

## Les nouveaux formats numériques et la mobilité

### Enjeux

A l'époque où les connexions internet étaient très lentes, on se contentait de publier sur le web des textes simples, sans les accompagner de ressources lourdes à télécharger, afin de ne pas pénaliser l'internaute, mais aussi de ne pas se pénaliser soi-même, car tout le monde sait que l'internaute est souvent pressé, et n'a pas la patience d'attendre l'affichage d'un objet pendant plus de quelques secondes.

De même, on était déjà tout content de pouvoir publier de l'information sur le web, lisible sur un écran d'un ordinateur de type 'desktop' (non portable). Les temps ont changé ! Non seulement les capacités de transmission croissent de façon exponentielle, au point de permettre la diffusion d'une émission de télévision via une connexion ADSL quasi sans temporisation d'attente d'images. Mais en outre, les connexions sans fil se multiplient (Wifi, GPRS, Bluetooth, ...), avec des interfaces multiples (le PC portable avec un écran de moins en moins haut, le GSM, la borne interactive, le SMS ou MMS, ...) et avec des vitesses de transmission quasi identiques à celles des connexions filaires...

Quels sont les impacts sur l'e-touriste ? Comment l'opérateur touristique doit-il par conséquent s'adapter par rapport à cette évolution ?

### Les avantages des nouveaux formats numériques

Il est important de ne pas oublier que le site web doit compenser l'absence de ressenti réel par rapport au service proposé ... Les photos et vidéos peuvent donc être d'un apport essentiel, dont il ne faut pas être avare !

De la même façon que pour vendre du foie gras, il vaut mieux, plutôt qu'une photo de la boîte sur fond blanc, une photo d'ambiance présentant une tranche du foie gras sur une belle assiette, avec un bel assortiment de légumes, disposée sur une table avec une nappe, des beaux couverts et d'élégants chandeliers, il sera essentiel de présenter des photos d'ambiance de l'attraction, de l'hôtel, des chambres ou du gîte d'hôte ... Une vidéo renforcera aussi l'aspect démonstratif.

La plupart des études montrent que la présence d'informations visuelles augmente le potentiel de vente ou de réservation.

### Les supports multiples

Lors du développement du site, on tiendra compte de la variété des supports de visualisation du site web : les pages HTML sont-elles lisibles sans erreurs ou décalages sur tous les types de navigateurs, les technologies de présentation utilisées sont-elles accessibles sur tous les PC (exemple : affichage de certaines informations uniquement en javascript, alors que de nombreux PC ne l'acceptent pas) ?

On tiendra aussi compte de la taille du support de lecture : si l'internaute surfe au départ d'un « pocket PC (GSM, PDA, ...) », le CMS (gestionnaire de contenu et de publication du site) devrait automatiquement retailer les pages, en mettant par exemple tous les menus ensemble, pour éviter de nombreuses manipulations des ascenseurs verticaux et horizontaux pour y arriver, ou



en affichant les mêmes photos que sur le site 'classique', mais en format plus léger afin de ne pas freiner le téléchargement sur une connexion sans fil moins performante qu'une connexion fixe.

### **La mobilité pour l'internaute**

Outre la visualisation aisée du site web sur une interface mobile, on tiendra aussi compte d'autres canaux d'information à destination du touriste.

Par exemple les SMS, qui peuvent être un outil de communication efficace : les personnes demandent à recevoir de l'information, et lisent ce qu'elles reçoivent, dès lors qu'un SMS est court (et donc rapide à lire), et que le spam n'existe que très peu, puisqu'un SMS est payant pour l'émetteur. Les études montrent un taux d'ouverture des SMS de 98%.

Par exemple aussi les bornes interactives, permettant de donner une information complémentaire au touriste au départ de son lieu d'hébergement, d'une gare, etc ...

Notons aussi les technologies telles les podcasts : il s'agit d'enregistrements audio que l'internaute peut télécharger et récupérer afin de les écouter en se promenant, en visitant, en roulant ...



### **La mobilité pour l'opérateur touristique**



Il nous paraît aussi important de souligner que la plupart des opérateurs touristiques ne disposent pas d'un staff leur permettant de recevoir en permanence les mails de demandes de réservation par exemple. Or, comme déjà indiqué, l'internaute est en général pressé, et il n'attend pas la réponse du premier opérateur choisi pour consulter d'autres opérateurs. Il peut par conséquent être intéressant de disposer d'outils permettant de lire ses mails à distance, notamment sur des interfaces

sans fils (type Blackberry), mais aussi de pouvoir accéder à distance à son système interne de gestion de réservation. Que ce soit au départ d'un PC classique et via une connexion filaire, par exemple d'un hôtel à l'étranger, ou de chez un membre de la famille (et donc sans devoir installer une application sur le PC) ; ou que soit au départ d'une interface mobile, telle un GSM connecté à internet.

Dans tous les cas, on n'oubliera pas d'étudier le retour sur investissement de toute solution choisie, sachant que les produits et les types de connexions énumérés ici sont vendus à des prix de plus en plus compétitifs ...