaptable en fonction des interfaces de consultation utilisées : ordinateur, tablette, smartphone. L'organisation du contenu s'adapte automatiquement à la taille de l'écran.

- **e-réputation :**

Avis que les internautes se font d'une offre, d'un service ou d'une marque. Cette notoriété numérique façonne l'identité ou l'image d'une marque de façon bénéfique ou négative selon les avis.

- **Référencement :** Mettre en relation les pages d'un site internet avec les moteurs de recherche tels que Google. Un référencement de qualité permet à un site internet de ressortir les résultats des moteurs de recherche et de se démarquer de la concurrence en augmentant sa visibilité. Il permet également d'augmenter le trafic d'un site web et de bénéficier d'une audience encore plus ciblée.

> **Le référencement naturel :** ensemble de savoir-faire et de technique visant à positionner efficacement et durablement une page internet sur les bons mots-clés. Soigner le contenu de son site, la rédactionnel et la mise à jour régulière de son contenu permettent d'améliorer le référencement naturel de son site.

> **Le référencement payant :** référencement qui capitalise sur l'achat des mots-clés ciblés et de liens sponsorisés. On « achète » sa visibilité et sa remontée sur les moteurs de recherche. Si un internaute clique sur l'annonce, ce clic est facturé.

Site web marchand de qualité

Pas d'outil de vente en ligne = des ventes en moins ...

Panorama des principales solutions logicielles « indépendantes » par métier :

Hôtels							...	
Campings							...	
Location et BnB							...	
Sites et loisirs								...
Boutique								

Gérer sa e-réputation :

1. Prendre la main sur la fiche qui présente son établissement sur les principaux sites d'avis et soigner sa présentation.

Exemple pour un restaurant :



Exemple pour un hôtel :



Exemple pour un camping :



Exemple pour une location :



Exemple pour un prestataire d'activité :



Implique aussi une distribution



Isère Tourisme
Carine André, responsable
Pôle Animation et Services
carine.andre@isere-tourisme.com

<http://pro.isere-tourisme.com/tous-sur-le-web>

