



ACTIVITÉS DE LOISIRS OUTILS ET BONNES PRATIQUES POUR DÉVELOPPER VOS VENTES



Cette campagne
de promotion
est cofinancée par
l'Union Européenne

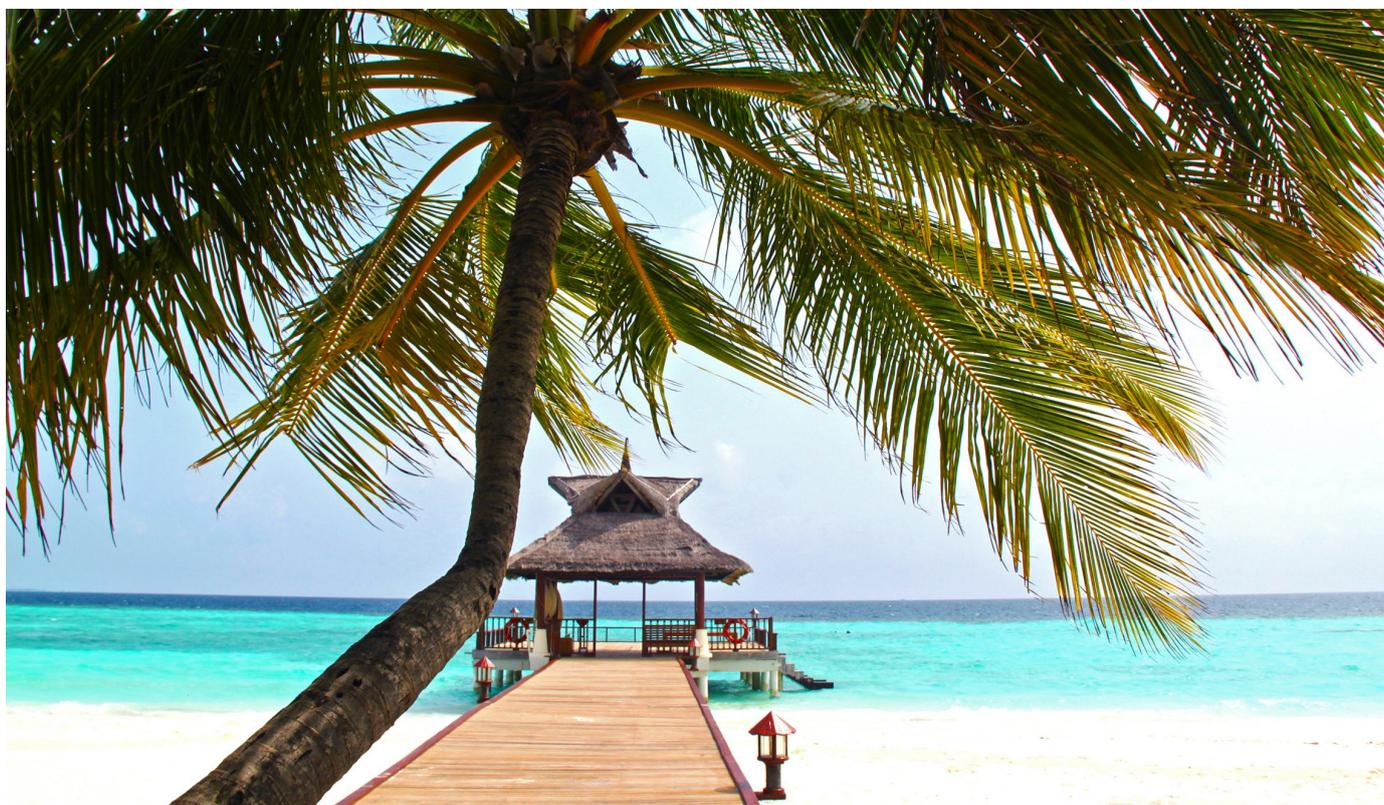
ACTIVITÉS DE LOISIRS : OUTILS ET BONNES PRATIQUES

TABLE DES MATIÈRES

P.3 ETAT DES LIEUX EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION

P.11 LES POINTS CLÉ POUR DÉVELOPPER SES VENTES

- P11... #1 SOIGNER SES PRESCRIPTEURS LOCAUX
- P12... #2 FAVORISER UNE DISTRIBUTION LOCALE
- P13... #3 SUPPORT PAPIER & COMMUNICATION LOCALE
- P13... #4 ETRE PRÉSENT SUR LES SERVICES EN LIGNES UTILISÉS EN MOBILITÉ
- P15... #5 AVOIR UN SITE ADAPTÉ À LA CONSULTATION SUR MOBILE
- P17... #6 PASSER À LA VENTE EN LIGNE
- P20... #7 TRAVAILLER UNE COMMUNICATION VIRALE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION

La distribution des loisirs est en cours de mutation. Elle se digitalise progressivement, comme cela a été le cas pour l'hébergement, il y a une dizaine d'années.

Les loisirs n'ont pas été impactés en même temps que l'hébergement par les changements de pratique de consommation liés à l'avènement d'internet (réservation en ligne, émergence des OTA* , ...), et ce, en grande partie, pour une raison assez simple, la plupart des activités de loisirs liées au tourisme se décident et se réservent sur place, en séjour.

Type de prestations réservés en amont d'un séjour :

Prestations	Part des répondants	Nationalité qui réserve le plus
Un hébergement	64,1%	Royaume-Uni
Des billets de train, de bateau, ou d'avion	44,6%	Royaume-Uni et Italie
Un séjour tout compris	13,3%	Allemagne
Une voiture de location	11,4%	Royaume-Uni
Des entrées sur des sites de loisirs, de visite	8,2%	Espagne
Des activités de loisirs	6,9%	France
Des vélos	2,8%	Allemagne

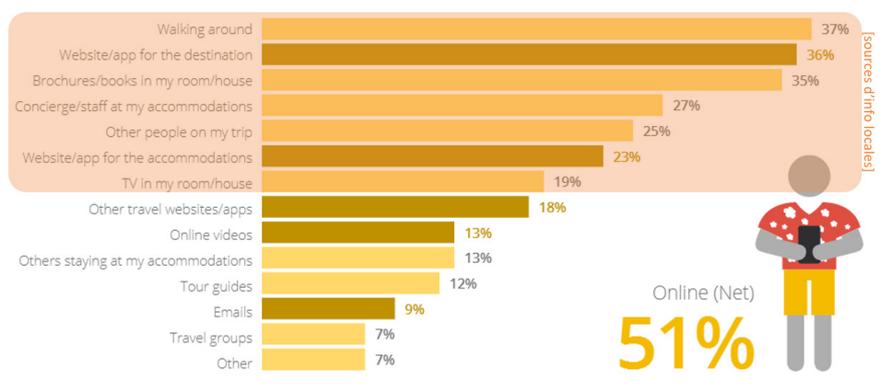
Etude : CRT BRETAGNE - FNCRT 2013

La majorité des ventes concernant les loisirs se fait encore « off line » et en direct, sur place, mais le web est devenu la première source d'information, devant les guides, brochures et autres supports physiques de promotion qui restent malgré tout encore très efficaces :

Selon [cette étude Google](#), les sources d'information utilisées pour choisir ses loisirs en séjour, sont avant tout locales et à plus de 50 % en ligne.

* OTA (= Online Travel Agencie) les agences de voyage en ligne

To decide on activities once at their destinations, leisure travelers rely on a **mix of sources**

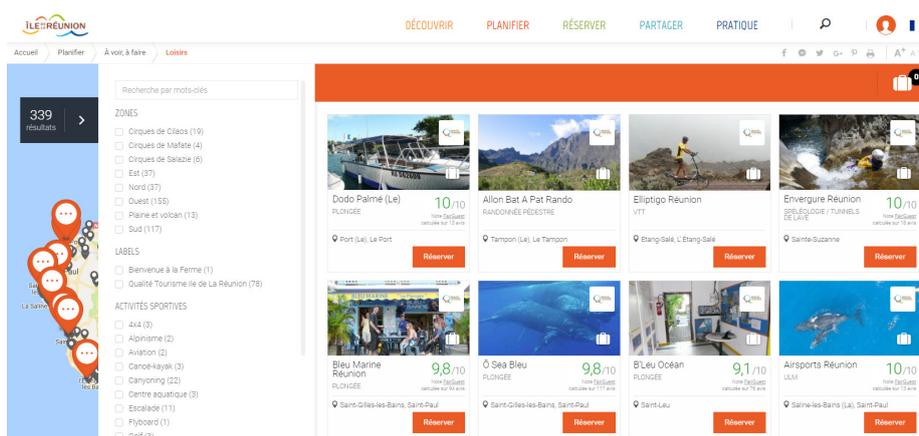


LES HÉBERGEURS ET LES ACTEURS INSTITUTIONNELS DU TOURISME SONT EXTRÊMEMENT INFLUENTS !

Les sites web de la destination dans laquelle on se trouve (reunion.fr, explorelareunion.com et les sites des Offices de Tourisme) et le site web de son hébergeur sont les 2 premières sources d'information web citées pour choisir ses loisirs, bien devant les OTA (Tripadvisor, GetYourGuide, Expédia ...).

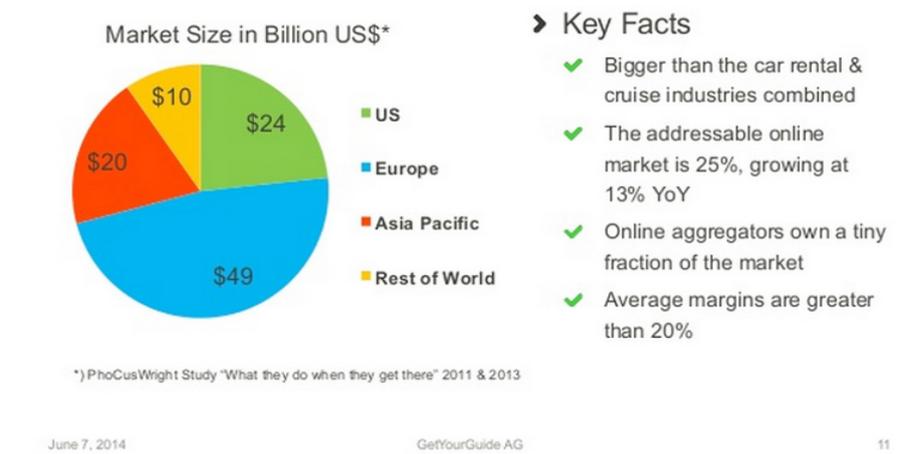
C'est un fait et il faut bien en être conscient, les OTA n'ont pas encore pris le marché des loisirs (mais ils y travaillent ...).

Les sites de destination sont aujourd'hui les supports web les plus consultés par les clientèles en séjour qui recherchent des loisirs.



Les pratiques de consommation évoluent... **La décision d'achat en matière d'activités et de loisirs demeure majoritairement faite en séjour, mais elle se fait de plus en plus en ligne, facilitée par la connexion mobile 3G/4G ou le wifi dans les hébergements, aujourd'hui généralisés.**

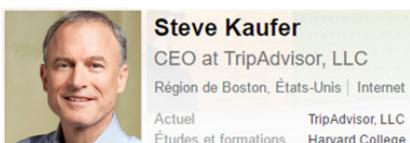
Au niveau mondial, **plus d'1/4 des ventes concernant les loisirs et activités sont désormais faites en ligne et cette part progresse de 13 % par an.**



“ L'ACHAT D'ACTIVITÉS DE LOISIRS RESTERA MAJORITAIREMENT FAIT « EN SÉJOUR » MAIS IL SERA DE PLUS EN PLUS FAIT EN LIGNE.

Les OTA qui dominent le marché de l'hébergement et du transport l'ont bien compris et s'intéressent désormais fortement à la distribution des activités et des loisirs ...

Le patron de Tripadvisor avait d'ailleurs fait ce commentaire à propos de ses ambitions sur la distribution des Loisirs :



“We believe that capturing only single-digit market share will enable attractions to become our next billion-dollar revenue business”

(Source: [Skift - 2016](#))

NB : En substance : « On croit qu'en captant ne serait-ce que 10 % de part de marché dans la distribution en ligne des loisirs (à l'échelle mondiale), on générerait 1 milliard de dollars de chiffre d'affaires avec les loisirs ».

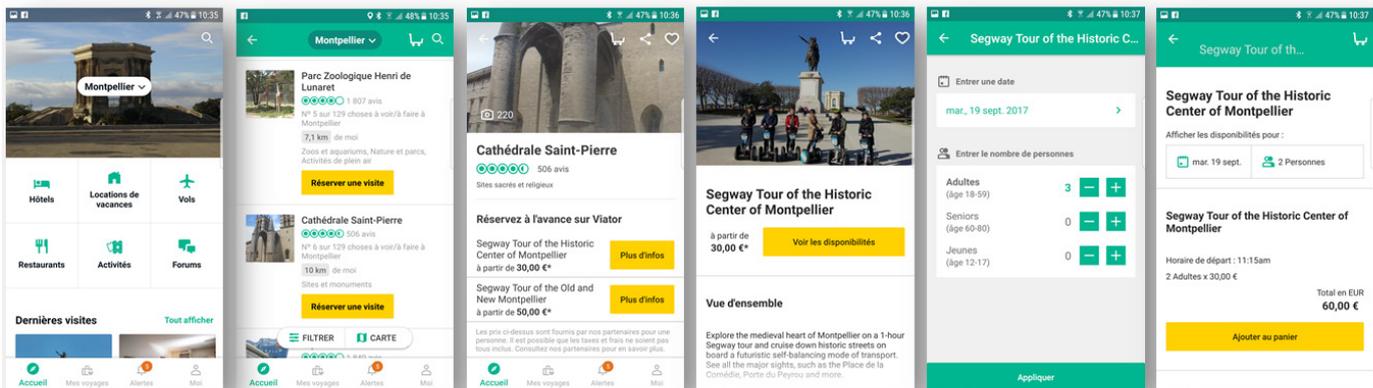
Cette petite phrase montre bien le potentiel que représente aujourd'hui les loisirs pour ces géants du web qui voient dans la transition digitale de cette filière, une opportunité de se placer comme distributeur incontournable.

“ AUCUN ACTEUR N'EST INCONTOURNABLE DANS LA DISTRIBUTION DES LOISIRS ACTUELLEMENT, MAIS LES PRÉTENDANTS SONT NOMBREUX ...

Tripadvisor a effectivement une position tout à fait favorable pour devenir un acteur de poids dans la distribution des loisirs.

En 2014, Tripadvisor a racheté le [site Viator](#) qui était et est toujours l'un des sites de vente en ligne d'activités les plus importants au monde en termes d'offre référencée.

Tripadvisor s'appuie sur la technologie et l'offre de Viator pour proposer la réservation en ligne d'activités. Le processus de réservation de Viator est aujourd'hui totalement intégré dans Tripadvisor (application et sites web). L'internaute ne voit d'ailleurs pas ouvertement qu'il réserve avec Viator.



Viator et donc Tripadvisor pour la vente de loisirs fonctionnent avec un modèle à la commission sur les ventes (entre 20 et 25 %).

[GetYourGuide](#) est avec Viator l'un des sites de vente en ligne d'activités les plus importants au monde en termes d'offre référencée.

GetYourGuide a été lancée par 5 étudiants de Zurich en 2010, et c'est aujourd'hui la plus grande plateforme de réservation en ligne de visites, attractions et activités touristiques dans le monde avec 27 000 attractions dans plus de 2 000 destinations dans le monde.

Les ambitions sont importantes aussi chez GetYourGuide. La société a levé 14 millions de \$ en 2013 puis 25 millions de plus en 2014 auprès des mêmes investisseurs...

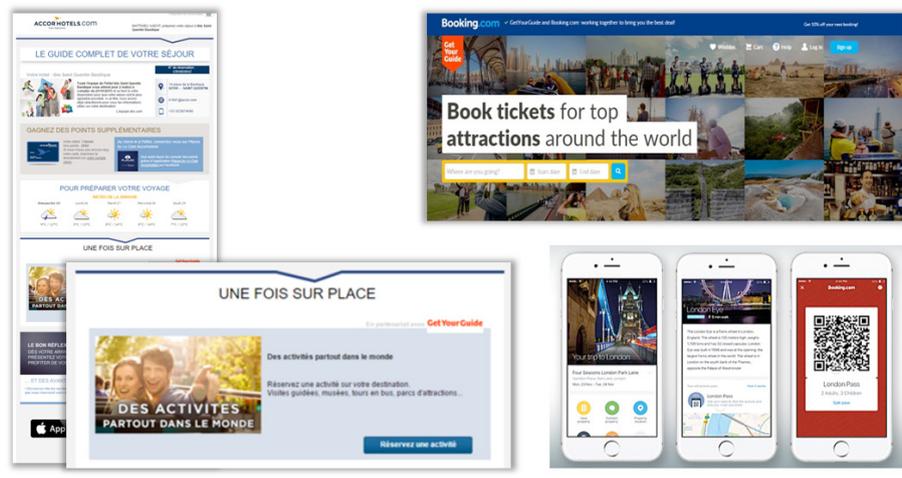


**Get
Your
Guide**

Johannes Reck
CEO et cofondateur

"Ce marché va devenir trois fois plus gros que celui de la location de voitures et la moitié de celui de l'hôtellerie". (Tour hebdo – 2016)

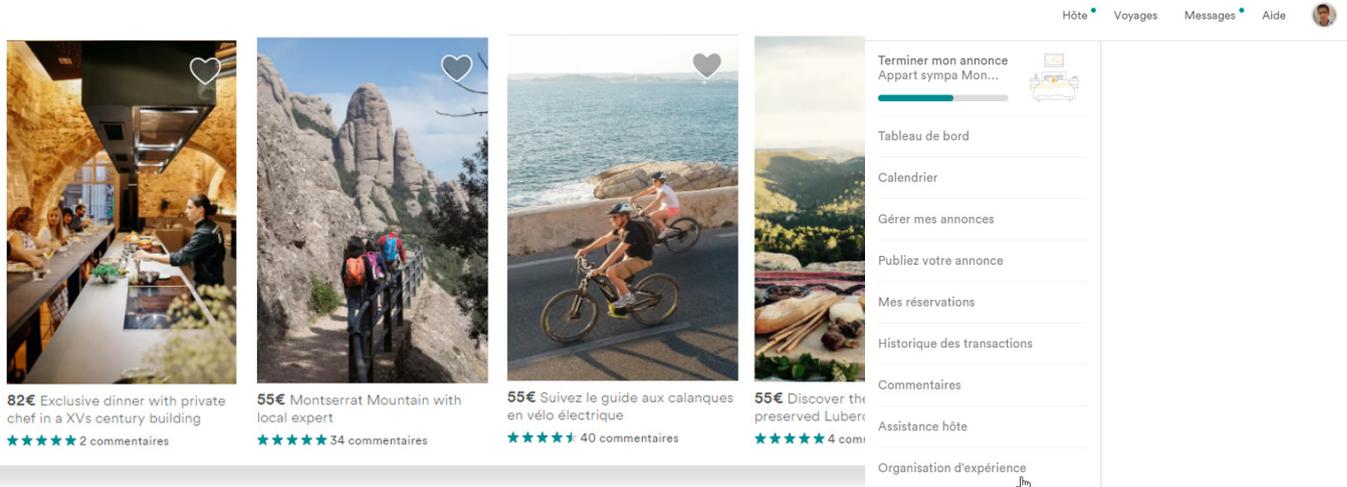
GetYourGuide a développé des partenariats avec Accor, Booking, TUI et d'autres TO, il est effectivement possible qu'il devienne un acteur de poids dans la distribution en ligne des loisirs.



Accorhotel met en avant GetYourGuide dans ses emails d'avant séjour. Booking.com met en avant de l'offre de loisirs dans son application et dans ses emails d'avant et pendant le séjour, et cette offre de loisirs est fournie par GetYourGuide.

GetYourGuide fonctionne avec un modèle à la commission sur les ventes compris entre 20 et 25 %.

Airbnb s'attaque aussi depuis peu au marché des loisirs, mais son positionnement est assez particulier. En effet Airbnb ne vend que des « Expériences » (la sémantique est importante) que l'on ne trouve nulle part ailleurs et qui sont proposées par des locaux (professionnels ou pas) :



[N'importe qui peut soumettre une Expérience à commercialiser sur Airbnb.](#) Airbnb, décide ensuite de la commercialiser ou non. Les règles sont assez simples, l'expérience proposée doit être unique, authentique et humaine (de la billetterie sèche ou de la location sèche de matériel ne convient pas).

Enjoy a typical game of boules

Marseille - Come and discover the authentic french PETANQUE at the Mucem

Expérience mode de vie
Proposée par Marie Et Socrate

- 2 heures en tout
- Boissons
- Proposée en Français

À propos de votre hôte, Marie Et Socrate
We love playing boules on the esplanade of the Mucem. We are very lucky to live near this magical place. Playing boules is great fun and we are happy to share this slice of Marseille life experiences in a fun environment.

Au programme
You will join us at home closed to the cathédrale de la Major and have a short walk to the Mucem area. We will bring the set of boules and the cooler full of typical snacks and refreshments. After an ... + Plus



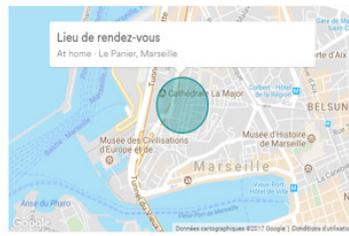
17€ par personne
★★★★★ 4 commentaires

Enregistrer dans une Wish List

Ce qui est fourni beverages, tasty snacks

Remarques Bring your camera, the spot is magical.

Lieux visités Before the game, you can visit Mucem, the cathedral de la major, after the game the historic panier, the vieux port.



Contactez l'hôte

Disponibilité à venir

dimanche 17 septembre
18:00 - 20:00 - 17€ par personne

samedi 23 septembre
18:00 - 20:00 - 17€ par personne

dimanche 24 septembre
18:00 - 20:00 - 17€ par personne

[Voir toutes les dates disponibles](#)

Commentaires

Viktor
12 août 2017

I don't know how to start. We had such a perfect evening, Marie and Socrate are so friendly and open minded. IT was even fun Just to Talk to them. They prepared a very delicious Aperitif and teached us the Art in playing petanque. We would definitely recommend to spend an evening with them.



Airbnb commissionne les hôtes qui proposent les expériences à 20 %, les internautes qui réservent des expériences sur Airbnb n'ont pas de frais de services à payer comme pour le logement.



France Billet (10 % de commission), **TicketMaster** (15 % de commission) ou encore **Digitick**, sont très bien placés pour vendre en ligne de la billetterie « spectacle » et dans une moindre mesure des loisirs qui fonctionnent en billetterie (parcs à thème ...).



Expédia (entre 20 et 25 % de commission) vend également des loisirs qu'il appelle « Expériences » comme Airbnb. Expédia pousse les activités qu'il commercialise de manière personnalisée dans les emails d'avant et pendant séjour de ses clients ayant réservé un hôtel, un vol ou une location de voiture sur l'un de ses sites.



NB : Rappelons qu'Expédia a récemment racheté le groupe Home Away qui possède entre autre Aritel et que cette démarche pourrait parfaitement être étendue aux clients Aritel, Homelidays, etc.



Groupon (entre 18 % et 50 % de commission + une remise de 30 à 70 % à consentir sur un prix de référence, avec très souvent un stock minimum à attribuer et une période de validité d'environ 6 mois et non des dates précises) est commercialement « risqué » lorsqu'il s'agit de vendre ses prestations habituelles auprès d'une clientèle captive locale (et c'est principalement ce que fait Groupon).



Merchant ou Méchant ?

NB : Groupon Merchant est le nom du service qui conclue les « Deals » avec les commerçants...

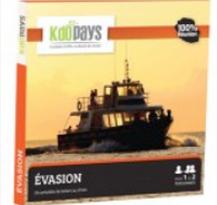
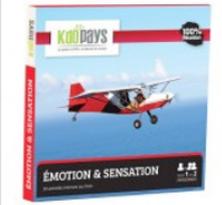
Il y a souvent de meilleures alternatives (pub Facebook, coupons physiques ou flyers avec codes promo valables en ligne distribués via des partenaires locaux...).

Groupon peut toutefois être une source de revenus complémentaires à certaines périodes, si la prestation proposée est bien réfléchie pour être rentable dans le modèle économique de Groupon, qui par principe, ne l'est pas.



SmartBox et équivalent (20 % à 30 % de commission + remise de 25 à 30 % à consentir sur un prix de référence). Les coffrets cadeaux fonctionnent encore bien, en règle générale, notamment grâce à leur réseaux de vente physique : Carrefour, Leclerc, Monoprix, Fnac, Cultura ... Mais ce canal de vente est assez couteux (commissions + remise) et fastidieux à gérer (condtions et prix particuliers).

Les coffrets cadeaux peuvent toutefois être intéressants si la prestation proposée est bien réfléchi pour être rentable dans le modèle économique de Smartbox et équivalent, sachant que toutes les prestations de loisirs ne trouvent pas leur place dans les collections Smartbox et équivalent.

	39,00 € COFFRET DÉCOUVERTES ET LOISIRS La Réunion, côté découvertes... Bouée tractée, balade en...		49,00 € COFFRET EVASION La Réunion, côté Aventure ... En mer, dans l'eau, sur terre...		SOLDES 79,20 € 99,00 € COFFRET EMOTION ET SENSATION La Réunion, côté sensations ... En mer, dans l'eau, sur...
Ajouter au panier	Ajouter au panier	Ajouter au panier	Ajouter au panier	Ajouter au panier	Ajouter au panier

NB : Kdopays est un prestataire local qui propose sur le même principe une gamme de coffrets cadeaux sur La Réunion.

POINTS CLÉS MAJEURS POUR DÉVELOPPER SES VENTES

La distribution des loisirs est en mutation. Aucun distributeur n'est incontournable.

La majorité des ventes se fait encore « off line » et en direct sur place, mais les choses sont en train d'évoluer. La généralisation de la connexion mobile avec les smartphones rend désormais possible la réservation en ligne en séjour et les OTA comme Tripadvisor ou Airbnb comptent bien en tirer profit.

Les acteurs institutionnels (IRT et Offices de Tourisme) ainsi que les hébergeurs ont une position favorable. Ce sont les références en matière d'information et de conseil touristique pour les clientèles en séjour. Et compte tenu du fait, que la majorité des réservations d'activités loisirs sont faites en séjour, ils peuvent apporter directement ou indirectement beaucoup de ventes aux prestataires de loisirs.

Les enjeux pour un prestataire de loisirs sont d'assurer une présence efficace sur le web, de favoriser une communication et une distribution locales et de changer ses habitudes de travail pour intégrer la réservation en ligne de tout ou partie de ses prestations dans son fonctionnement.

#1 SOIGNER SES PRESCRIPTEURS LOCAUX !



La recommandation des hébergeurs et des conseillers en séjour des Offices de Tourisme est un levier très puissant qu'il faut savoir encourager et entretenir.

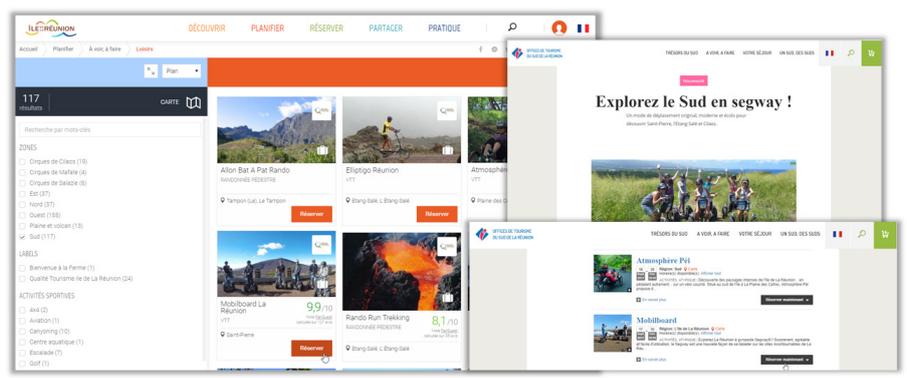
On conseille rarement ce que l'on ne connaît pas. Inviter ces prescripteurs à tester son activité pour mieux la recommander est un élément très important et le fait de maintenir le lien avec eux l'est aussi (visites régulières, réseaux sociaux, e-mails, propositions régulières de petits avantages, gratuités sur les prestations...).

Le fait de proposer des conditions particulières à ses prescripteurs est bien évidemment aussi un élément très important. Si un hébergeur peut donner un avantage à ses clients lorsqu'il conseille un prestataire de loisir, c'est évidemment un plus.

#2 FAVORISER UNE DISTRIBUTION LOCALE !

La plateforme de réservation IRT est le canal de distribution web le plus pertinent.

Elle permet aux prestataires de loisirs qui y sont commercialisés de proposer la vente en ligne de leurs prestations sur reunion.fr, explorelareunion.com, le site de son Office de Tourisme et le site de son (ou ses) agence(s) réceptive(s) partenaire(s), ce qui est clairement un élément différenciant.



La plateforme de réservation IRT fonctionne sur un modèle à la commission : 10 % sur les ventes réalisées en BtoC (reunion.fr, site web Offices de Tourisme), comme en BtoB (agences réceptives partenaires d'IRT et gestionnaires de loisirs)

Une commercialisation sur la plateforme de réservation IRT implique de tenir à jour un planning de disponibilités sur un extranet.

IRT assure l'accompagnement dans la mise en marché et la prise en main de l'extranet. IRT gère la relation client avant et après-vente ainsi que l'encaissement des clients. C'est un élément très important.

AVIS MARKETING & TOURISME

Avis Marketing & Tourisme : Les sites de la destination (reunion.fr et explorelareunion.com) et les sites web des Offices de Tourisme sont les premières sources d'inspiration web pour les clientèles touristiques en séjour qui recherchent des activités de loisirs. Le fait d'être commercialisé par la plateforme de réservation IRT, donne de la visibilité sur ces sites référents en apportant l'information de prix et de disponibilités avec la possibilité de réserver en ligne. L'offre commercialisée sur la plateforme de réservation IRT est aussi distribuée physiquement dans les Offices de Tourisme et les agences réceptives partenaires (ventes au comptoir). De plus, le taux de commission pratiqué (10 %), est bien plus intéressant que la plupart des distributeurs qui sont à 20 % - 25 %.

#3 NE PAS NÉGLIGER LE SUPPORT PAPIER ET SURTOUT SA DIFFUSION AUPRÈS DES CLIENTS EN SÉJOUR... ET GLOBALEMENT LA COMMUNICATION « LOCALE ».



Le support papier est toujours un support de communication très efficace pour les activités de loisirs à condition que sa diffusion auprès des clientèles touristiques en séjour soit efficace.

Mais une communication de ce type ne se substitue pas à une communication sur le web. Les 2 sont nécessaires.

NB : Un touriste qui ne trouve pas d'information sur le web concernant une activité de loisirs qu'il a découverte sur un support papier, pourra réorienter son choix sur une autre activité qui lui apporte ses éléments de rassurance. C'est un comportement assez courant.

#4 ÊTRE PRÉSENT SUR LES PRINCIPAUX SERVICES EN LIGNE UTILISÉS PAR LES TOURISTES EN MOBILITÉ

Il y a 2 supports web vraiment indispensables sur lesquels tout prestataire de loisirs doit être présent pour assurer sa visibilité sur le web :

GOOGLE MY BUSINESS

[Google My Business](#) est le service gratuit proposé par Google pour les «entreprises locales».

Ce service permet d'obtenir une présentation de sa structure dans les résultats de recherche de Google (photos, description, adresse, numéro de téléphone, horaires d'ouverture, site web associé, avis client...), le tout associé à une géolocalisation sur Google Maps.

Avoir une fiche Google My Business est extrêmement important pour plusieurs raisons :

RASSURER

Cela permet de **rassurer vos clients potentiels**. A défaut, d'avoir un site web, une fiche Google My Business **atteste de la réalité de votre structure (ou prestation) en la localisant** et en y associant un numéro de téléphone que les plus méfiants pourront composer pour vérifier que la brochure qu'ils ont consulté correspond à une activité réelle.

De plus, une fiche Google My Business peut avoir des avis client. C'est aussi un élément fort en matière de rassurance.

LOCALISER

Cela **permet à vos clients de vous trouver via leur GPS** (Google Maps, Waze) lorsqu'ils sont sur place.

INFORMER

Cela permet d'avoir **accès rapidement aux informations essentielles**, horaires, n° de téléphone, avis, photo, localisation, etc. dès la page de résultat de recherche de Google.

METTRE EN AVANT

Et depuis très peu de temps, cela permet de **mettre en avant des informations** sous forme de « [Post](#) » (actualités, promotion, nouveautés...) directement dans le carré de droite qui vous présente dans les résultats de recherche de Google ainsi que dans votre fiche sur Google Maps.

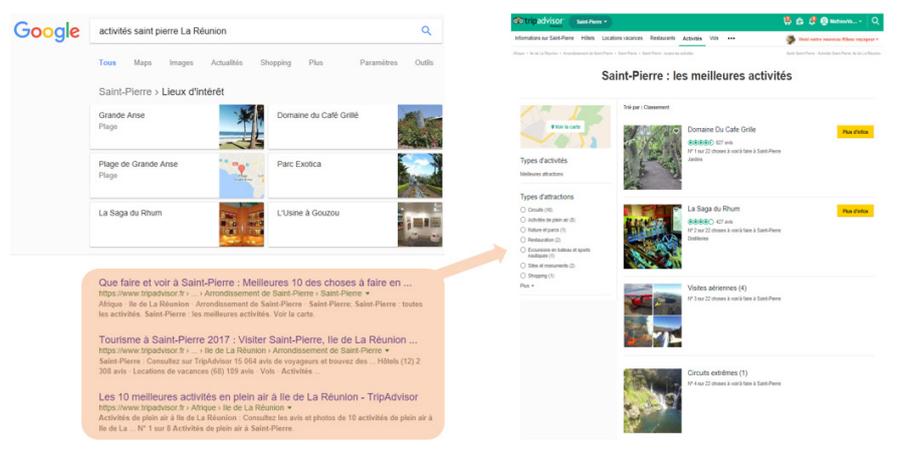
Créer ou revendiquer sa fiche [Google My Business](#) est assez simple, gratuit et extrêmement important pour la visibilité sur le web.

TRIPADVISOR

Les avis clients sont très impactants dans le processus de sélection d'une prestation de loisirs. De mauvais avis peuvent tout simplement anéantir tous les efforts entrepris pour développer ses ventes...

Tripadvisor et Google (via Google My Business) sont les plateformes les plus influentes.

Mais en matière d'activités et de loisirs, **Tripadvisor fait aussi office de guide touristique**. Et le simple fait, d'y être référencé dans les activités de sa destination donne beaucoup de visibilité.



Les pages de Tripadvisor sont extrêmement bien référencées sur les requêtes liées à la recherche d'activités de loisirs (type « activités+destination ») et son application mobile est l'application « Tourisme » la plus téléchargée au monde...

Ces 2 services gratuits permettent d'avoir une visibilité sur le web et d'apporter les éléments de réassurance nécessaires aux clientèles touristiques en séjour (existence de la structure, contact, horaires, avis client, etc.).

Soigner sa présence sur ces 2 supports est véritablement indispensable pour tout prestataire de loisirs.

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

#5 AVOIR UN SITE ADAPTÉ À UNE CONSULTATION SUR MOBILE.

Avoir un bon site web adapté à une consultation sur mobile est un gage de professionnalisme et c'est aussi un élément différenciant dans le secteur des loisirs. Des CMS* comme [Wix](#) ou [Jimdo](#) sont des outils parfaitement adaptés.

Jimdo

78 € par an !

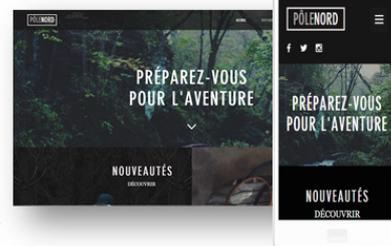
- ✓ Nom de domaine
- ✓ email associé
- ✓ Hébergement
- ✓ Certains thèmes Responsive.



WIX

150 € par an !

- ✓ Nom de domaine
- ✓ email associé
- ✓ Hébergement
- ✓ Certains thèmes Responsive.



Il s'agit de solutions de création de sites « clé en main » (hébergement inclus) extrêmement intuitifs et simples à mettre en œuvre, dès lors que l'on dispose de temps pour le faire et de visuels de qualité pour avoir la matière première nécessaire.

elloha

Elloha est également une solution intéressante qui offre pour 39 €/mois, un CMS clés main de très bonne facture tel que Jimdo ou Wix avec un moteur de réservation permettant de commercialiser ses prestations de loisirs en ligne.

* CMS = Content Management System, c'est-à-dire de site web qu'il est possible d'administrer dans une interface dédiée sans connaissance technique particulière (pour créer un page, modifier du texte, un visuel...)

Le fait d'avoir un site web sur lequel on a la main pour l'améliorer au quotidien, c'est-à-dire fonctionnant avec un CMS, et le fait d'avoir un site « responsive » sont 2 éléments « techniques » très importants.

Pour le « reste » c'est la qualité du contenu qui fait la différence :

PHOTOS

Les photos sont des éléments essentiels. Dans le tourisme, il n'y a pas de bon site web sans belles photos. Les photos des utilisateurs issues d'Instagram en particulier peuvent être utilisées en « réassurance », mais un prestataire de loisirs se doit aussi d'avoir de belles photos qui présentent sa structure, ses services et ses différentes prestations.

Faire de belles photos n'est pas donné à tout le monde. Le recours à un bon photographe est en principe vivement recommandé, tant cet élément est majeur pour vendre.



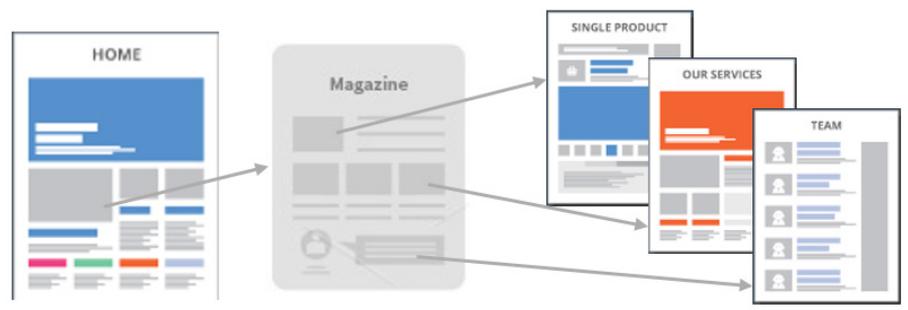
NB : lorsque l'on dispose de belles photos et que l'on administre soi-même son site web, il y a quelques outils utiles à connaître comme [Canva](#), [Flaticon](#), [Colorzilla](#) ou [Compressor](#).

ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

L'organisation des contenus est aussi un point important. Les grandes rubriques d'un site web se doivent d'être claires pour que l'internaute trouve immédiatement ce qu'il recherche. L'arborescence à définir dépend de l'activité, mais il y a des « standards » qui doivent être respectés, parce que les internautes y sont habitués.

L'enjeu est aussi d'apporter du « plus », d'enrichir ce contenu assez « factuel », par du contenu vraiment orienté client, exemple : « Les 10 bonnes raisons de venir chez nous », « Pourquoi choisir cette activité ».

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET



Ces pages permettent d'accéder aux contenus présentés dans les autres rubriques du site, mais de façon contextuelle avec un discours orienté «client».

#6 PASSER À LA VENTE LIGNE

Les outils de vente en ligne dans le secteur des loisirs se développent et il y a globalement aujourd'hui des outils pour répondre à toutes les problématiques de commercialisation.

LES OUTILS DE BILLETTERIE EN LIGNE



Des outils « clé en main » comme [Weezevent](#), permettent de créer très facilement une billetterie en ligne (sur un site dédié ou en widget sur son propre site - [exemple](#)), avec l'encaissement des paiements, le suivi des ventes, la collecte des données de réservation ou encore le système de contrôle d'accès inclus.

Il existe aussi des solutions plus globales et plus complètes comme [DigitickSystem](#) qui intègre un système de caisse et la possibilité de créer un réseau de revendeur ou encore alimenter des distributeurs comme FranceBillet ou TicketMaster.

LES OUTILS DE VENTE EN LIGNE D'ACTIVITÉS

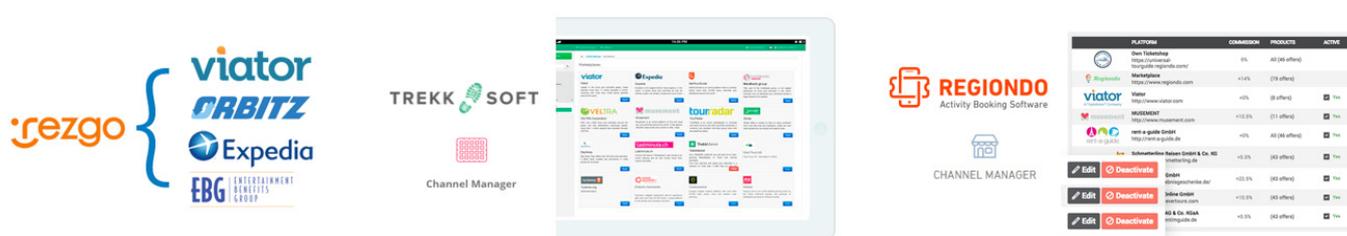


Ces outils sont davantage conçus pour répondre aux problématiques spécifiques des prestataires d'activités, comme, gérer des ressources (matériel, moniteurs) à partager sur plusieurs prestations vendues en ligne ou encore créer des formulaires spécifiques par type prestation afin d'obtenir les informations préalables nécessaires à la préparation en amont du matériel ou de l'affectation du bon moniteur, etc.

Certains ont été conçus pour répondre à des problématiques métiers très particuliers, [AZI Parc](#) a été conçu pour les Parcs Accrobranche, [Awoo](#) pour les centres nautiques, même si bien évidemment ils sont en mesure de répondre à des problématiques plus larges que leur vocation première.

La plupart vont au-delà d'un simple outil de vente en ligne et proposent de véritables solutions informatiques d'exploitation qui permettent de gérer sa structure, ses encadrants, son matériel, ses équipements, de créer un réseau de revendeurs locaux, ..., c'est le cas de [Activiteez](#), d'[Easyloisirs](#) ou de [Vakario](#).

[Regiondo](#), [Treksoft](#) ou [Rezgo](#) proposent en plus des fonctions de chanel manager sur les principales plateformes de distribution en ligne tel que Viator, GetYourGuide ou Expédia.



La meilleure solution est celle qui répond le mieux aux besoins d'une structure et dans le secteur des loisirs, les besoins sont parfois très différents d'une structure à l'autre. De nombreux critères rentrent en ligne de compte.

L'avenir de la réservation des loisirs est en ligne. L'excitation des gros OTA pour ce secteur d'activité en est la preuve. Mais cette réservation en ligne peut être majoritairement locale via des prescripteurs locaux (hébergeurs, Office de tourisme, plateforme régionale...) et en direct via des clientèles touristiques en séjour connectées.



ORGANISER UNE DISTRIBUTION EN LIGNE ET PHYSIQUE, COLLECTIVE ET LOCALE, AVEC L'IRT, LES OFFICES DE TOURISME, LES AGENCES RÉCEPTIVES, LES PRESTATAIRES DE LOISIRS DISTRIBUTEURS ET ES HÉBERGEURS, EST SANS AUCUN DOUTE LE MEILLEUR MOYEN D'ANTICIPER L'AVENIR ET DE SE PRÉMUNIR D'UNE FUTURE DÉPENDANCE DES OTA.

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

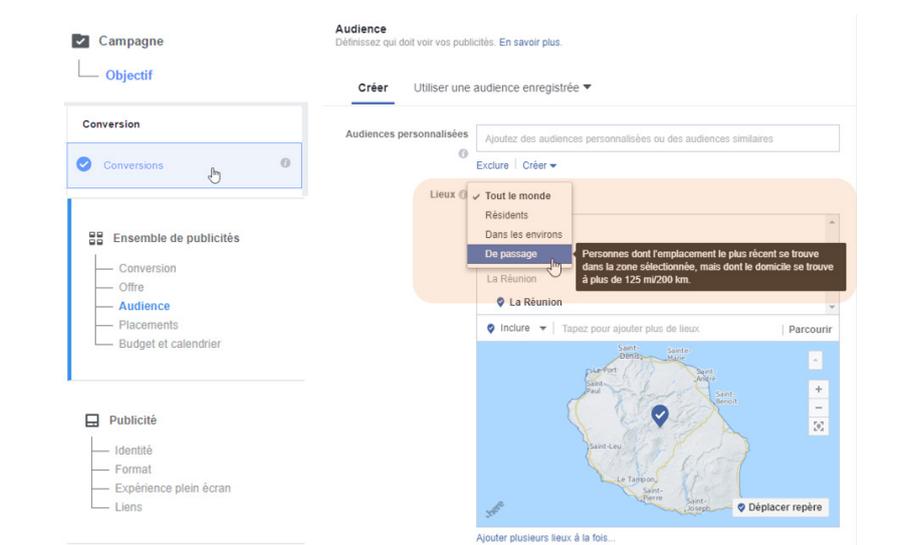
#7 TRAVAILLER UNE COMMUNICATION VIRALE VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les loisirs donnent une matière première parfaite pour créer du contenu engageant sur les réseaux sociaux.

Investir de l'énergie et du temps pour créer des contenus de qualité, adaptés aux réseaux sociaux (vidéos, live, photos, photos 360°, concepts de communication percutants, accroches soignées, etc.) peut s'avérer extrêmement pertinent et efficace en termes de communication, si la diffusion de ces contenus est bien faite.

Certains formats publicitaires de Facebook et d'Instagram (c'est la même régie pub) permettent aujourd'hui de **cibler les clientèles touristiques en séjour** !

Cette possibilité de ciblage (« De Passage ») est parfaite pour susciter l'intérêt d'une clientèle touristique captive :



Favoriser la prescription de ses clients en les encourageant à partager du contenu concernant l'activité sur leurs propres réseaux sociaux est également un moyen de communication potentiellement très performant et peu coûteux.

Partagez vos meilleurs moments de vacances chez nous !

avec #monentreprise

Et on vous paye un coup pour fêter ça !

Montrez votre publication à Jérôme ou Mélanie, nos animateurs de choc et il ou elle vous offrira un verre au Bar !

Un profil Facebook en France a en moyenne 177 amis et est « abonné » à + ou - 25 Pages Facebook, (bien plus pour les jeunes et bien moins pour les vieux). Un profil Instagram est suivi en moyenne par 134 autres profils. Un profil Twitter est suivi en moyenne par 208 comptes...

Mettre en place un dispositif qui incite ses clients à partager du contenu sur sa structure/sa prestation, lorsqu'ils la consomment, peut être un levier de communication extrêmement puissant et assez simple à mettre en oeuvre.

“ CE N'EST PLUS VOUS QUI DITES À VOS PROSPECTS QUE VOUS ÊTES GÉNIAL, CE SONT VOS CLIENTS QUI DISENT À LEUR AMIS ET CONNAISSANCES QUE VOUS ÊTES GÉNIAL... CELA N'A PAS LE MÊME IMPACT !

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

LA PLATEFORME RÉGIONALE E-TOURISME : UN OUTIL AU SERVICE DE LA COMMERCIALISATION

LE REFERENCIEMENT SUR REUNION.FR

Le site www.reunion.fr est une Base De Données centralisée qui référence les producteurs touristiques légaux. Grâce à une amélioration régulière du référencement, le site compte en moyenne 177 600 visites par mois.

Le référencement sur reunion.fr est **gratuit**.

LES OFFRES

Réserver

Un bouton «**Réserver**» peut-être intégré à votre fiche établissement et permet un affichage en priorité dans les résultats.

L'intégration du bouton est possible en intégrant un moteur de réservation sur votre site ou en souscrivant aux offres ci-dessous :

L'OFFRE TRANQUILLITÉ

Grâce à la plateforme régionale de réservation, il est possible de diversifier vos canaux de distribution. Les produits sont ainsi vendus via :

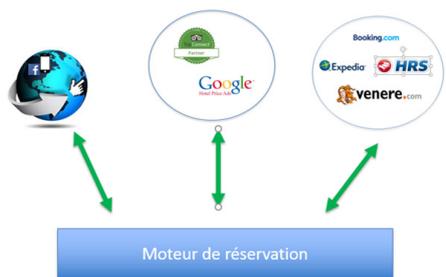
LES SITES WEB :

- de l'IRT : <https://explorelareunion.com/> www.reunion.fr
- des Offices de Tourisme
- des agences réceptives partenaires

LES CONSEILLERS EXPERTS DU RÉSEAU :

- IRT
- Offices de Tourisme et FRT
- Agences réceptives partenaires
- Gestionnaires de loisirs partenaires





L'OFFRE LIBERTÉ

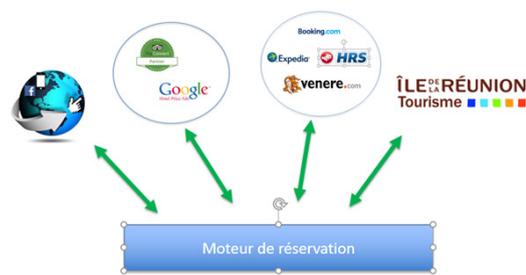
Les sites internet qui offrent la possibilité de réserver en ligne atteignent des taux de transformation de plus en plus importants. Grâce à l'offre Liberté, l'internaute peut réserver sur le site du prestataire en toute sécurité (module de paiement sécurisé).

Cette offre n'inclut pas la connectivité avec la plateforme de réservation de l'IRT. Le channel Manager intégré permet la gestion du planning de Booking, Expedia, Tripconnect.

L'OFFRE LIBERTÉ PLUS

Il est possible de bénéficier de l'ensemble des canaux de distribution, d'être visible sur le web, et d'avoir son propre moteur de réservation.

L'offre Liberté Plus cumule les avantages de l'offre Tranquillité et Liberté et vous permet, à travers un seul planning de commercialiser via la plateforme de réservation de l'IRT et en direct.



VOS CONTACTS POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES OUTILS DE VENTE EN LIGNE



SÉBASTIEN ALY BERIL
ANIMATEUR MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 78
GSM: 0692 673 608
s.alyberil@reunion.fr



ANNE BETON
ANIMATRICE MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 81
GSM: 0692 63 57 55
a.beton@reunion.fr

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER !



CYRILLE AUDIFAX

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE EST

Tel: 0692 37 38 49



CHRISTOPHER VALLEE

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE OUEST

Tel: 0692 70 78 23



SÉBASTIEN ALY BERIL

ANIMATEUR MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 78



ANNE BETON

ANIMATRICE MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0692 63 57 55