

e-Tourisme, des outils pratiques !



**10 fiches pratiques
pour doper l'e-tourisme
et faciliter la relation
entre le client et le
prestataire**

Olivier de Wasseige,
Administrateur délégué,
defimedia SA

Auteur du livre « **e-Commerce,
e-Marketing, eBay,
3 leviers de croissance
pour les entreprises** »,
Edipro eManagement 2007

10 fiches pratiques faciliter la relation entre le client et le prestataire

- **Agenda**
- **Introduction**
 - Évolution – jargon – maturité
- **Clivage entre prestataires et opérateurs**
- **Rôle des pouvoirs publics**
- **1 réponse en 10 fiches – présentation**
- **Complément**

Un environnement ultra-évolutif

- Contrairement à un utilisateur d'automobile qui ne doit pas (plus ?) savoir comment fonctionne un moteur pour conduire sa voiture
- Un gestionnaire de site doit effectivement connaître les grands principes de gestion de contenu et d'entretien de son site internet
- 'rien n'est acquis', internet est un environnement encore extrêmement évolutif et progressif.
- Les règles de l'art d'il y a 2 ans sont pour la plupart obsolètes, hormis quelques grands principes de base
- Efforts de sensibilisation à faire 'en continu'

Web 2.0 ?

- Aujourd'hui : internet est bien rentré dans les usages, et particulièrement dans le secteur touristique
- Incompréhension d'un certain jargon : concepts fils RSS, Web 2.0, co-Information, CMS, e-Marketing, positionnement, référencement, optimisation, etc

Maturité des opérateurs touristiques par rapport à leur site internet

- Définition d'objectifs business – quels sont les enjeux ?
- Intégration du site dans la gestion globale de l'activité
- Prise en compte d'un retour sur investissement (ROI) – le site n'est pas qu'un coût, mais aussi un catalyseur d'opportunités d'affaires
- Impact et gestion de la relation clientèle
- Comment mettre tout cela en œuvre dans les règles de l'art ?

Confrontation des prestataires TIC face aux attentes des clients

- Le client est roi ...
- Standards techniques
- Sensibilité graphique
- Sensibilité dynamique
- Capacité rédactionnelle
- Compétence d'utilisation
- Confusion de qui fait quoi entre le client et le prestataire, avec quel outil, à quel prix ?
- Obligations de résultats et/ou de moyens

Rôle de pouvoirs publics

- Manque de compréhension des enjeux ?
- Sensibilisation arrêtée trop tôt ?
- Accompagnement suffisamment encadré ?
- ...

1 réponse ponctuelle en 10 fiches

1. Le rôle des portails institutionnels
2. Le site Web : un opérateur touristique à part entière
3. La continuité dans la gestion de l'information (Séduction - réservation – paiement)
4. Les nouveaux formats numériques et mobilité des internautes
5. Impact du choix d'un outil de gestion de contenus (CMS)
6. L'innovation (GPS, etc.)
7. La co-information et le Web 2.0
8. Zoom sur le référencement et les AdWords
9. Rôle des annuaires dans le référencement
10. Le Buzz marketing

Fiches accessibles en ligne

- Fiches en ligne dès le 6 octobre 2008
- www.innovatic.be section « Ressources »

InnovaTIC – Séminaire de sensibilisation

Une organisation du Lentic-HEC
et du CRP Henri Tudor
en collaboration avec defimedia SA

Avec le soutien de la Commission européenne
et du cabinet du Ministre de l'Economie, de l'Emploi, du
Commerce extérieur et du Patrimoine de la Région
wallonne

Avec la collaboration de la Fédération du Tourisme de la
Province de Liège