



Journée Etourisme

3 décembre 2009

Estillac



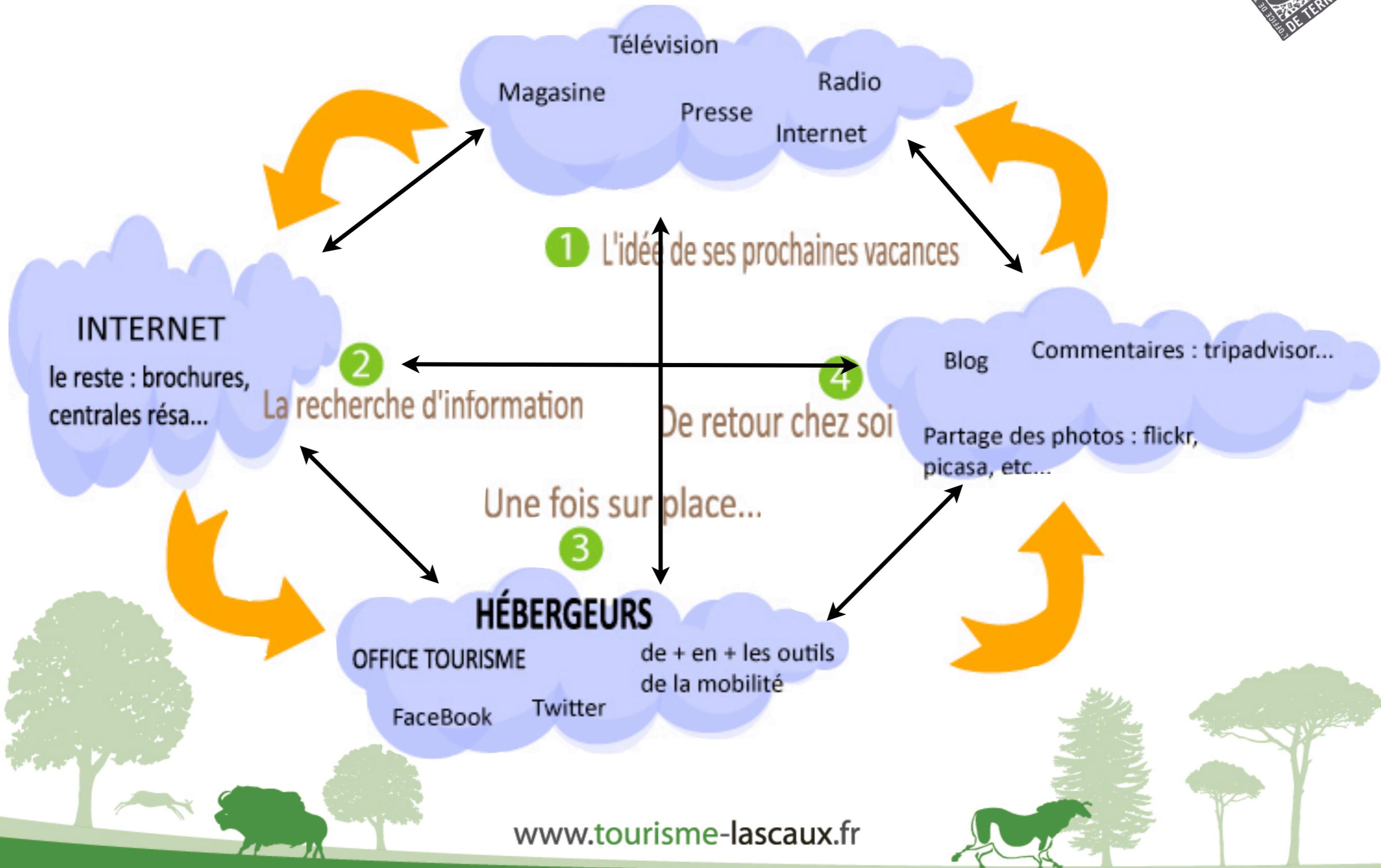
www.tourisme-lascaux.fr



Quels outils pour quelle phase ?



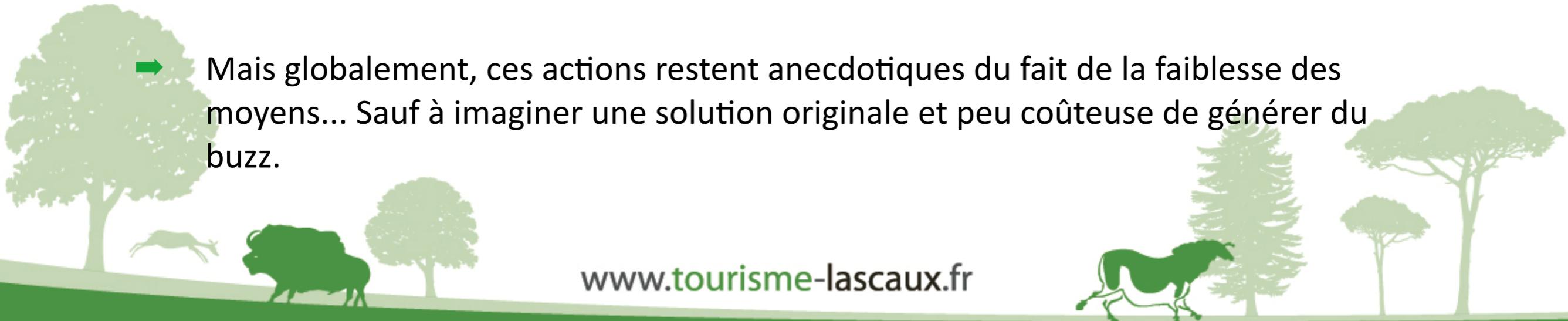
Quels outils pour quelle phase ?





1 L'idée d'une destination de vacances !?

- ➔ En Périgord Noir, le travail sur cette phase est confié au Pays Touristique qui dispose des ressources mutualisées de 15 offices de tourisme.
- ➔ Au niveau de l'office, l'emarketing (actions peu coûteuses ?) peut être un levier pour la promotion du territoire et de ses prestataires.
- ➔ Ex. La séduction... Vidéo sur des supports web "non officiels" comme Vimeo, youtube (récupération des vidéos possible sur d'autres sites) ; voire une petite campagne d'achat de mots clefs sur une cible particulière non liée à un item géographique (ex. randonnée, hébergement d'exception) ; et aussi la capitalisation des expériences vécues.
- ➔ Ex. des communiqués de presse en ligne qui offrent une clef d'entrée thématique sur le territoire.
- ➔ Mais globalement, ces actions restent anecdotiques du fait de la faiblesse des moyens... Sauf à imaginer une solution originale et peu coûteuse de générer du buzz.



2 La recherche d'info



- ➔ Nous sommes encore en concurrence avec d'autres destinations
- ➔ 2 objectifs : séduire & répondre aux attentes des internautes :
- ➔ Carto, carto, carto ;
- ➔ Rich média : 1 ; 2
- ➔ Dispo ; 1 ; 2 ; 3 ;
- ➔ Des produits !
- ➔ ET DES AVIS ! ET DU VÉCU !



3 Une fois sur place

- ➔ Twitter, Facebook :
- ➔ Pour qui ?
- ➔ Pourquoi ?
- ➔ Les listes sur twitter.

4 De retour



- ➔ Le Blog
- ➔ Un autre ton
- ➔ Objectif : faire parler à la fois les touristes et les locaux...



www.tourisme-lascaux.fr

Quel impact sur l'organisation ?



- ➔ Stratégie : outils de l'OT (dont les non-web qui font la promo du ...Web), widget à fournir, expertise, mesurer pour répondre, intégrer les communes...
- ➔ Organisation : Friday Web !
- ➔ Culture : penser à la finalité de la mise en ligne, formation
- ➔ Comportement : le tout électronique !

