

DESTINATION *Tarn-et-Garonne*

Site internet, applications...

***Les outils pour se vendre
sur internet et communiquer
avec ses clients***



5^{èmes} RENCONTRES DU TOURISME
MARDI 8 OCTOBRE 2024

3 grands principes d'une bonne stratégie marketing

- **Attirer**

- L'objectif est de **générer du trafic vers son site internet**. On parle de marketing d'attraction.

- **Convertir**

- Une des étapes les plus importantes.

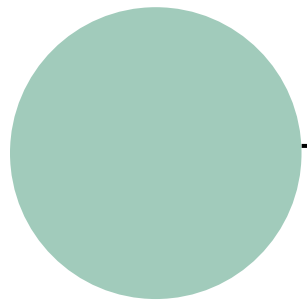
- La conversion passe par la **valeur des contenus** que l'on met sur son site internet. Les textes sont donc aussi importants que le design pour convertir ses clients.

- Le client doit se sentir compris et il doit capter instantanément ce que vous lui proposez pour susciter l'achat.

- **Fidéliser**

- Le but de la fidélisation est de **garder le client sur une longue durée pour qu'il continue à acheter** chez vous.

- Comme pour la conversion, cela passe beaucoup par le site internet, mais pas seulement.



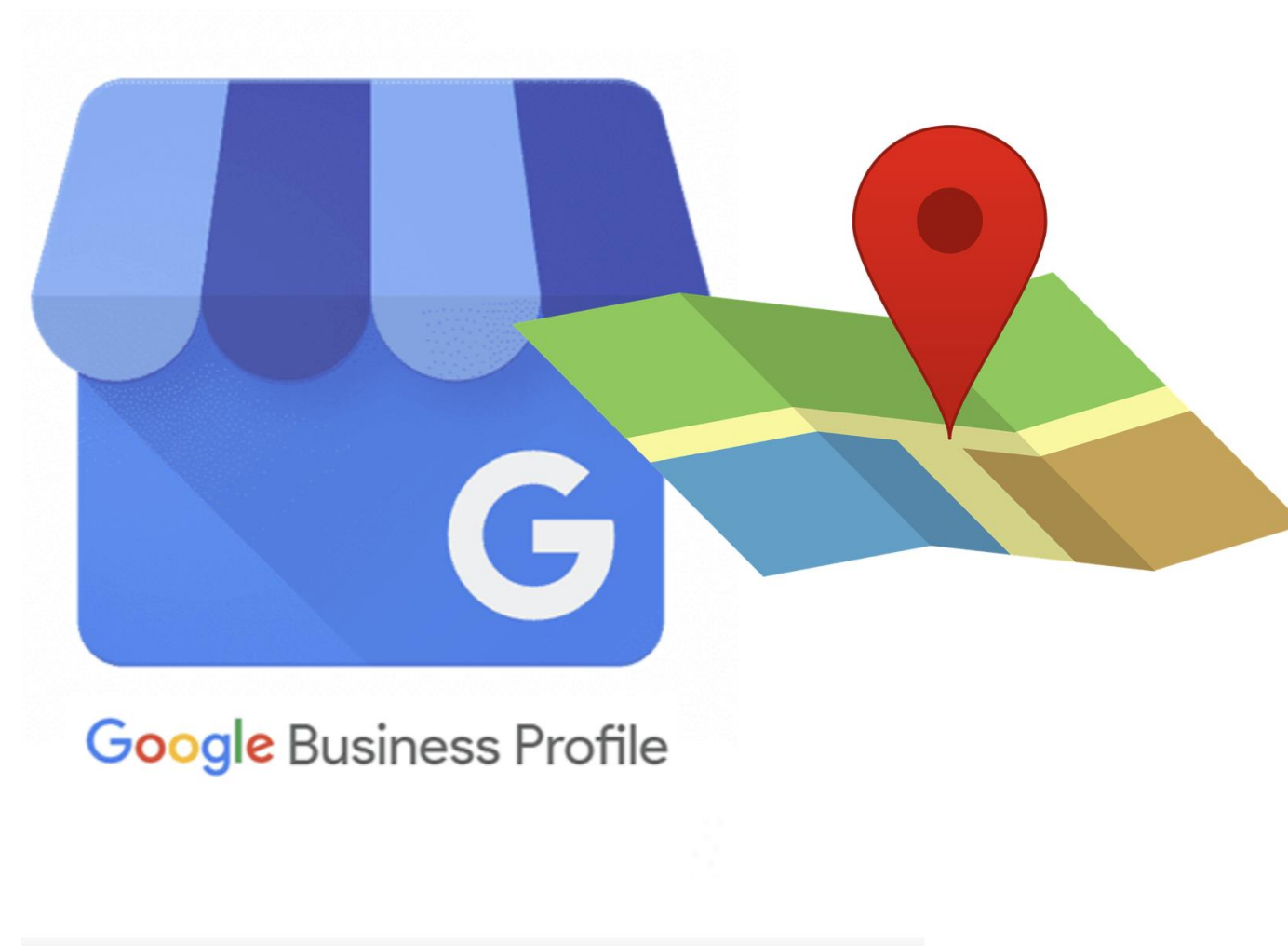
Quels outils pour attirer, pour séduire ?



GOOGLE BUSINESS

PROFILE

(Ex Google My Business)



GOOGLE BUSINESS PROFILE

(Ex Google My Business)

Google Business profile, fait partie des outils incontournables proposés par Google. Alors que la course au référencement naturel est devenue cruciale pour toute stratégie marketing, **Google Business Profile est incontournable pour optimiser votre visibilité locale.**

Google My Business



Google Business Profile

**Votre fiche Google Business Profile
est votre première vitrine digitale.**

Pourquoi créer une fiche Google Business Profile pour votre établissement ?

- Internet est devenu un lieu **incontournable pour les consommateurs.**
- Cet espace digital leur permet de **trouver rapidement des réponses à leurs questions.**
- **Aucune société**, quelle que soit sa taille ou son secteur, **ne peut se passer d'une présence en ligne.**
- En créant un profil, vous pouvez **attirer plus de prospects qualifiés**, et par extension, booster votre chiffre d'affaires.
- L'outil vous permet d'**acquérir une nouvelle clientèle** sans vous coûter un seul centime.



Le Belvédère Hôtel & Spa

4,3 ★★★★★ 2 353 avis ⓘ ⋮

Hôtel 3 étoiles



Vérifier la disponibilité

Adresse : Hotel le Belvédère, 1197 chemin du cougoulet, 82110
Lauzerte

Téléphone : 05 63 95 51 10

Comparer les prix

jeu. 26/09 – ven. 27/09 · 2 personnes

Sponsorisé · Options recommandées ⋮

	Booking.com	101 € >
	Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus	
	Weekendesk.fr	301 € >
	Non remboursable · Petit-déjeuner inclus	
	Hotels.com	156 € ☑
	Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus	



Le Camp • Eco domaine de charme avec piscine naturelle Tarn-et-Garonne

4,7 ★★★★★ 33 avis ⓘ ⋮

Terrain de camping à Varen

Site Web

Itinéraire

Enregistrer

Appeler

Vérifier la disponibilité

Adresse : 842 Rte de la Nauque, 82330 Varen


Horaires : Ouvert 24h/24 ▾

Téléphone : 06 04 40 06 27

Comparer les prix

mar. 24/09 – mer. 25/09 · 2 personnes

Toutes les options ⋮


 Le Camp • Eco domaine de charme avec piscine naturel... 88 € >
 Site officiel
 Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus


 GreenGo 137 € >
 Non remboursable · Petit-déjeuner inclus

Avis

Les avis ne sont pas vérifiés ⓘ


 Tripadvisor

5/5



61 avis


 Google

4,7/5



33 avis

+ Ajouter un avis


 régine c
 Avis de  Tripadvisor



5/5 · il y a 3 mois

Nous rentrons de quelques jours de vacances dans ce camping (ou plutôt glamping) dans le Tarn et Garonne, proche des Gorges de l'Aveyron, de Saint-Cirq-Lapopie... Plus


 Vincent Bourrelly
 Avis de  Google

5/5 · il y a 2 mois

Très belle prestation ! Un lieu magique avec en son cœur une des plus


 Marianne S
 Avis de  Tripadvisor

5/5 · il y a 3 mois

Un merveilleux week-end ultra ressourçant dans la superbe région des gorges de l'Aveyron. Les hôtes sont adorables, les tentes très confortables, les... Plus

Afficher tous les avis →

Questions et réponses

Poser une première question

Poser une question

Profils



Instagram



Facebook

Source : Le Camp • Eco domaine de charme avec pi...

"Le Camp propose la location de tentes lodges dans un domaine boisé. Des vacances au plus proche de la nature sont garanties dans cet éco-domaine du secteur des Gorges de l'Aveyron. Véritable joyau, la piscine naturelle vous offre une baignade... Plus



Le Camp • Eco domaine de charme avec piscine naturelle Tarn-et-Garonne sur Google



#témoignage ★★★★★

"Merci pour votre accueil Anne et Philippe, à la fois pro et chaleureux..."

il y a 26 minutes



Merci pour vos déchets ! 🧻

En valorisant les ressources...

17 sept. 2024



Et comme on est mignon, on vous dit comment créer votre fiche d'établissement **Google** Business Profile en quelques étapes

Étape 1 : Connectez-vous à **Google** Business Profile

Vous devez disposer d'un **compte Google** pour utiliser Google Business Profile : n'hésitez pas à en créer un si vous ne l'avez pas encore fait.

Étape 2 : Ajoutez les informations relatives à votre entreprise

Une fois connecté, Google Business Profile vous demande d'indiquer le nom de votre entreprise et le type d'activité. Saisissez-les et cliquez sur **Continuer**.

Étape 3 : Indiquez si votre entreprise possède un local

Vous pouvez vous inscrire à Google Business Profile si vous vendez directement à des clients en ligne, si vous disposez d'un établissement physique ou si vous fournissez un service de proximité à vos clients. Indiquez ici si vous possédez un établissement ayant pignon sur rue. Une fois votre choix effectué, cliquez sur **Suivant**.

Étape 4 : Saisissez votre emplacement et/ou les zones desservies

Si vous avez indiqué que vous possédez une boutique physique ou un hébergement, Google vous en demandera l'adresse.

Étape 5 : Ajoutez des informations de contact

Vous pouvez ajouter un site web et/ou un numéro de téléphone. Ceux-ci seront visibles publiquement sur votre fiche d'établissement.

Étape 6 : Faites valider votre entreprise

Même si vous ne possédez pas d'établissement physique, vous devez indiquer une adresse postale pour valider votre entreprise. Vous pouvez ensuite choisir de recevoir un code de vérification par SMS. Attendez qu'il arrive, saisissez-le et cliquez sur **Valider**.

Le fait d'être vérifié vous permet de répondre publiquement aux commentaires des clients, d'utiliser les fonctions de messagerie, ...

Étape 7 : Optimisez votre profil

Ajoutez maintenant toutes les informations supplémentaires qui vous permettront de tirer le meilleur parti de votre fiche. Tous ces renseignements sont facultatifs, mais s'ils s'appliquent à votre établissement, n'hésitez pas à les renseigner. Vous pouvez ajouter :

- vos heures d'ouverture,
- une fonctionnalité de chat, qui permet aux utilisateurs de vous envoyer un message directement depuis la liste des résultats Google,
- la description de votre entreprise,
- des photos.

POUR PLUS D'AIDE

Centre d'aide de Google

<https://support.google.com/business/answer/6300717?hl=fr>

Vidéo tuto

<https://www.youtube.com/watch?v=Llvde4-zfoQ>

ou

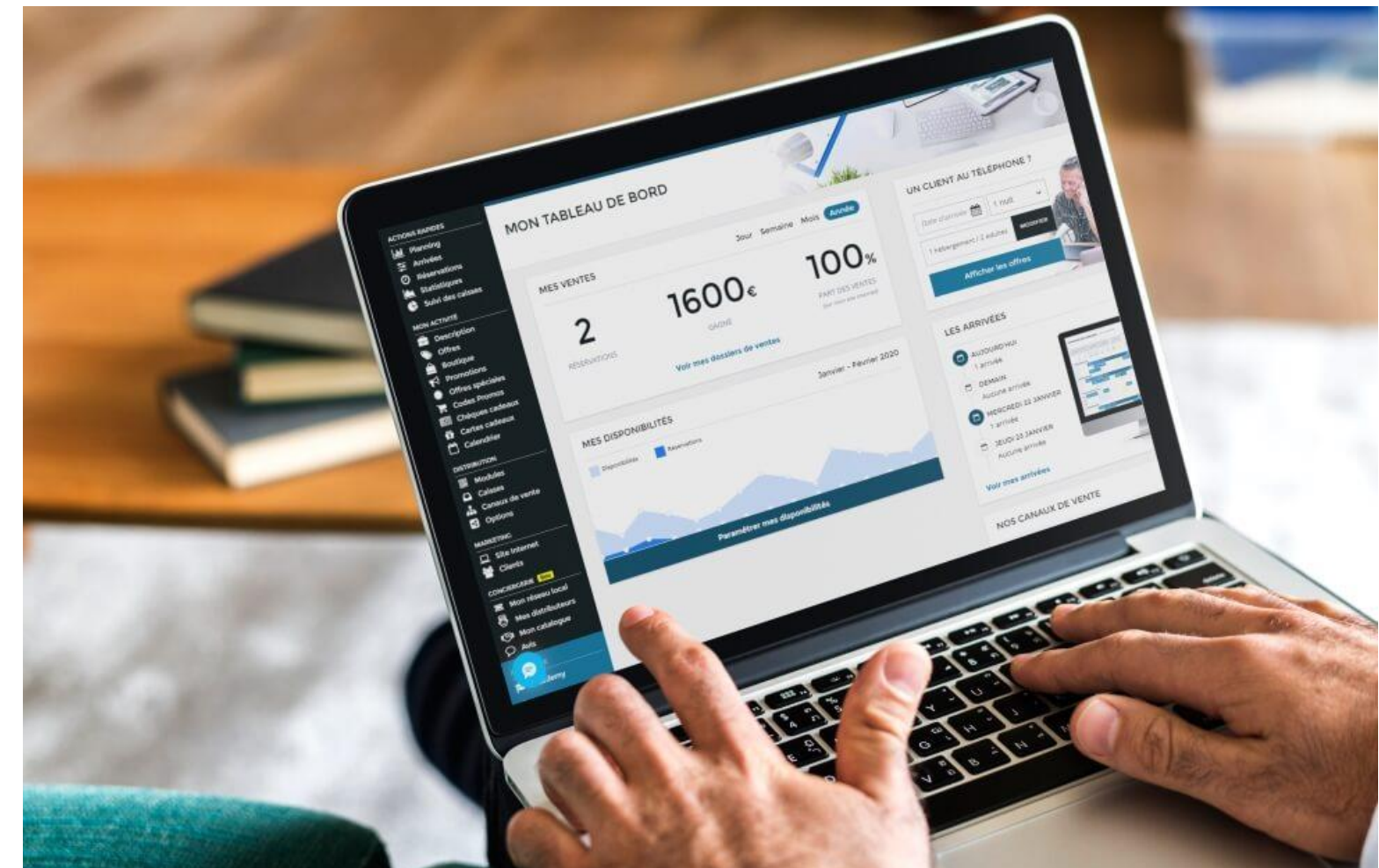
https://www.youtube.com/watch?v=V_eNNPpfYuw

6 RAISONS D'AVOIR UN SITE INTERNET



Pourquoi investir dans un site internet pour son gîte, sa maison d'hôtes, son activité de loisirs ?

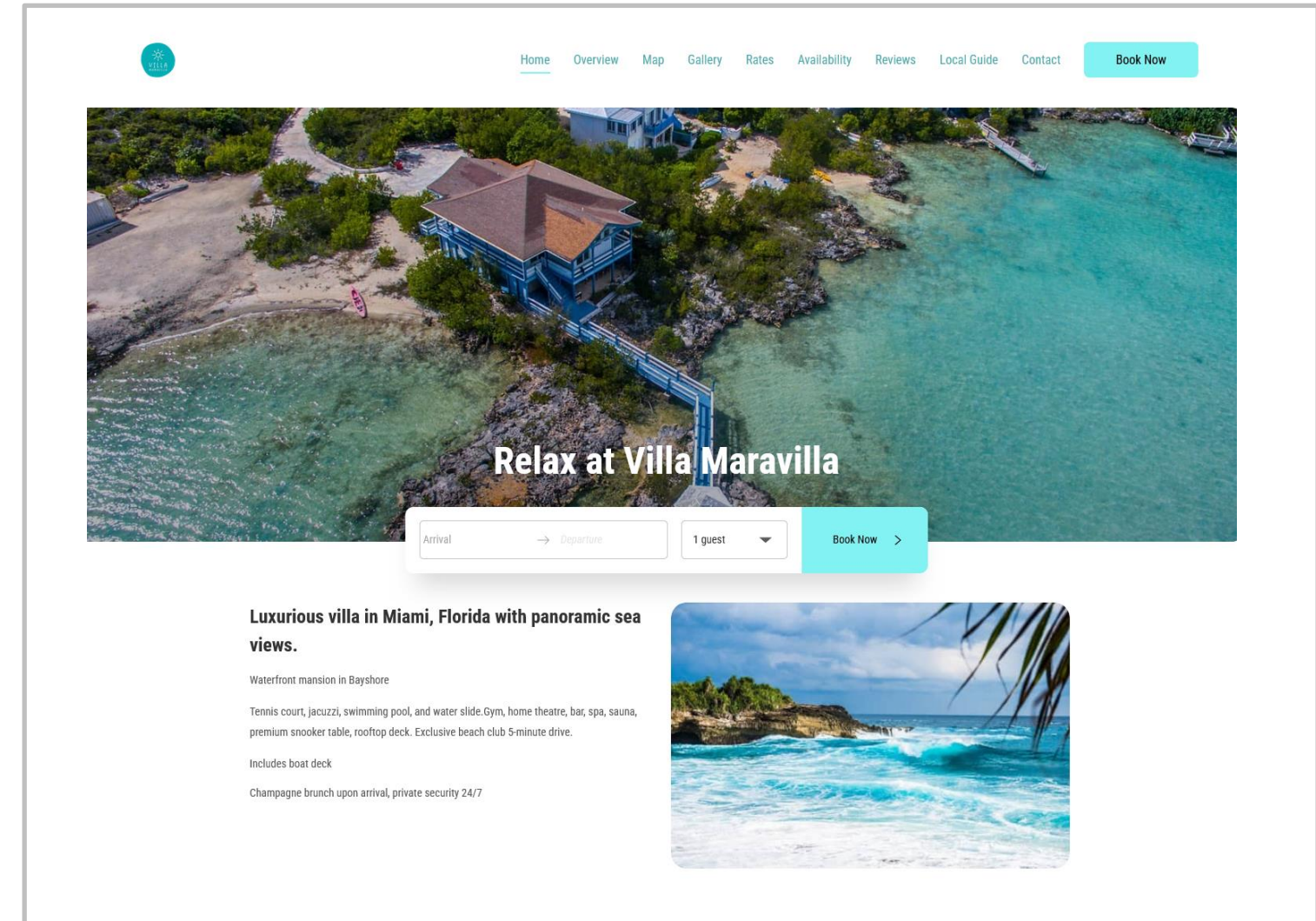
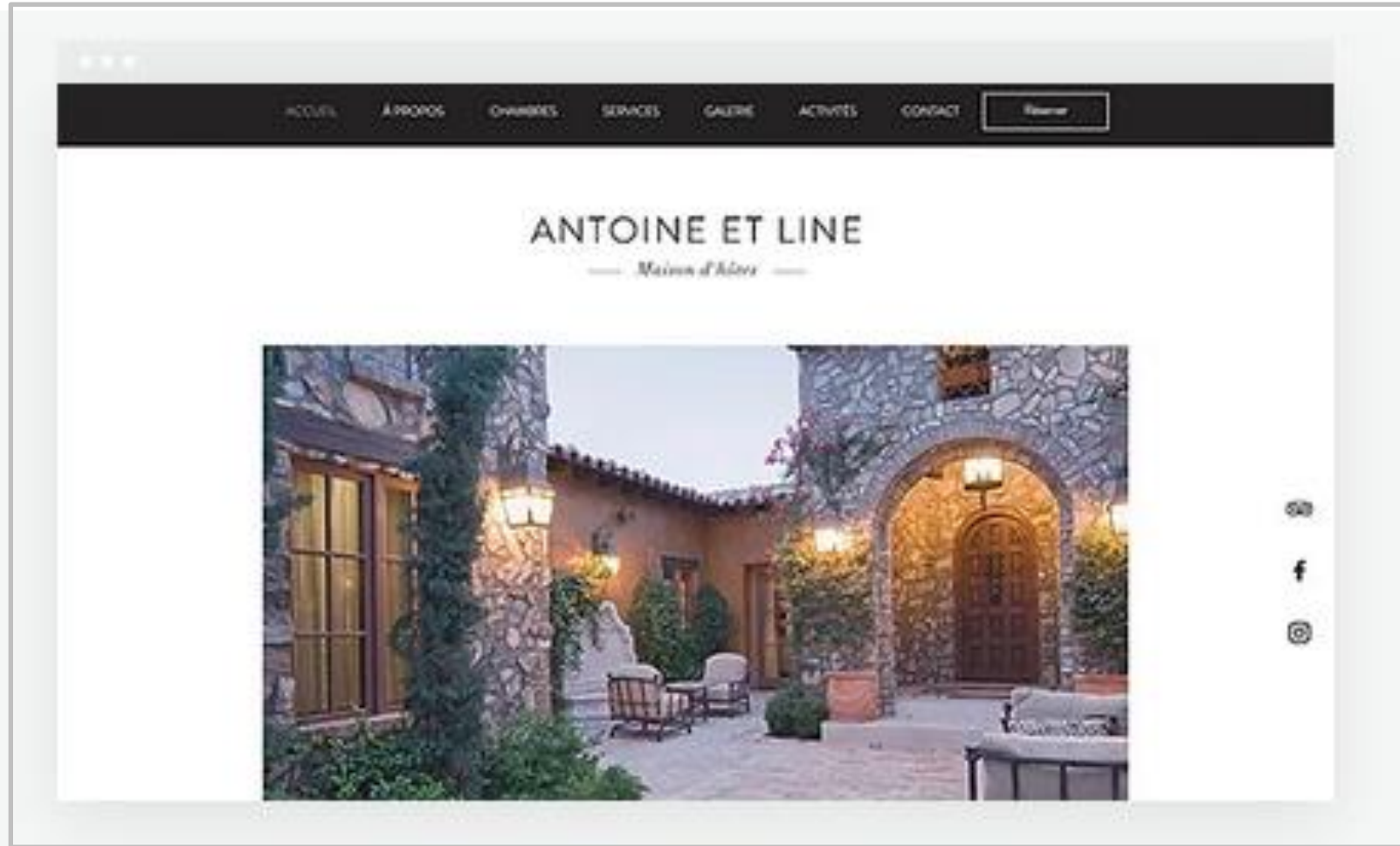
1. Avec + de 60 millions de Français qui passent plus de 2h par jour sur internet en moyenne, vos clients sont en ligne et y passent **beaucoup de temps** ! A noter, que **+ de 80% des voyageurs utilisent aujourd'hui internet pour préparer leurs vacances**.
2. Un site internet vous permet d'être trouvé sur les **moteurs de recherche**, où 93% des expériences en ligne commencent.
3. Un site internet vous permet d'inspirer **confiance** et de maîtriser votre communication en ligne. 56% des internautes n'ont pas confiance dans les entreprises sans site web.
4. Un site internet vous permet de **générer des prospects**
5. Un site vous permet de **vendre en ligne** à plusieurs millions de Français
6. Un site internet permet de vous **positionner comme un expert** dans votre secteur d'activité et d'attirer plus de visiteurs.



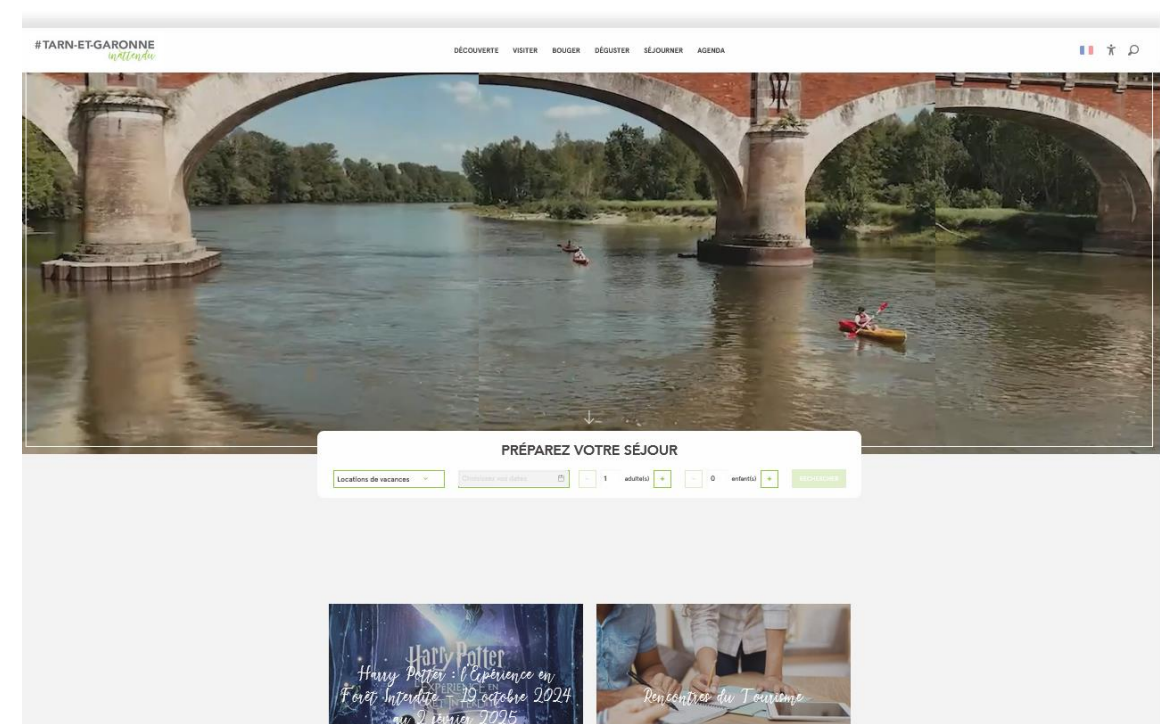
Plusieurs fournisseurs de site

LODGIFY

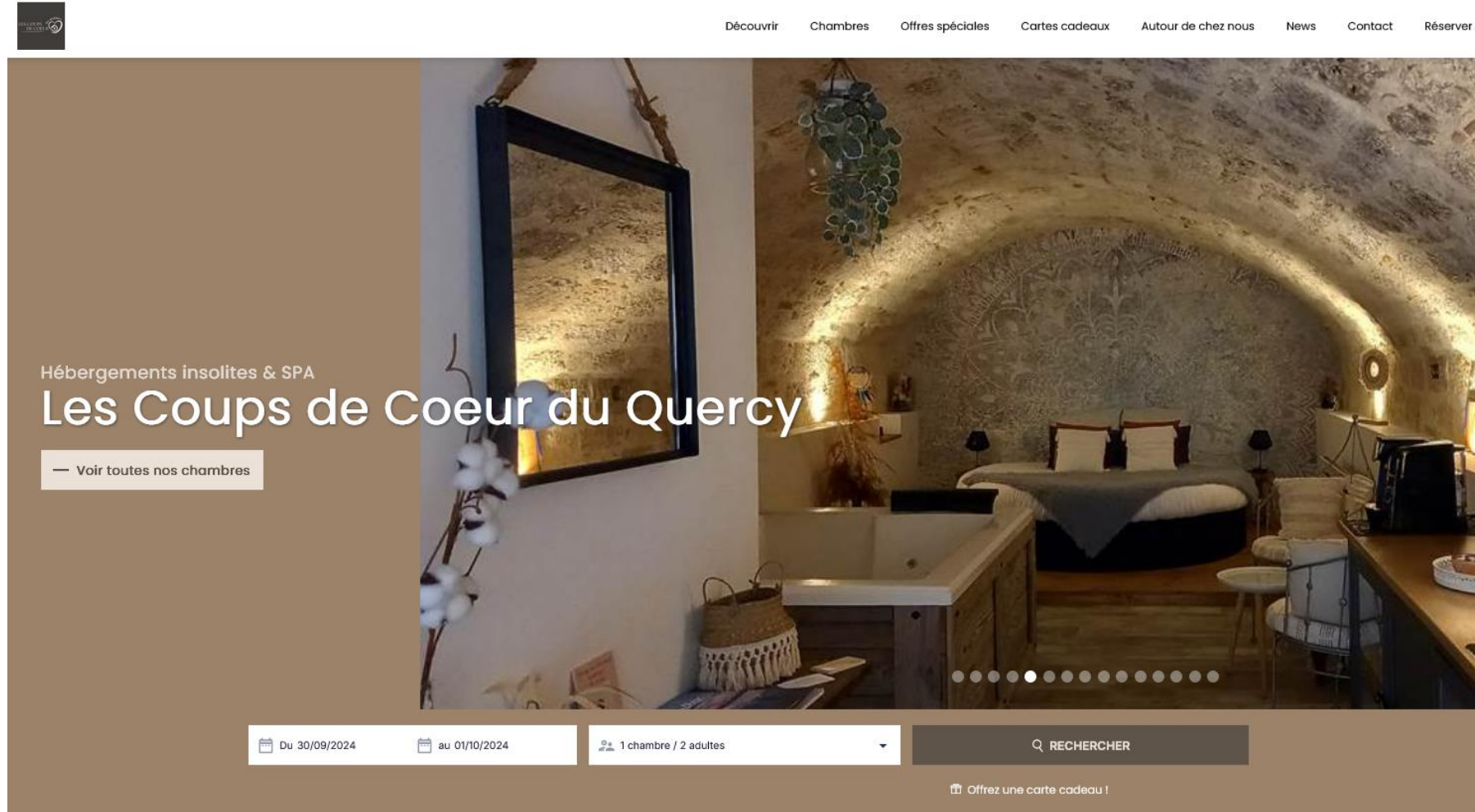
WIX



WORDPRESS



Plusieurs fournisseurs de site

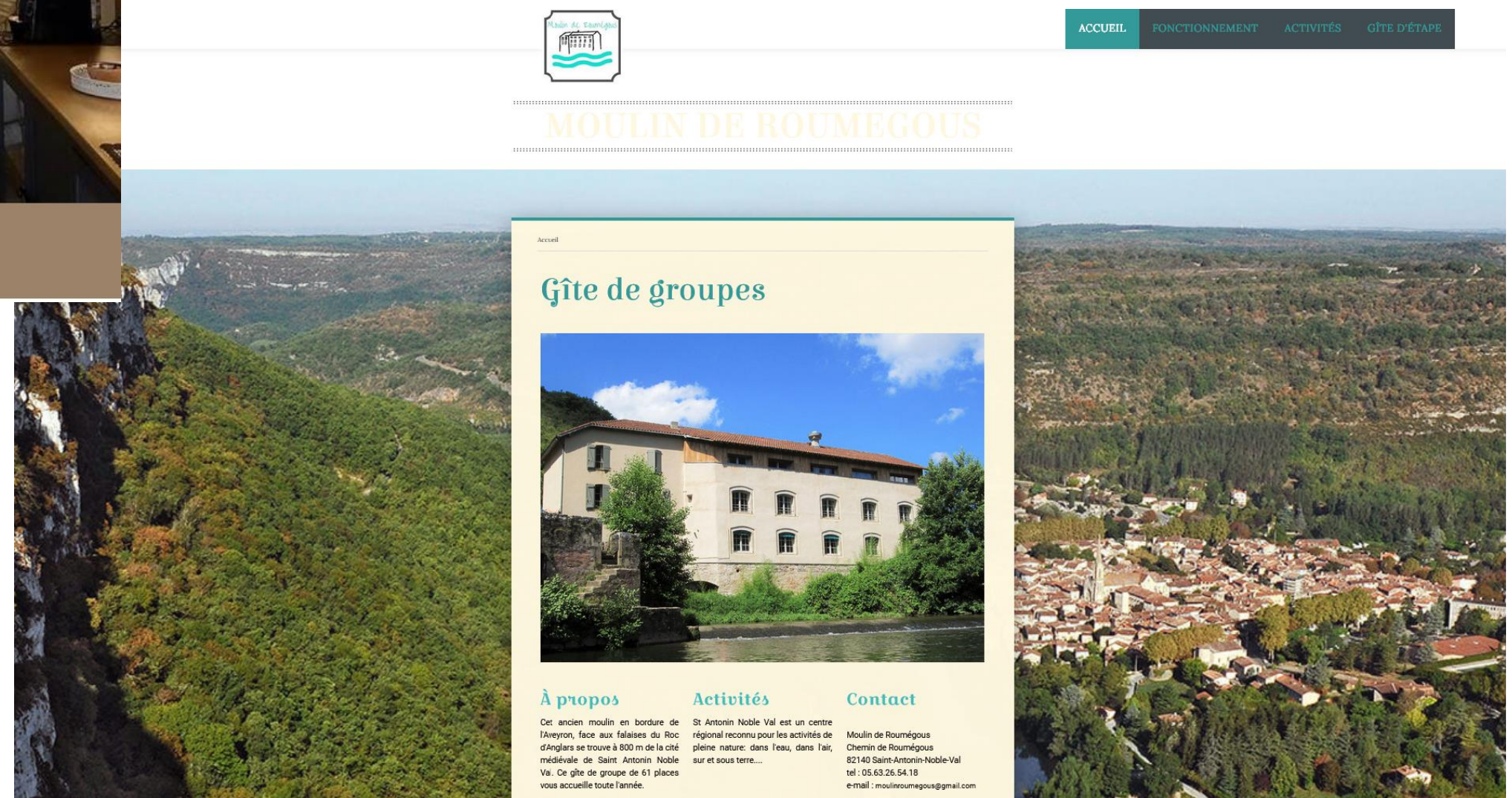


PLACE DE MARCHÉ DEPARTEMENTALE

Tarn-et-Garonne Tourisme a développé une place de marché vous permettant de créer un site internet avec vente en ligne directe ou avec les plus grandes OTA (Booking, Airbnb, Abritel, Abracadaroom, TripAdvisor...).

Plus de 130 prestataires tarn-et-garonnais utilisent elloha et génèrent plus de 1,6 millions d'€.

JIMDO



ET L'AI DANS TOUT ÇA ?

TOP 3 DES OUTILS D'IA APPLICABLE AU TOURISME





1. Chat GPT

Améliore l'efficacité du service client, réduit le temps d'attente et assure une satisfaction accrue des visiteurs. Permet d'être beaucoup plus productif et efficace.

Utilisation possible :

- Rédaction, révision et traduction de contenu
- Création d'un chatbot
- Aide à la réponse aux courriels
- Analyse de données

<https://openai.com/chatgpt/>



2. Midjourney

Permet de créer des visuels attrayant.

Utilisation possible :

- Création de visuels marketing pour un site web ou les réseaux sociaux
- Création de logos

www.midjourney.com



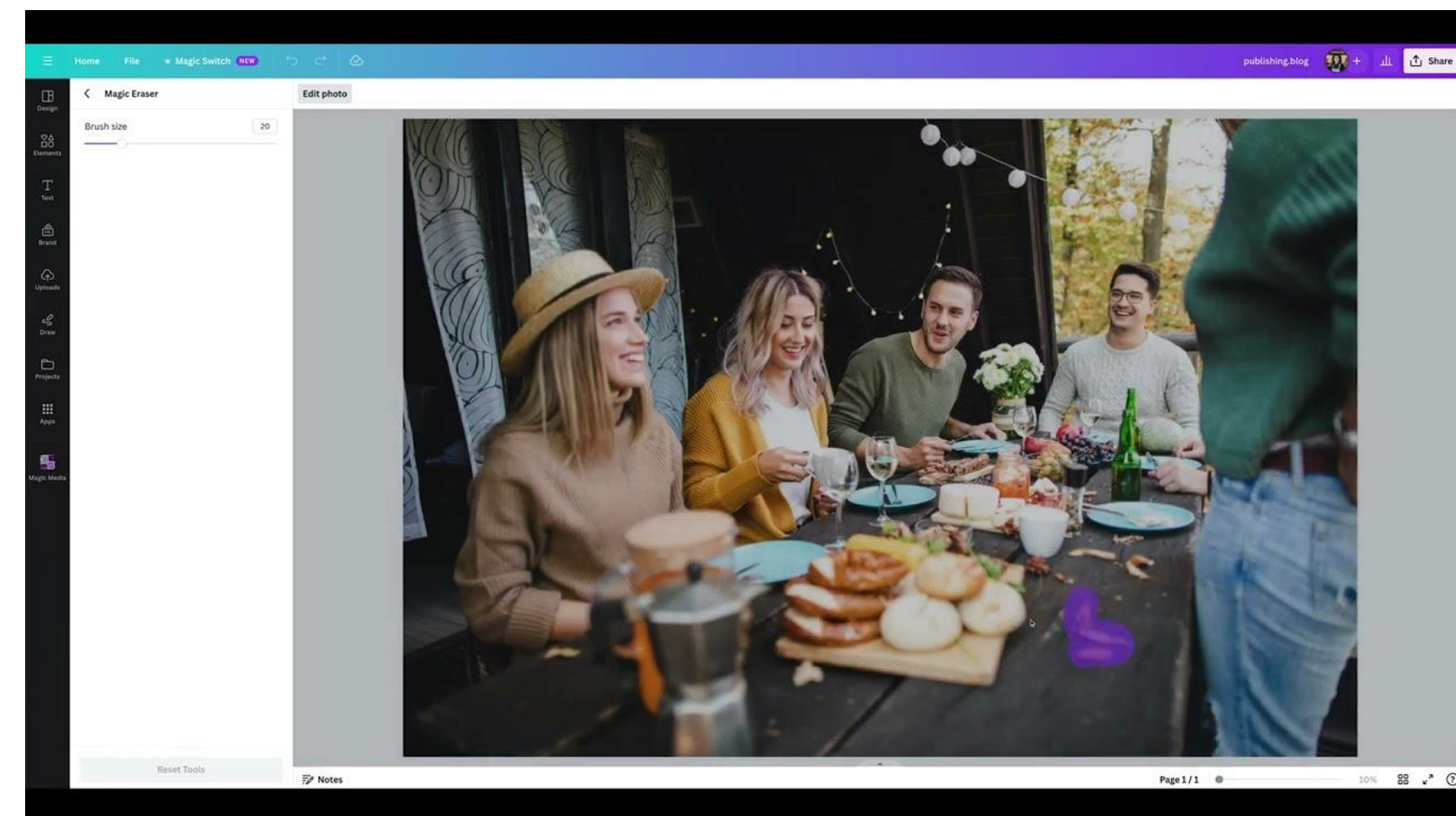
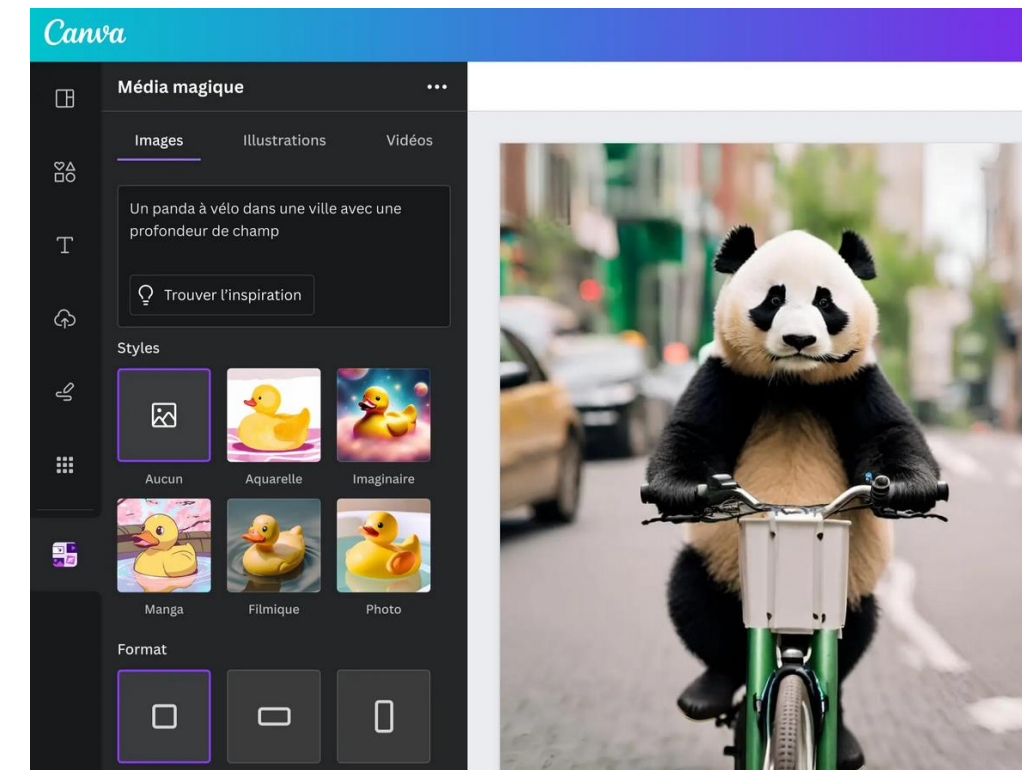
3. Canva Magic Design

Outil puissant de conception graphique assisté par l'IA qui simplifie la création de visuels attrayants et professionnels. Permet de produire rapidement des contenus visuels de haute qualité sans nécessiter de compétences en design.

Utilisation possible :

- Création de visuels marketing
- Design de brochures, publicités, document interne
- Adaptation d'un design en plusieurs formats différents
- Création de présentation
- Édition vidéo

www.canva.com/magic-design



**Incitez vos futurs
clients à acheter
chez vous !**



Le site internet : incontournable dans le process de conversion



4 règles à appliquer

- 1 - Soignez la **mise en page** et la maquette de votre **page web de présentation**
- 2 - **Structurez votre contenu**, racontez une histoire
- 3 – **Appuyez-vous sur les avis clients**, donnez des preuves de vos arguments en faisant témoigner des anciens clients
- 4 - **Convertissez vos visiteurs en acheteurs**



→ Votre site internet doit donc permettre de **vendre vos produits ou services de façon fluide**, grâce à :

- un site clair
- ergonomique et responsive
- des contenus bien écrits et enrichis avec des illustrations de qualité
- des offres commerciales simples
- des avis clients
- un module de réservation pour de l'achat en ligne.

Cap Canoë Aveyron



03/10/2024

RECHERCHER

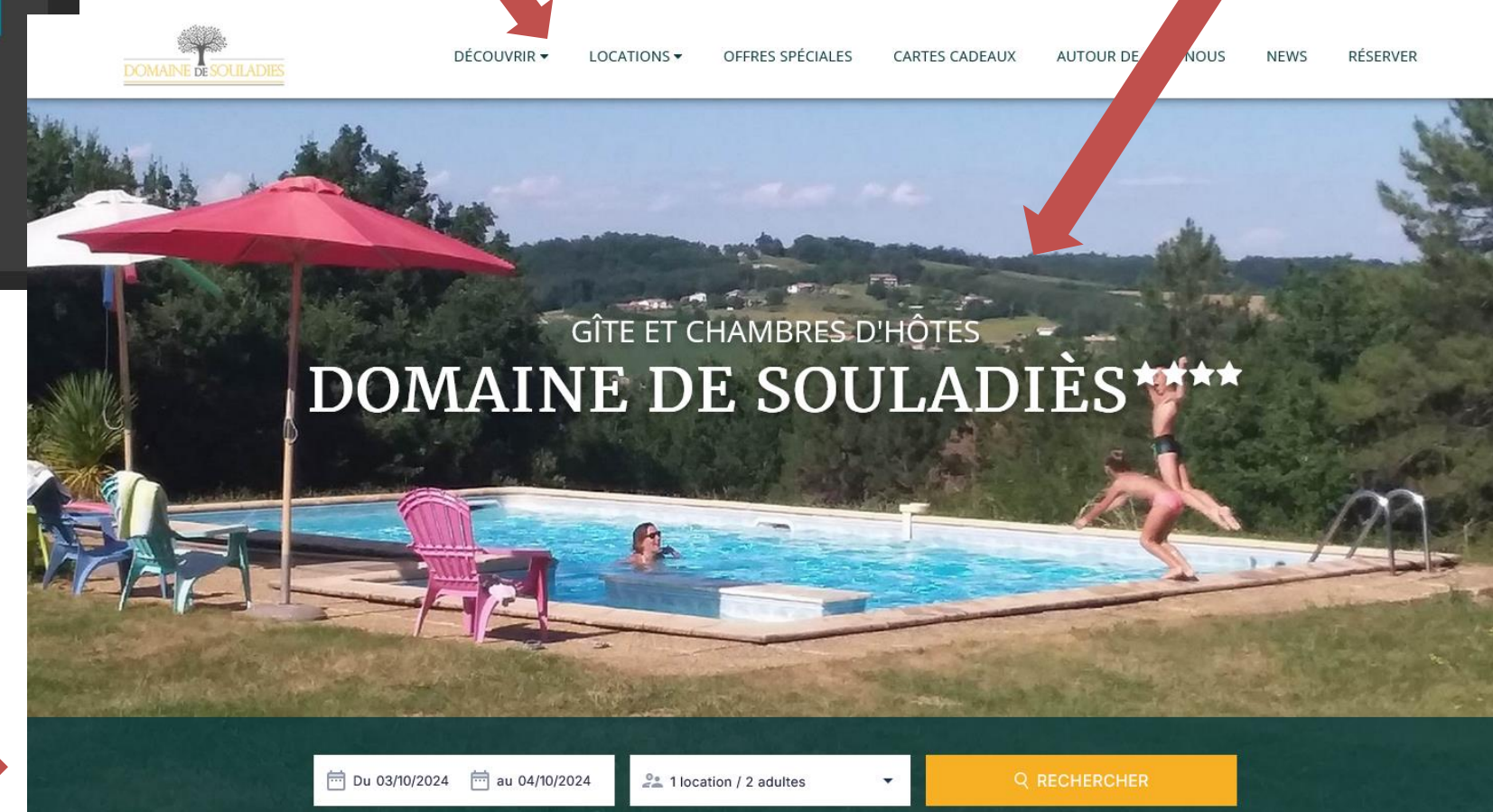


Sites réalisés avec elloha

Visuel de **mise en situation**

permettant à vos futurs clients de pouvoir se projeter ou s'identifier à eux.

Menu simple et clair



Module de réservation

Les Logis du Port, un lieu de détente et d'ancrage au port de plaisance de Montauban

A Port Canal, à deux pas du cœur de Montauban et du monde féérique d'Harry Potter, les Logis du Port vous accueillent toute l'année à travers son "Accueil Vélo", ses hébergements locatifs classés en "Gîtes de France" et "Meublés de tourisme 3 étoiles" ou encore, son café-épicerie-cantine ouvert à toute.s.

Plus globalement, il s'agit d'un lieu de partage écoresponsable pensé sur 3 étages avec une véritable démarche RSE.

Jouissant d'une vue imprenable sur les bateaux et le petit port de plaisance de Montauban, vous n'aurez qu'à ouvrir la fenêtre de votre logis pour prendre une bouffée d'oxygène et être en immersion totale avec la nature. Le chant des oiseaux, lui, ne manquera pas de vous conférer un réveil des plus agréables.

Deux parcs à jeux pour enfants, quelques tables pour pique-niquer, des parkings gratuits et un bar estival festif avec des "food-trucks" aux cuisines variées se situent également à Port Canal afin de lui configurer un côté familial, plaisant et attractif.

Le rez-de-chaussée des Logis du Port se compose d'un espace d'accueil labellisé "Accueil Vélo" où en plus de faire vos "entrées/sorties" et de faire connaissance avec vos hôtes, vous pouvez vous laver en terrasse, attraper un bouquin dans la bibliothèque partagée, grignoter des produits locaux et artisanaux avec une restauration familiale proposée le midi et des dîners sur réservation proposés le soir.

Vous pourrez également en profiter pour faire des emplettes - issues de producteurs triés sur le volet - pour votre dîner du soir ou ramener dans vos bagages en souvenir de votre halte montalbanaise.

Au 1er étage, nous vous proposons un T2 et un T3 tout équipés et décorés - de souvenirs de nos voyages passés et d'objets d'antan chinés - que vous pouvez louer à la nuitée et plus si affinités. Ils ont été classés en meublés de tourisme 3 étoiles et gîtes City Break 3 épis pour garantir votre confort.

Au second étage, deux logis de type "Gîte de groupe" pour 7/8 personnes (soit une quinzaïne en tout) s'offrent à vous dans un cadre chaleureux afin de vous donner envie de vous connecter avec l'autre. Chacun d'entre eux possède de belles prestations puisqu'il se compose de 2 WC, 2 salles de douche, une pièce de vie partagée et un dortoir commun sous forme de lits superposés avec des casters personnels.

Cyclotouristes, nous faisons de notre mieux pour vous faciliter la vie puisqu'un abri sécurisé fermant à clé, des racks à vélos et des prises électriques avec compteur à l'arrière du bâtiment ont été disposés pour vous.

Un atelier d'auto-réparation est à votre disposition durant nos heures d'ouverture et de quoi nettoyer vos chaussures et vos vêtements.

Pour les autres férus de deux roues, sachez que nous avons des vélos musculaires, des VTT, des VAE GIANT flamants neufs pour petits et grands ainsi que des remorques/siège bébé ! Quel luxe de pouvoir déposer sa voiture et de profiter d'un séjour en mobilité douce tout en partant à la découverte d'une ville pensée pour les vélos.

N'hésitez pas à les réserver en même temps que votre séjour en "click & collect" afin qu'ils soient disponibles.

Si vous êtes locataires d'un hébergement, nous vous offrons 20% sur les locations vélos alors il serait dommage de vous en priver !

Enfin, n'ayant malheureusement pas la possibilité d'avoir un ascenseur au sein de l'établissement, les logements ne sont pas accessibles aux PMR.

Fêtes et animaux non autorisés mais privatisation pour événements professionnels et particuliers.

N'hésitez pas à nous contacter pour en discuter !

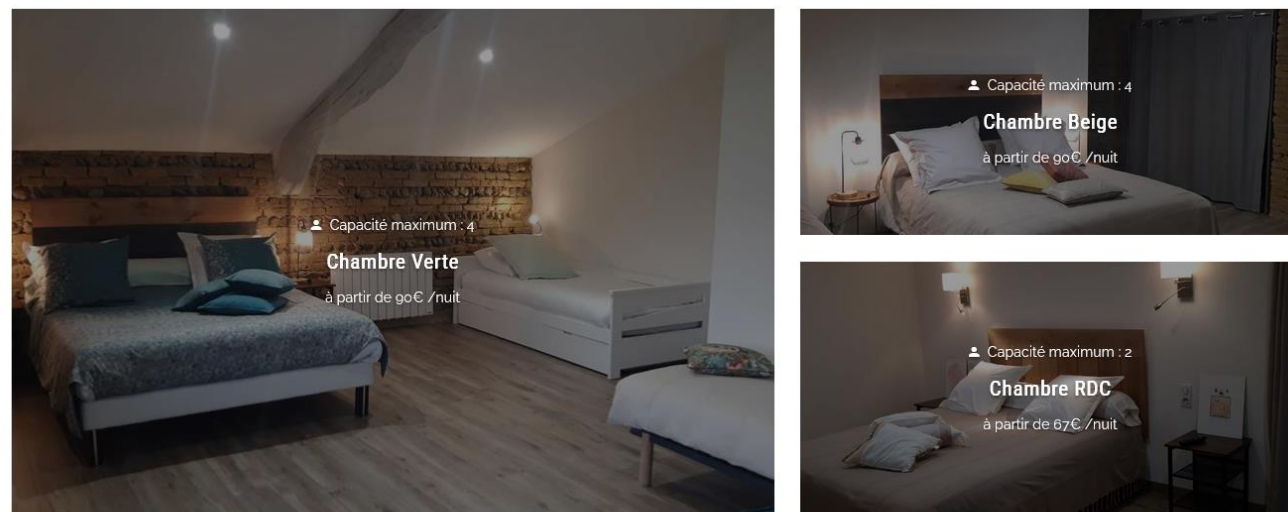
Fanny & Carlos SARL VILLAROL, Gérante
Les Logis du Port***, Résidence de tourisme à MONTAUBAN



Structurez votre contenu

- Utilisez des titres, des sous-titres, des numéros, afin de permettre une lecture en diagonale et un bon référencement naturel
- Le texte doit séduire
- Être informatif
- Il doit inciter à vivre une expérience

Chambres



VOIR TOUTES NOS CHAMBRES

Affichage des offres commerciales

NOS NOTES & AVIS

Booking.com
9.8 Exceptional
4 expérience(s) vécue(s)

Propreté	10
Situation géographique	9.4
Confort	9.4
Equipement	9.4
Personnel	10
Rapport qualité / prix	9.4

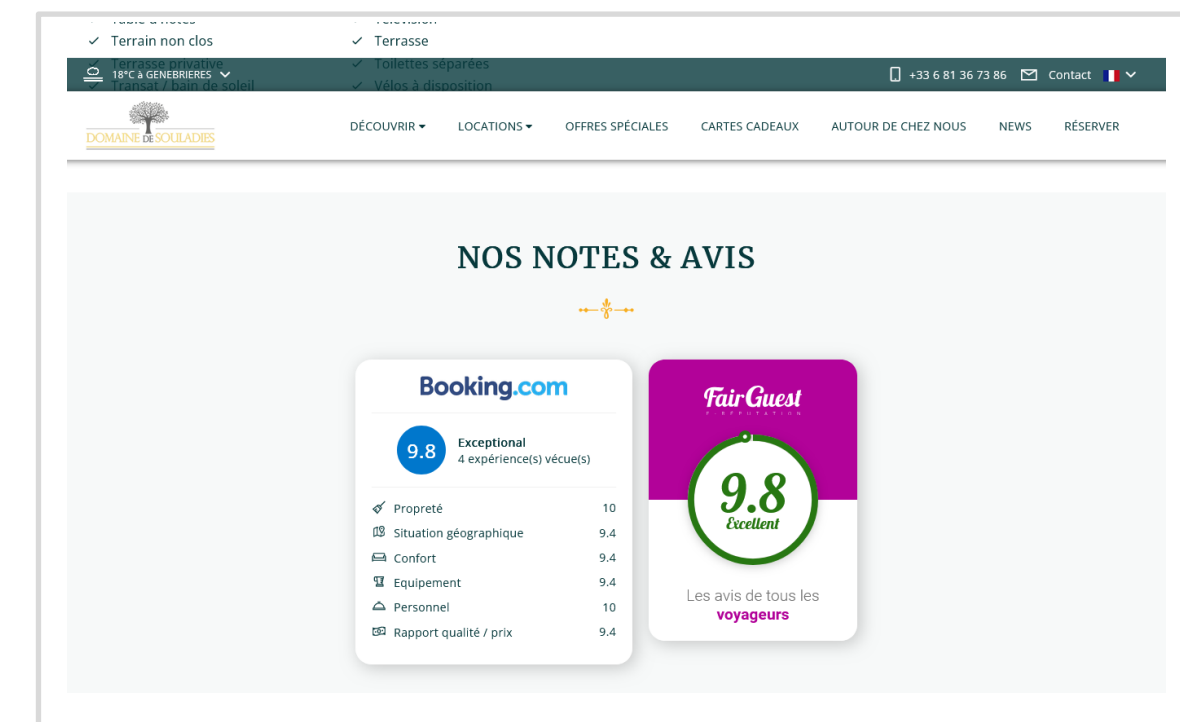
Fair Guest
9.8 Excellent
Les avis de tous les voyageurs

Les avis clients : FAIRGUEST

Aujourd'hui la notoriété en ligne est un enjeu majeur pour les entreprises touristique : **8 consommateurs sur 10 consultent les avis clients avant d'acheter** un produit ou un service. Les avis négatifs diminuent fortement la probabilité d'achat. **66 % des internautes modifient leur réservation si les avis sont majoritairement négatifs.**

Pour vous aider, Tarn-et-Garonne Tourisme s'est doté de l'outil en ligne **FairGuest**, qui vous permet de suivre, analyser et gérer les avis déposés par les clients après leur séjour dans votre établissement.

- **FairGuest** observe, organise, et diffuse les avis des vacanciers.
- **FairGuest** observe plus de 15 plateformes d'avis dans le monde.



Note FairGuest



Note de première page

8/10

Note moyenne des avis collectés sur la première page des sites d'avis

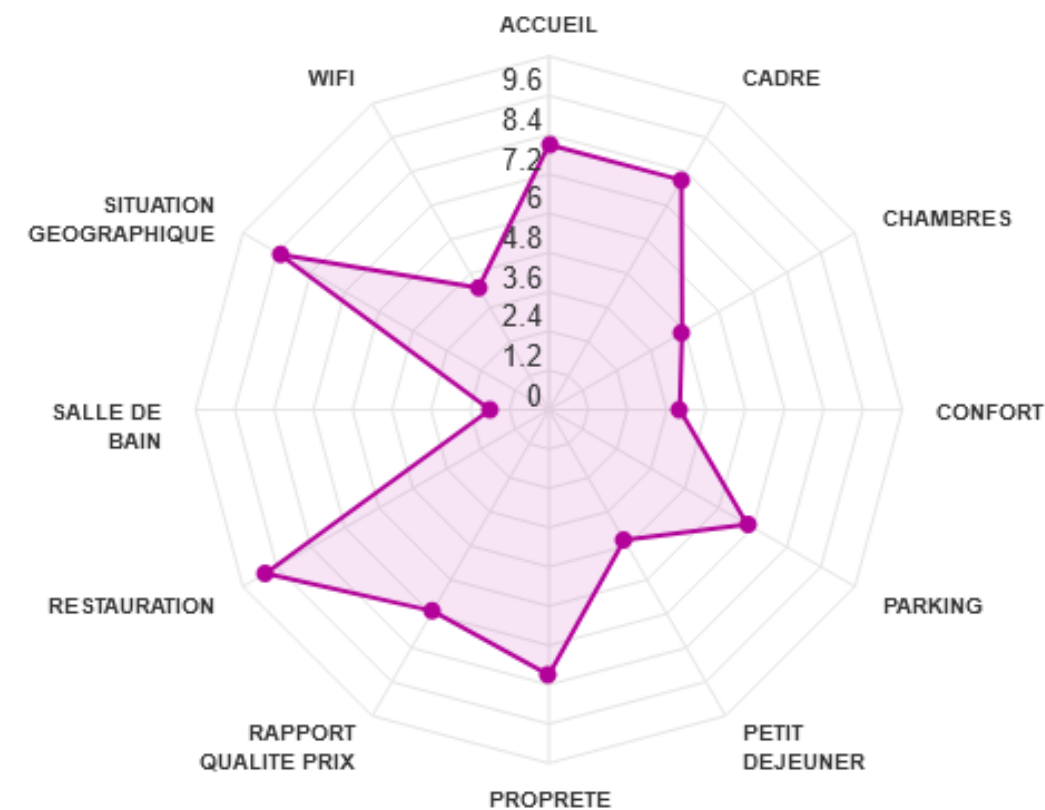
Sur les 30 derniers jours

8,4/10

Note mensuelle des avis collectés sur les 30 derniers jours

[Evolution de la note](#)

Taux de satisfaction des vacanciers



Chaque thématique dispose d'une note, différente de la note FairGuest. Ces notes sont calculées automatiquement à partir des fragments d'avis qui évoquent ces thématiques dans les avis des voyageurs.

[Plus d'informations](#)

Sites d'avis

Avis récoltés sur les 12 derniers mois



8,4/10

+ 2,26%

370

nouveaux avis

Voir



8,5/10

-3,54%

43

nouveaux avis

Voir



8/10

-11,86%

5

nouveaux avis

Voir



6/10

+ ∞%

1

nouvel avis

Voir

+

Ajouter un
site d'avis

Avis positifs

1630 avis positifs ont été déposés sur les 12 derniers mois



Très bon

Montauban une ville à découvrir ! ...

mercredi 02 octobre 2024

B.

8/10



Positif

Emplacement



Négatif

FR

Avis spontané

Voir tous les avis

Avis négatifs

1630 avis négatifs ont été déposés sur les 12 derniers mois



Médiocre

-

mercredi 25 septembre 2024

B.

2/10



Positif

Nada



Négatif

AR

Avis spontané

Voir tous les avis

Ce que les vacanciers apprécient

Expressions récoltées sur les 12 derniers mois

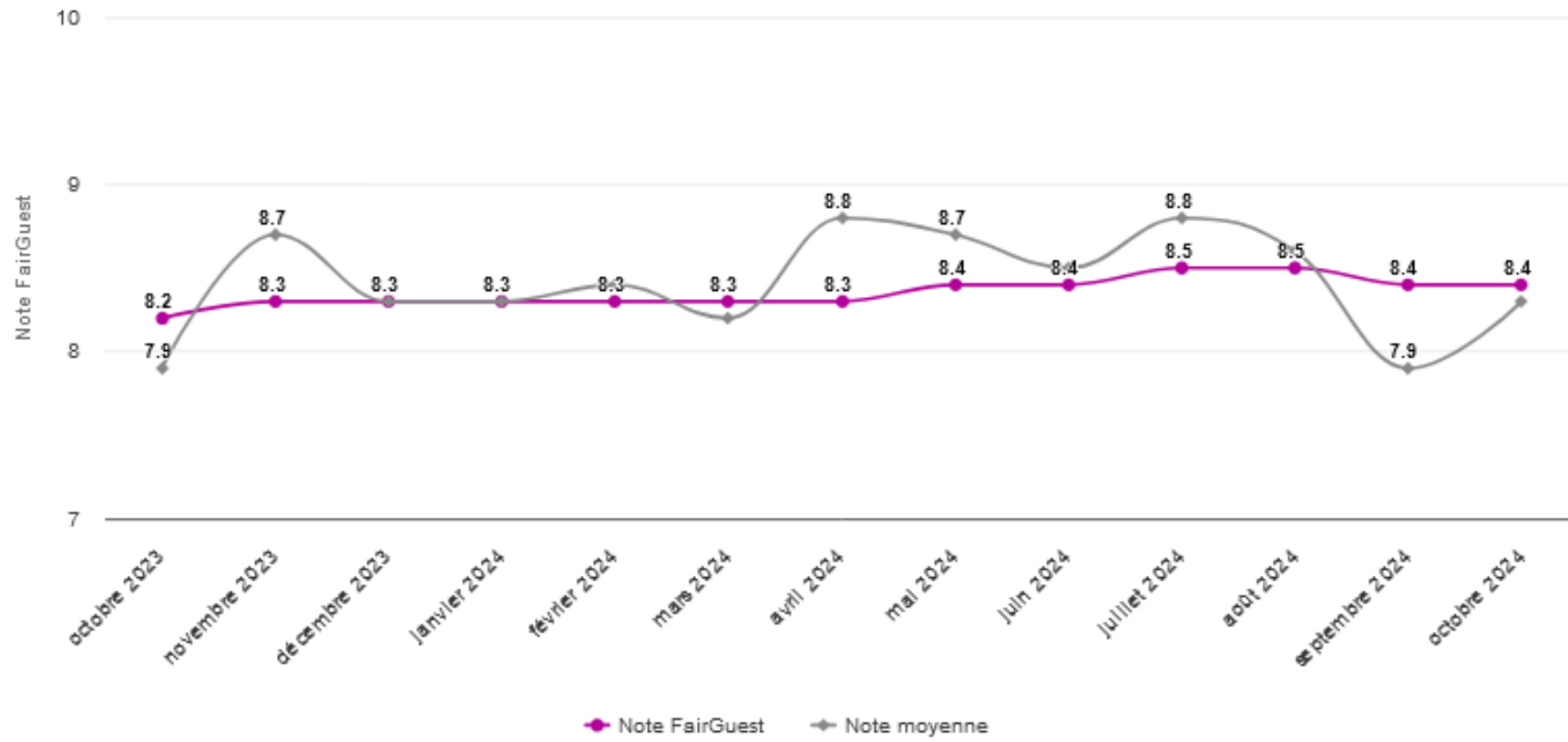
Accueil	Et très bon accueil. 1 occurrence	Accueil sympathique. 2 occurrences	Personnel très accueillant. 2 occurrences	Voir plus expressions
Cadre	Bel hôtel. 1 occurrence	Hotel charmant 1 occurrence	A 2 pas du centre historique. 1 occurrence	Voir plus expressions
Situation Géographique	Location 2 occurrences	Situation impeccable à 2 minute... 1 occurrence		Voir plus expressions
Chambres	Chambre calme et confortable. 1 occurrence	Malheureusement les chambres ... 1 occurrence		Voir plus expressions
Petit Dejeuner	Le petit déjeuner copieux 1 occurrence	Bon petit déjeuner 1 occurrence	Petit déjeuner très correct. 1 occurrence	Voir plus expressions
Parking	Parking sur la place un peu cher ... 1 occurrence	El hotel está situado en una plaz... 1 occurrence		Voir plus expressions
Rapport Qualite Prix	Bon rapport qualité prix 1 occurrence	Très bon rapport qualité/prix. 2 occurrences		Voir plus expressions
Proprete	Accueil chaleureux, disponible, c... 1 occurrence	Bon accueil, personnel sympa et ... 1 occurrence		Voir plus expressions
Confort	Malheureusement les chambres ... 1 occurrence	Climatització individual a part d... 1 occurrence	La 204! 1 occurrence	Voir plus expressions
Salle De Bain	Belle salle de bain petite mais n... 1 occurrence	El wáter en espai separat, del la... 1 occurrence		Voir plus expressions
Restauration	Parfait! 1 occurrence	👍👍 1 occurrence		Voir plus expressions
Equipements	Tiene un baño gigante, bien de t... 1 occurrence			Voir plus expressions

Ce que les vacanciers critiquent

Expressions récoltées sur les 12 derniers mois

Chambres	Chambre un peu petite 1 occurrence	Chambre petite et propre mais 1... 1 occurrence		Voir plus expressions
Petit Dejeuner	Par contre le prix du petit déjeu... 1 occurrence	Nous avons constaté qu'il y avai... 1 occurrence		Voir plus expressions
Salle De Bain	La chambre 206 avait depuis un ... 1 occurrence	Nous avons été réveillés à 6h pa... 1 occurrence		Voir plus expressions
Accueil	! mais cela arrive! 1 occurrence	Etablissement doit être tenu par... 1 occurrence	Très bon accueil, le seul bémol l'... 1 occurrence	Voir plus expressions
Cadre	Bien que le bâtiment soit des an... 1 occurrence	Empfang eher kühl und kurz ang... 1 occurrence		Voir plus expressions
Confort	Domage (chambre 108) que l'i... 1 occurrence	Domage également que, lors d... 1 occurrence		Voir plus expressions
Parking	Hard to park and then it cost a l... 1 occurrence	les parkings gratuits sont un pe... 1 occurrence	Difficulté à se garer 1 occurrence	Voir plus expressions
Rapport Qualite Prix	Par contre le prix du petit déjeu... 1 occurrence	Etablissement doit être tenu par... 1 occurrence		Voir plus expressions
Proprete	Chambre petite et propre mais 1... 1 occurrence	Serviettes tres usées. 1 occurrence	Table de chevet sale et collante. 1 occurrence	Voir plus expressions
Situation Géographique	il ne faut pas venir en voiture ca... 1 occurrence	c'est l'endroit idéal et aussi l'hot... 1 occurrence		Voir plus expressions
Service	La réception peut accueillante, ... 1 occurrence			Voir plus expressions
Wifi	Il manque dans la chambre une ... 1 occurrence			Voir plus expressions

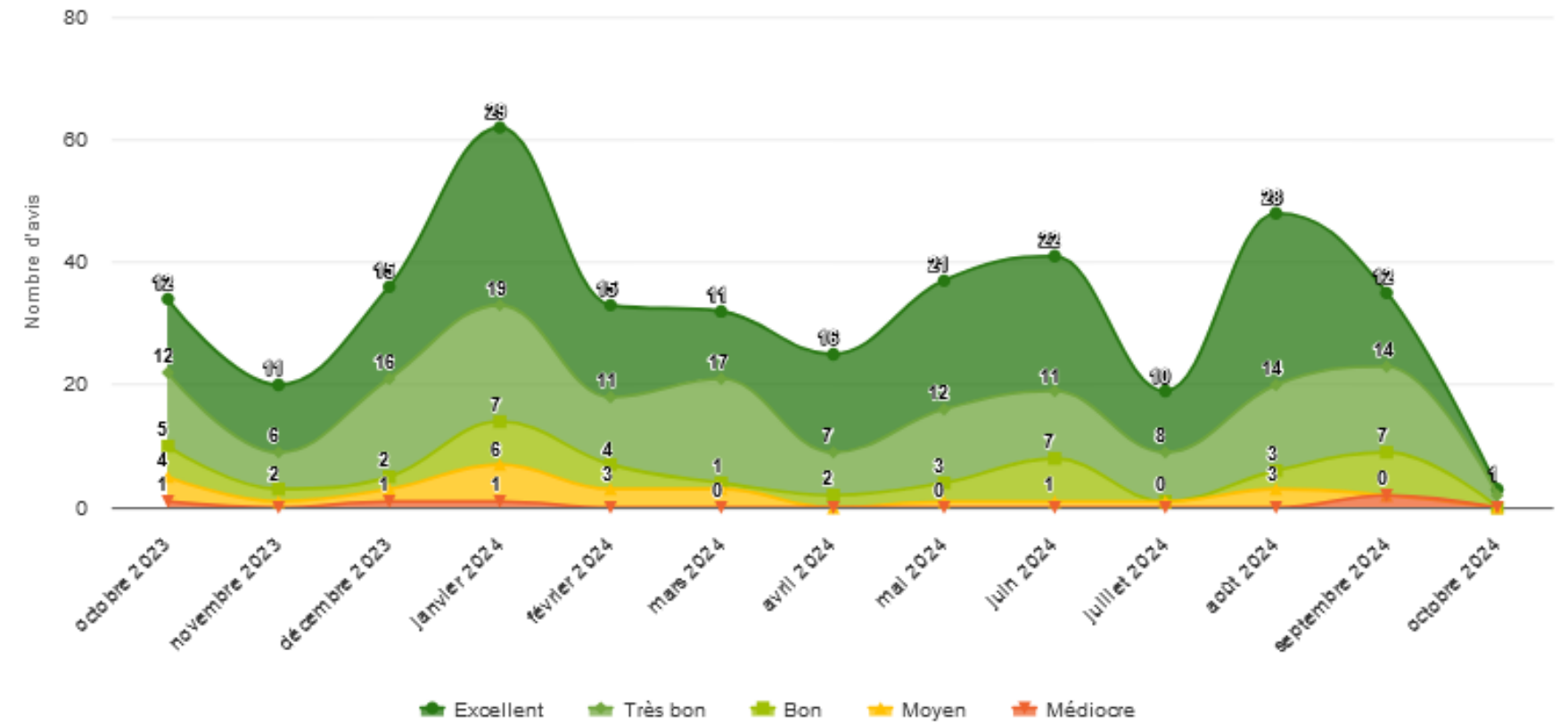
Evolution de la note FairGuest et de la note moyenne



Calculs réalisés par www.fairguest.com

[Voir l'historique](#)

Evolution de la tonalité des avis



Calculs réalisés par www.fairguest.com

[Voir l'historique](#)

Renforcez la confiance des clients

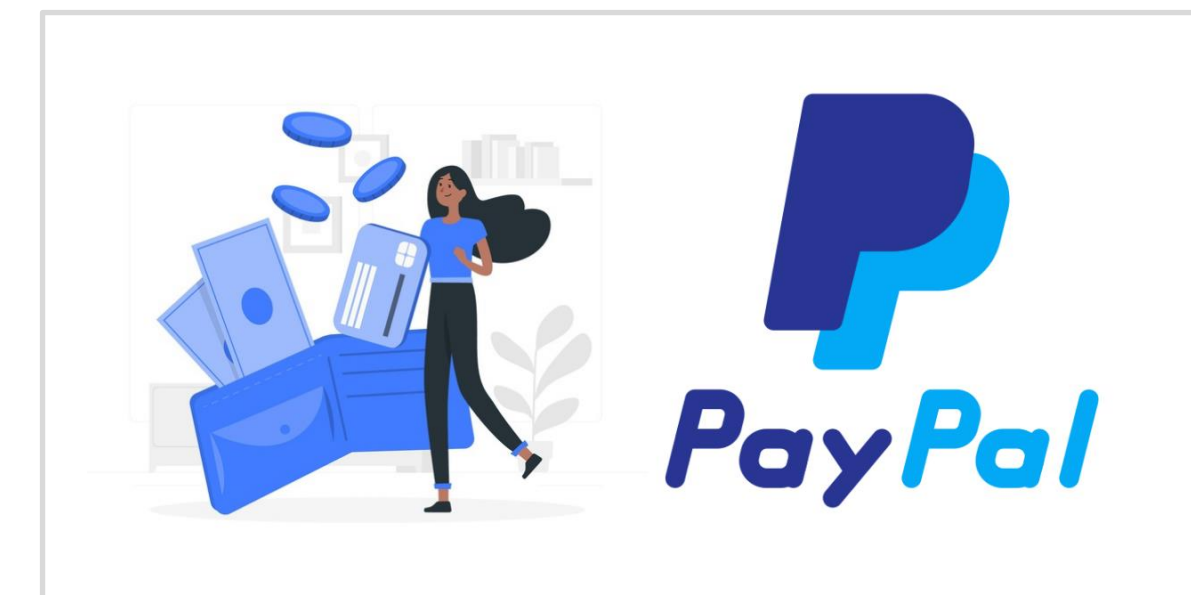
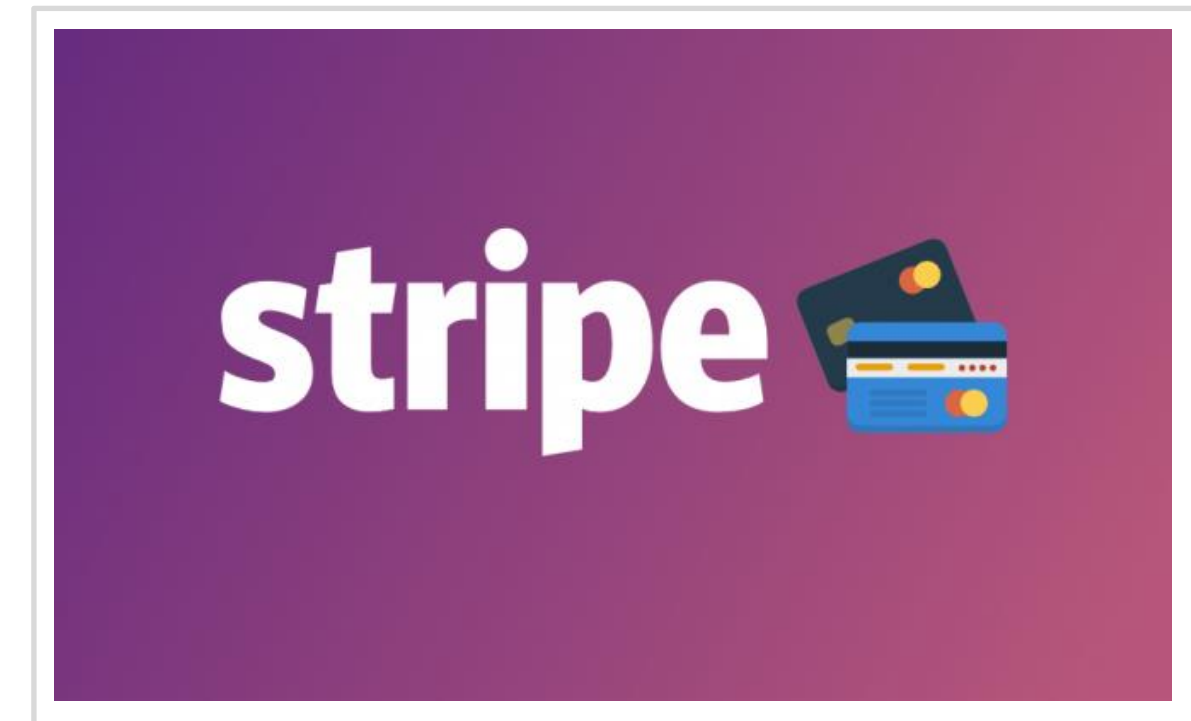
→ Rassurer et informer

- Demander des **informations personnelles** et relatives aux **moyens de paiement** nécessite une confiance forte du point de vue de l'utilisateur.
- L'absence d'information peut, en quelques secondes, freiner un achat.
- Votre fournisseur et vous-même devez indiquer efficacement que les **transactions** sont **traitées en toute sécurité**, ce qui donne aux utilisateurs le sentiment que leurs données sensibles sont entre de bonnes mains.



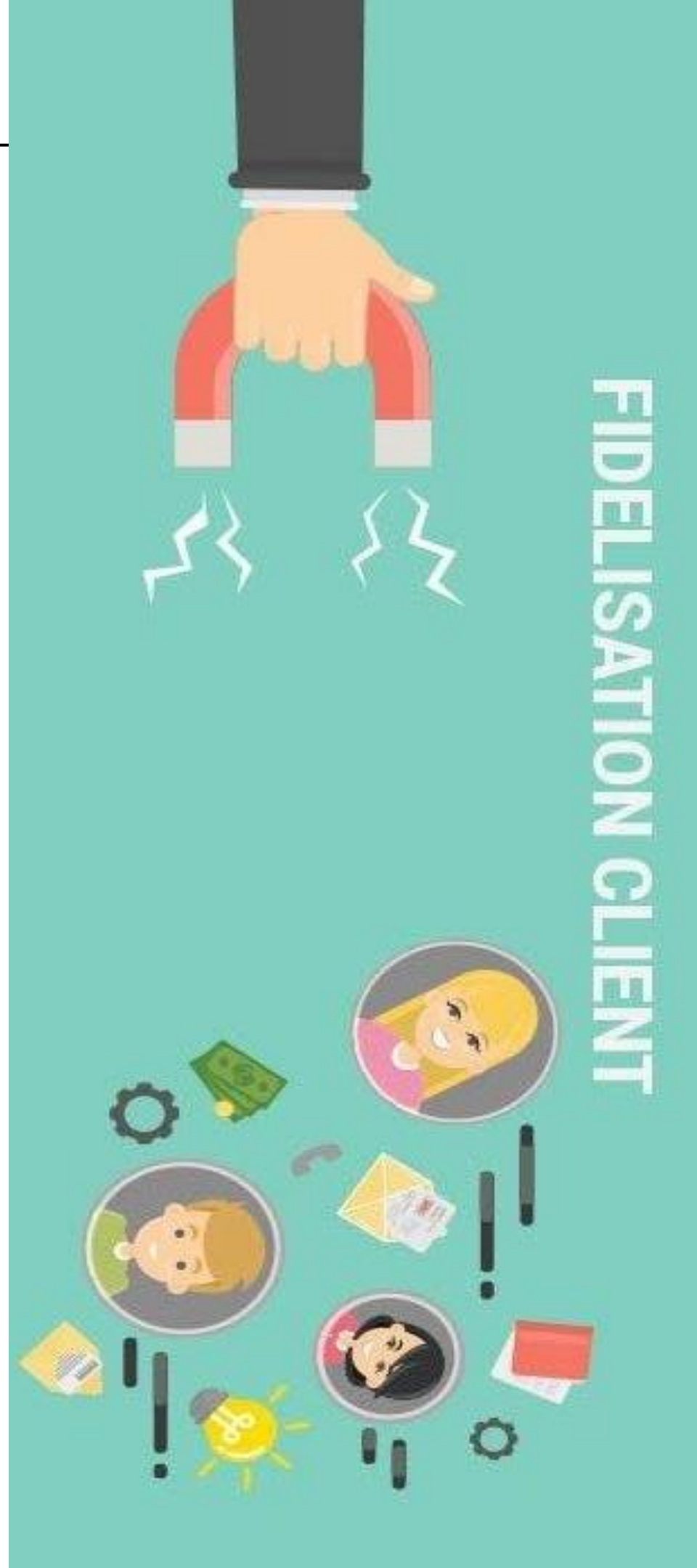
→ Des méthodes de paiement alternatives

- Un facteur important qui peut aider à améliorer votre taux de conversion.
- Chaque personne a généralement des moyens de paiement préférés.
- Offrez des alternatives compatibles avec les **modes de paiement les plus utilisés**, non seulement localement, mais aussi à l'échelle internationale. En Europe, par exemple, où le portefeuille électronique est de plus en plus répandu, s'appuyer sur un fournisseur qui prend en charge des systèmes tels que Samsung Pay et **Apple Pay**, sans parler de l'incontournable **PayPal**.
- Gardez à l'esprit que certains utilisateurs sont encore hésitants lorsqu'il s'agit de faire confiance aux moyens de paiement numériques. Dans ce cas, **offrir d'autres modes de paiement tels que le transfert bancaire** peut être une stratégie gagnante.





Faire la difference en fidélisant le client!



→ La **fidélisation client est essentielle** pour toute entreprise de voyage ou de tourisme. Le fait d'avoir des clients fidèles vous permet de garder une longueur d'avance sur la concurrence tout en vous assurant un **flux régulier de revenus**.

→ Vous devez prendre en compte **trois éléments clés** :

- l'expérience client
- la satisfaction client
- les liens significatifs

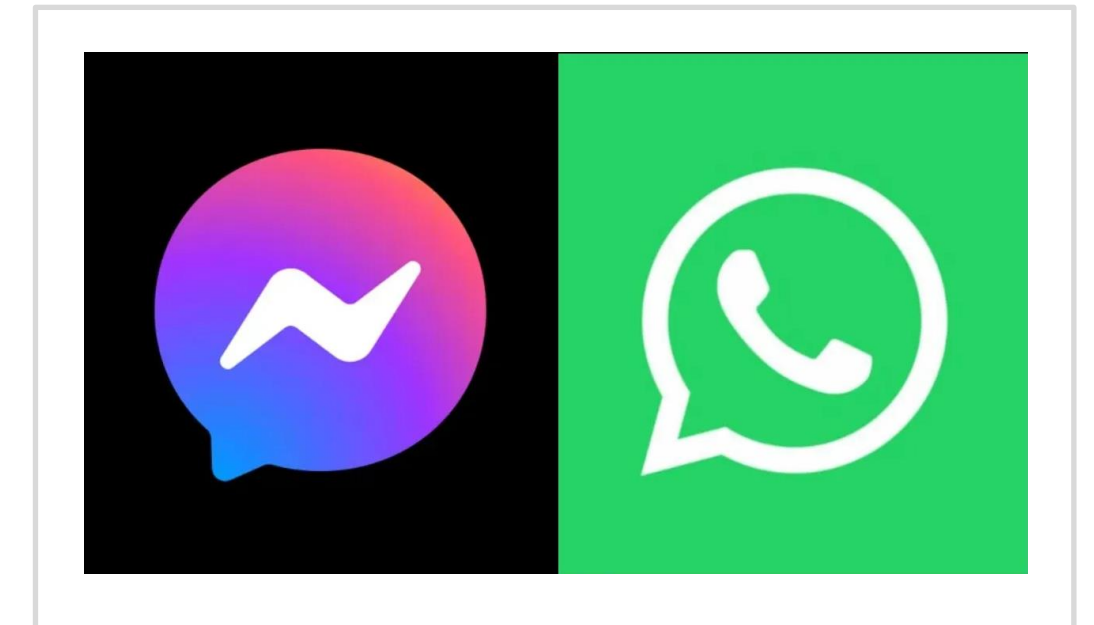
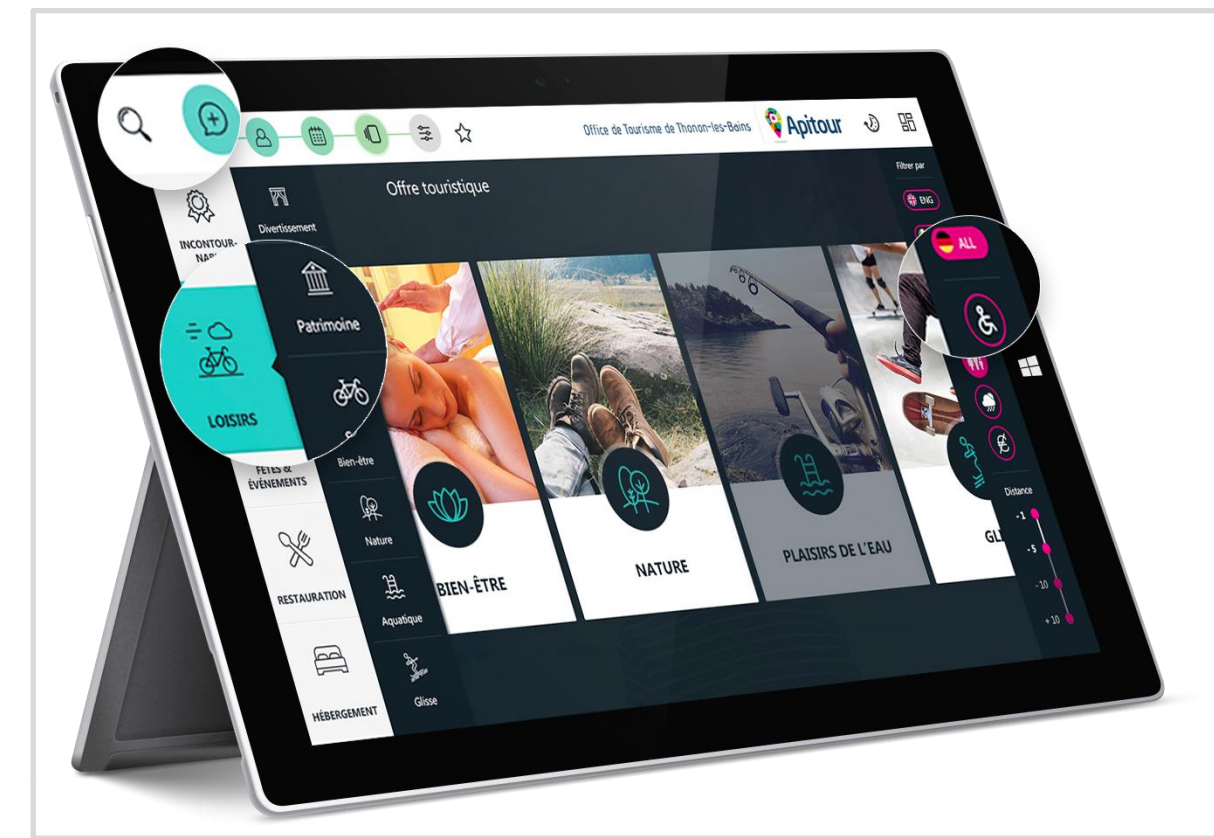


→ **Les dépenses des clients fidèles sont 67 % supérieures à celles des nouveaux clients.**

→ Il est également plus facile de faire revenir un client que d'attirer un nouveau visiteur.

1. Offrez un accueil et des services de qualité
2. Personnalisez le service
3. Soyez à l'écoute et répondez aux attentes de vos hôtes
4. Respectez vos engagements
5. **Ayez les informations utiles sur vos hôtes**
 - Constituer une base de contacts est la chose essentielle
 - Garder le contact avec vos anciens clients à des moments donnés : Saint-Valentin, anniversaire, évènement...
 - Le fichier doit être régulièrement mis à jour et doit reprendre les informations importantes : nom, prénom, adresse postale, dates de réservations, date d'anniversaire, composition famille, anecdotes, chambre occupée, activités pratiquées, objectif du séjour...
6. **Communiquez et animez**
 - La diffusion d'informations à travers vos canaux de communication doit être régulière
 - Maintenez l'intérêt de vos clients pour votre gîte ou chambre d'hôtes, votre activité de loisirs
 - Le contenu doit être essentiellement orienté vers votre offre touristique, vos nouveautés, votre actualité...

- **Pendant le séjour**, suivez l'expérience des clients et essayez d'identifier les points à améliorer.
 - 1 – votre messagerie
 - 2 – Whatsapp
 - 3 – Messenger
 - 4 – MyApitour
- **Au moment du départ**, n'oubliez pas de demander aux clients s'ils ont passé un bon séjour de laisser un commentaire sur votre site d'avis
- **Offrez un coupon** ou une incitation à revenir une autre fois, avec un système qui garantit la traçabilité des réservations, ou **une carte de fidélité**, qui offre des avantages exclusifs et des réductions aux clients fidèles.
- Envoyer un **mail de satisfaction** en leur demandant leur avis et en leur adressant des remerciements personnalisés.





Merci de votre attention

Des questions ?

Laurence DELZARS

Tél. 05 63 21 79 49 / 07 85 72 47 08

laurence.delzars@tourisme82.com

Florent FUSARI

Tél. 05 63 21 79 49

webmaster@tourisme82.com