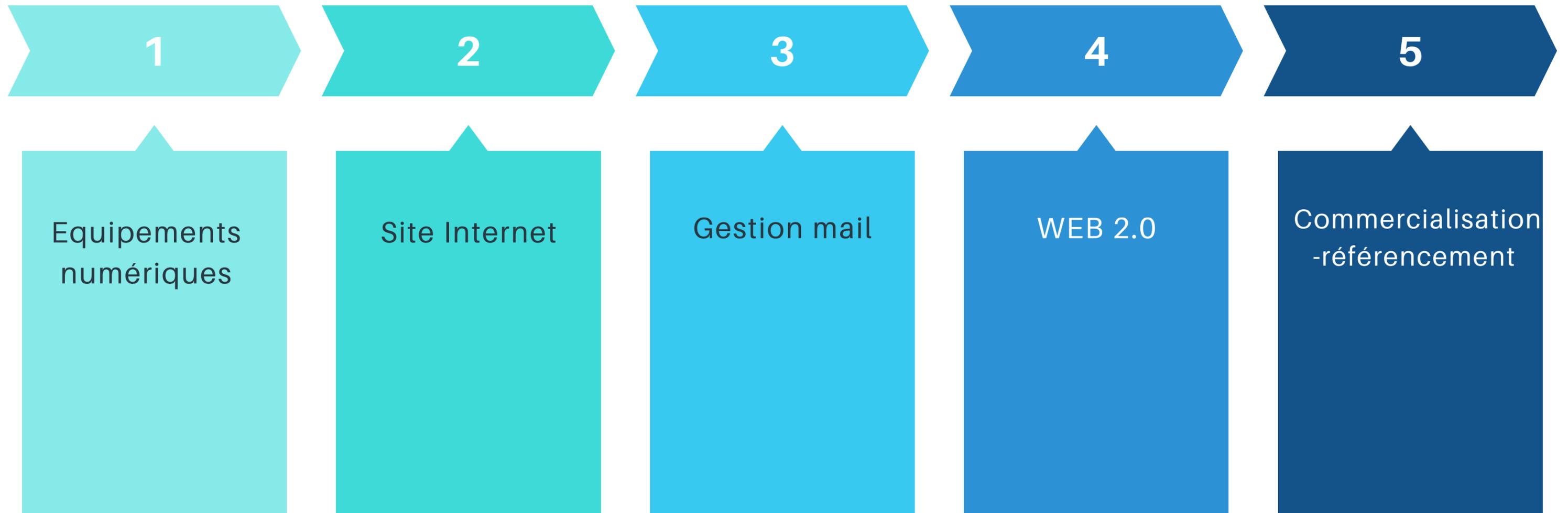


"DIAGNOSTIC NUMÉRIQUE 2025 PERSPECTIVES ET RETOURS DES PARTENAIRES TOURISTIQUES D'ANDERNOS"

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE REALISÉE





Un Diagnostic numérique c'est quoi ?

L'office de tourisme a lancé un Diagnostic numérique pour mieux accompagner ses partenaires à l'utilisation des outils numériques et leurs évolutions (tels que l'IA)

Le Diagnostic Numérique de territoire

→ Pour mieux connaître les équipements, les pratiques et les besoins en accompagnement des prestataires touristiques.

Cet état des lieux permettra également de donner des indications pour le choix des thématiques des futurs cafés numériques

→ Améliorer la visibilité en ligne des acteurs du tourisme et de notre destination.



143 PARTENAIRES SOLLICITÉS

75.51 % (111) de contact(s) qui ont ouvert le mail

24.49 % (36) de contact(s) qui n'ont ouvert aucun mail

- 61 Meublés et Chambres d'hôtes
- 2 Hôtellerie de plein air
- 5 Hôtels et résidence de tourisme
- 25 Restauration/ dégustations et Bars
- 20 Activités et équipements de loisirs
- 6 Organismes conciergeries/Ot/Services
- 24 Commerces

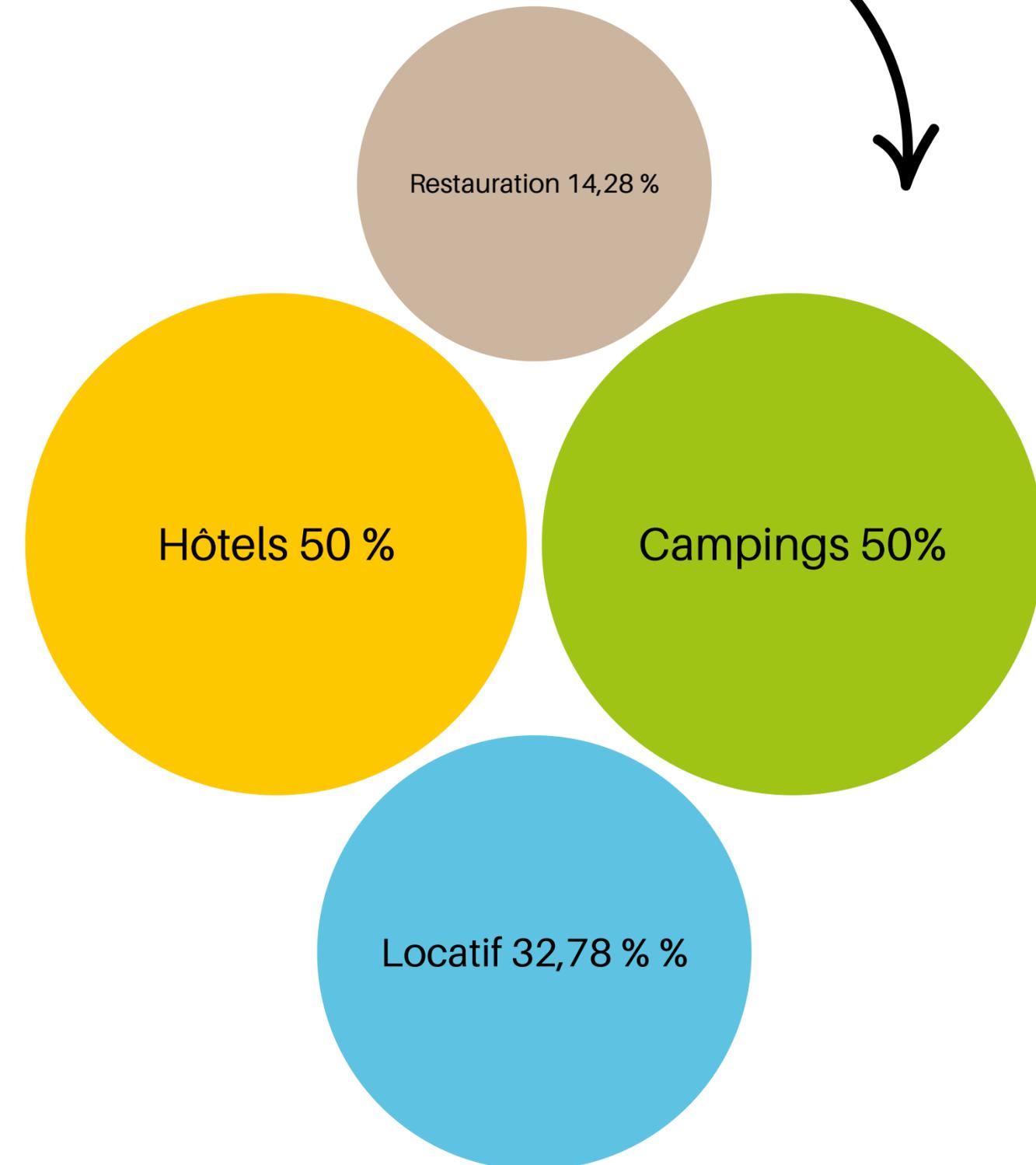


143 partenaires sollicités

26 ont répondu à l'enquête en ligne

29,54 % de participation

Taux de réponses à l'enquête par filières



Equipements numériques

80 % ont un accès Wifi gratuit pour ses clients

1% propose un ordinateur à disposition de sa clientèle

Proposer un accès Wi-Fi gratuit aux clients, ainsi qu'un ordinateur à leur disposition, peut considérablement enrichir l'expérience client dans n'importe quel établissement, que ce soit un café, un hôtel ou un hébergement de location.

Le Wi-Fi gratuit permet aux clients de rester connectés, de travailler ou de se divertir sans frais supplémentaires, ce qui peut influencer leur choix de lieu.

De plus, offrir un ordinateur permet à ceux qui n'ont pas leur propre appareil d'accéder aux services numériques.

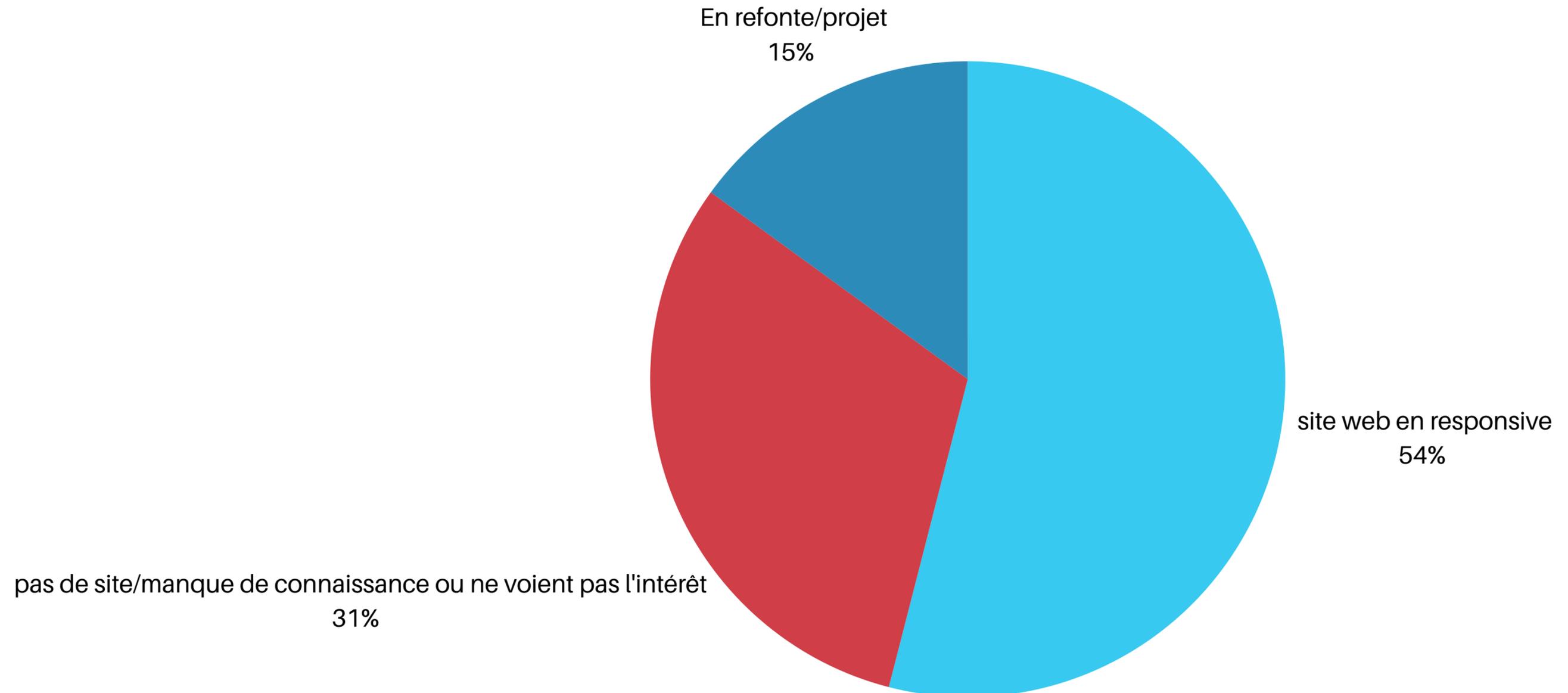
Cela témoigne d'une attention particulière portée à la satisfaction et au confort des clients, tout en rendant l'environnement plus accueillant et moderne.

Une telle initiative peut également inciter les visiteurs à prolonger leur séjour, ce qui peut accroître les ventes et favoriser la fidélité à long terme.

2

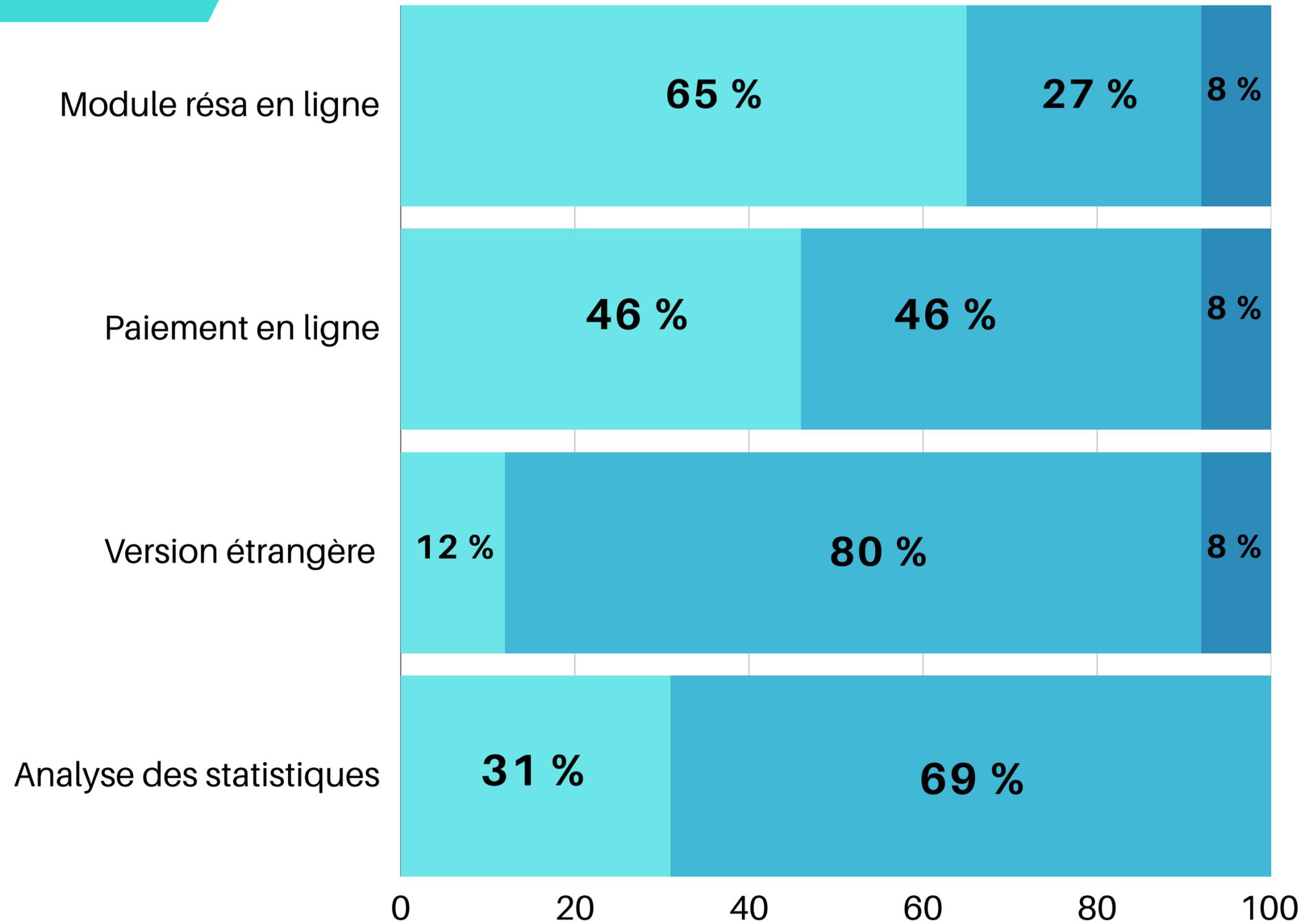
Site Internet

- site web en responsive
- pas de site/manque de connaissance ou ne voie...
- En refonte/projet



2

● oui ● non ● en projet



2

● oui ● non
● en projet

Liens vers sites institutionnels/RS

35 %

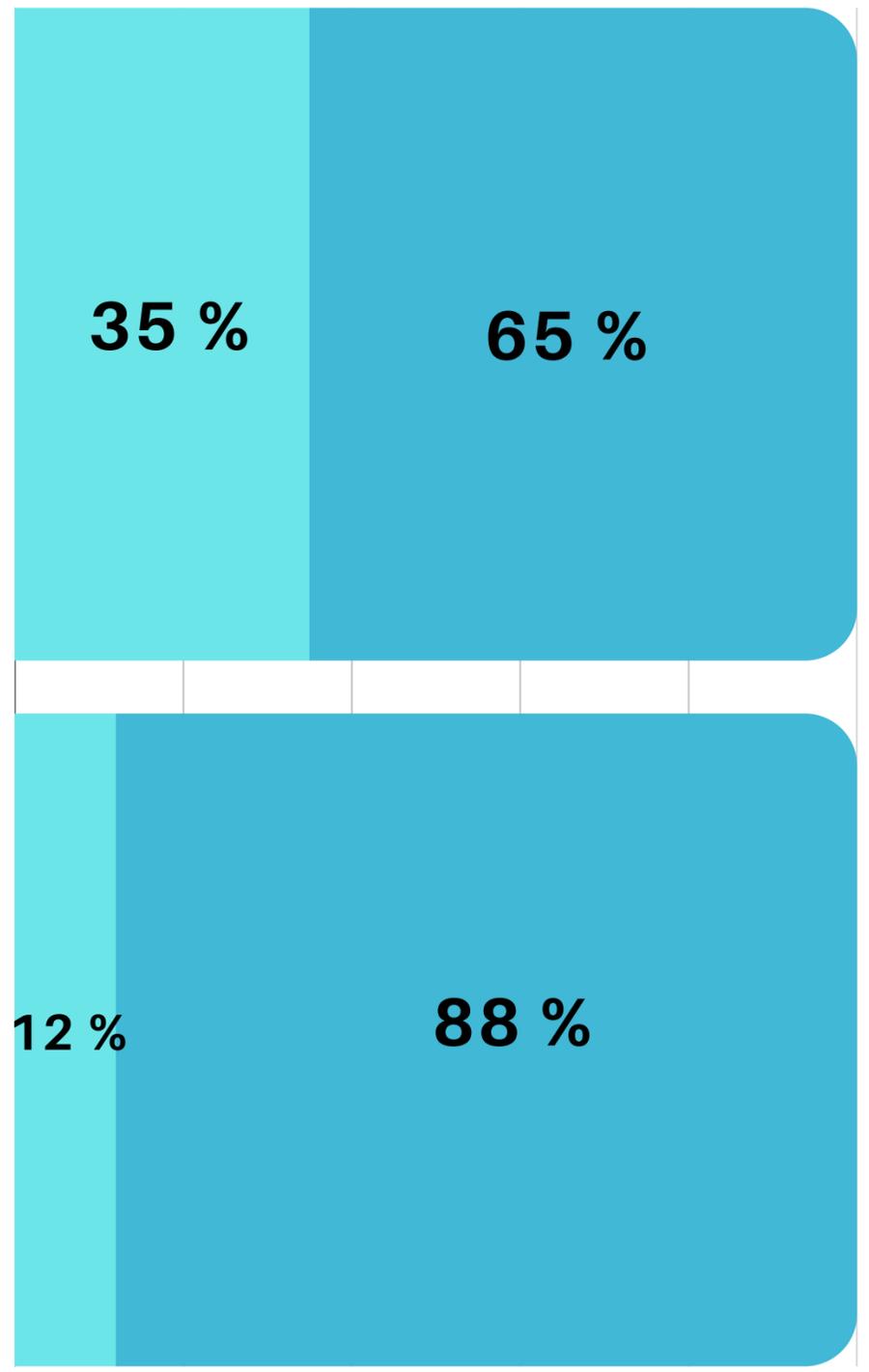
65 %

Promo/Référencement payant Adwords/Display/Autres

12 %

88 %

0 20 40 60 80 100



2

Site Internet



Conseils et accompagnement

Projet site web

Proposer partenariat avec WeeBnB (site web clé en mains, résa, paiement en ligne et version étrangère)

En savoir sur les actions de promotions payantes (ex Adwords)

Proposer un café numérique sur ces actions

Partage des urls vers notre site et RS

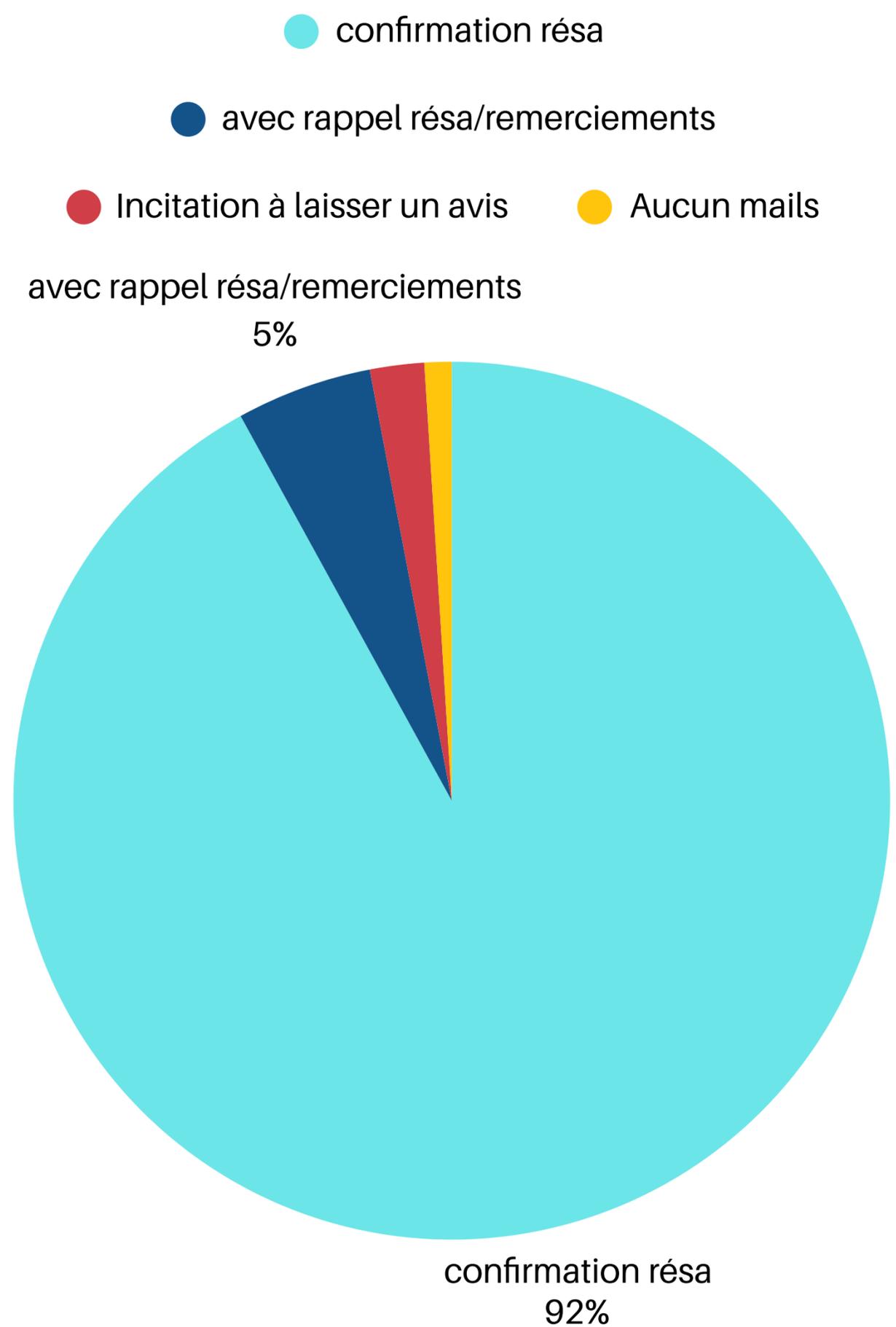
Expliquer à nos partenaires comment le partage de ces liens peut également bénéficier à leur propre visibilité et à leur audience. Par exemple, cela peut renforcer leur image de marque en s'associant à nous

3

Gestion mail

Gestion des mails dans la relation client

- Confirmation réservation
- rappel de réservation avant le séjour
- remerciements après le séjour
- incitation à laisser un avis pendant et parès leur séjour



3

Gestion mail



Conseils et accompagnement

Remerciements

Inciter nos partenaires à remercier leurs clients

Avis

Inciter à laisser un avis pendant et après le séjour

Fidélisation

Fidéliser sa clientèle avec une newsletter, des promos séjour..

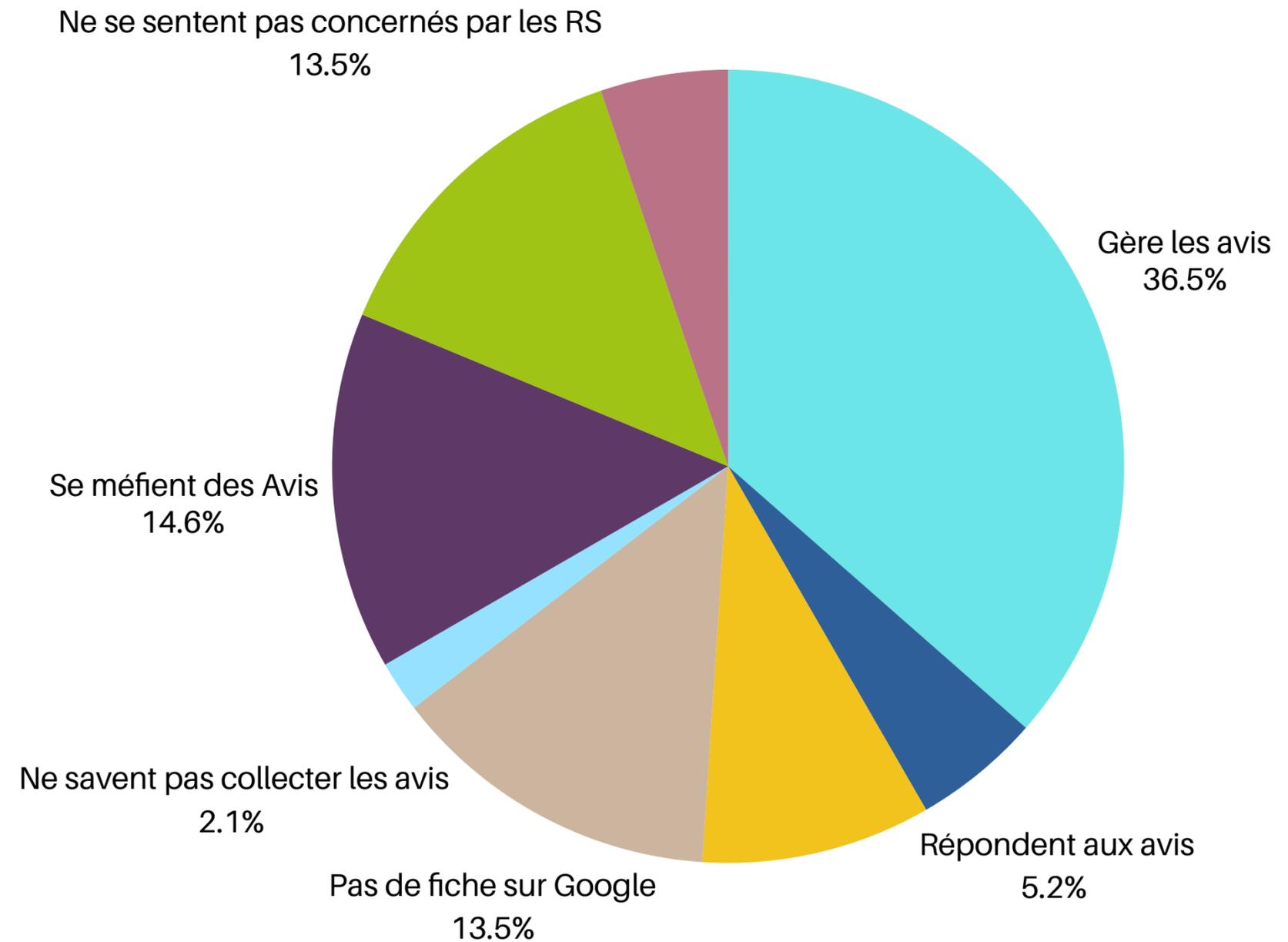
4

WEB 2.0

Présence sur le web

- Réseaux sociaux FB, Instagram
- Fiche établissement sur Google My business
- Gestion des avis et suivre sa e.reputation

- ont une fiche établissement sur Google
- Pas de fiche sur Google
- Ne savent pas collecter les avis
- Se méfient des Avis
- Ne se sentent pas concernés par les RS
- Page RS



4

WEB 2.0



Conseils et accompagnement

Réseaux sociaux

Créer un contenu engageant,
Interagir avec sa communauté,
Utiliser des publicités ciblées,
analyser ses performances : Utiliser les
outils d'analyse

Fiche Établissement sur Google My Business

Créer et Compléter son profil,
Publier des mises à jour

Gestion des Avis et Suivi de l'E-Réputation

Encourager les avis, Répondre aux avis,
Surveiller son e-réputation

**Avoir une forte présence
en ligne est essentiel !**

4

WEB 2.0

**L'analyse de votre
clientèle est essentielle !**

Cibles actuelles

Famille

Séniors

couples

Souhaits de développement clientèle

Limitrophe et locale

Etrangère

couples

Séniors

Groupe



Conseils et accompagnement

Analyse de la clientèle

Savoir analyser son marché et définir des personas

Campagne ciblée

Mettre en place des campagnes ciblées et mesurez leur efficacité.
Utilisez les retours d'expérience pour ajuster votre stratégie et affiner votre ciblage.

Restez à l'écoute des clients

Écouter les retours de vos clients et surveiller les tendances du marché. Cela vous permettra de vous adapter rapidement aux changements et de mieux répondre aux besoins de votre clientèle.

Commercialisation-Promotion

● Commercialisé sur les plateformes

● Budget commercialisation/promo

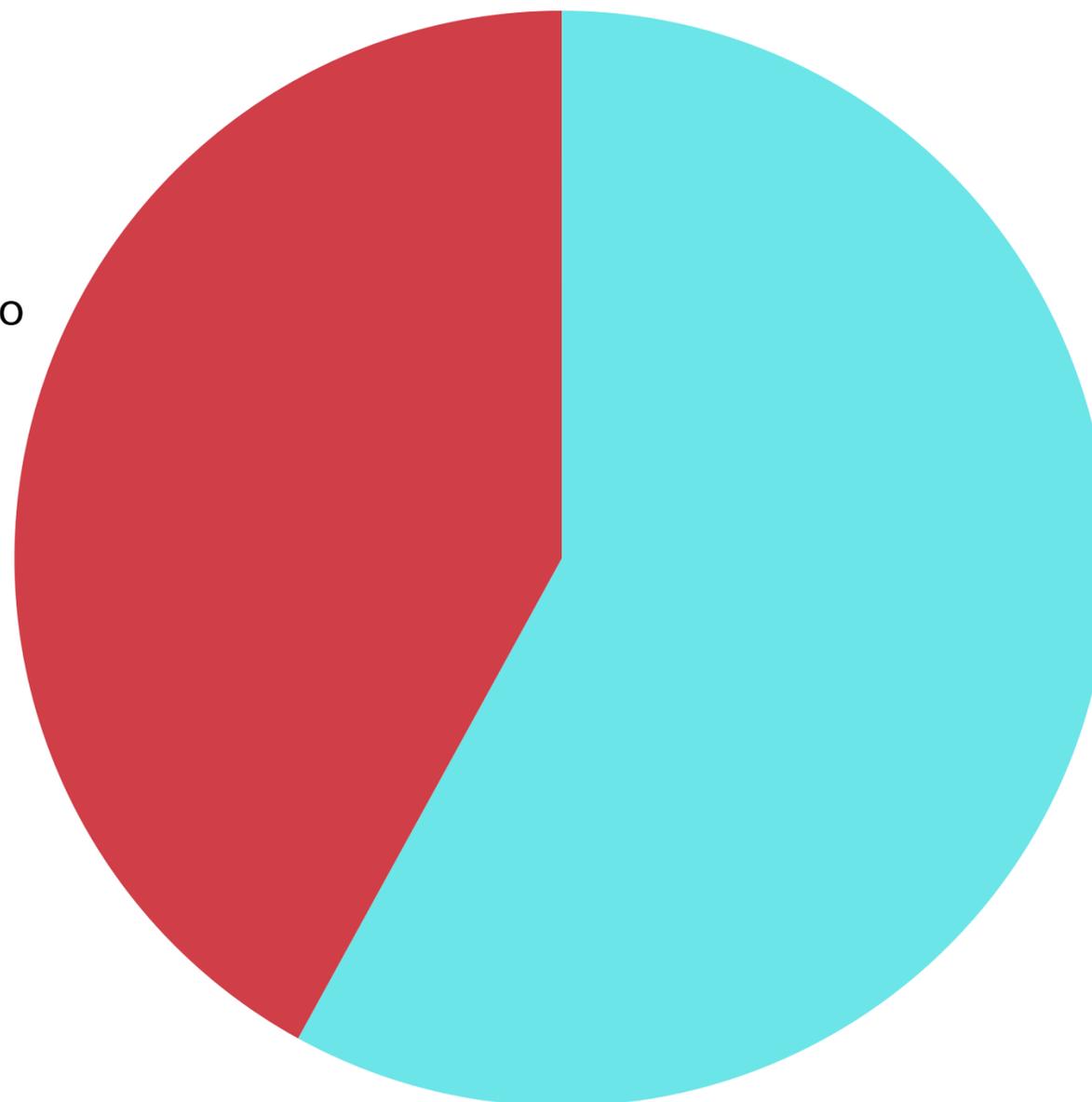
Budget commercialisation/promo
42%

Commercialisé sur les plateformes
58%

Commercialisation

Plateformes sites spécialisés

- Booking
- AirBnB
- Expedia
- Abritel
- PAP
- CampingFrance





Conseils et accompagnement

Plateformes spécialisées et fiche établissement sur Google

Créer ou optimiser sa fiche Google My Business pour apparaître dans les recherches locales. Être sur les sites comme Booking par exemple

Publicités en ligne

Campagnes ciblées : Utiliser des publicités sur Facebook, Instagram ou Google Ads pour promouvoir ses offres.
Cibler des audiences spécifiques intéressées par le tourisme.

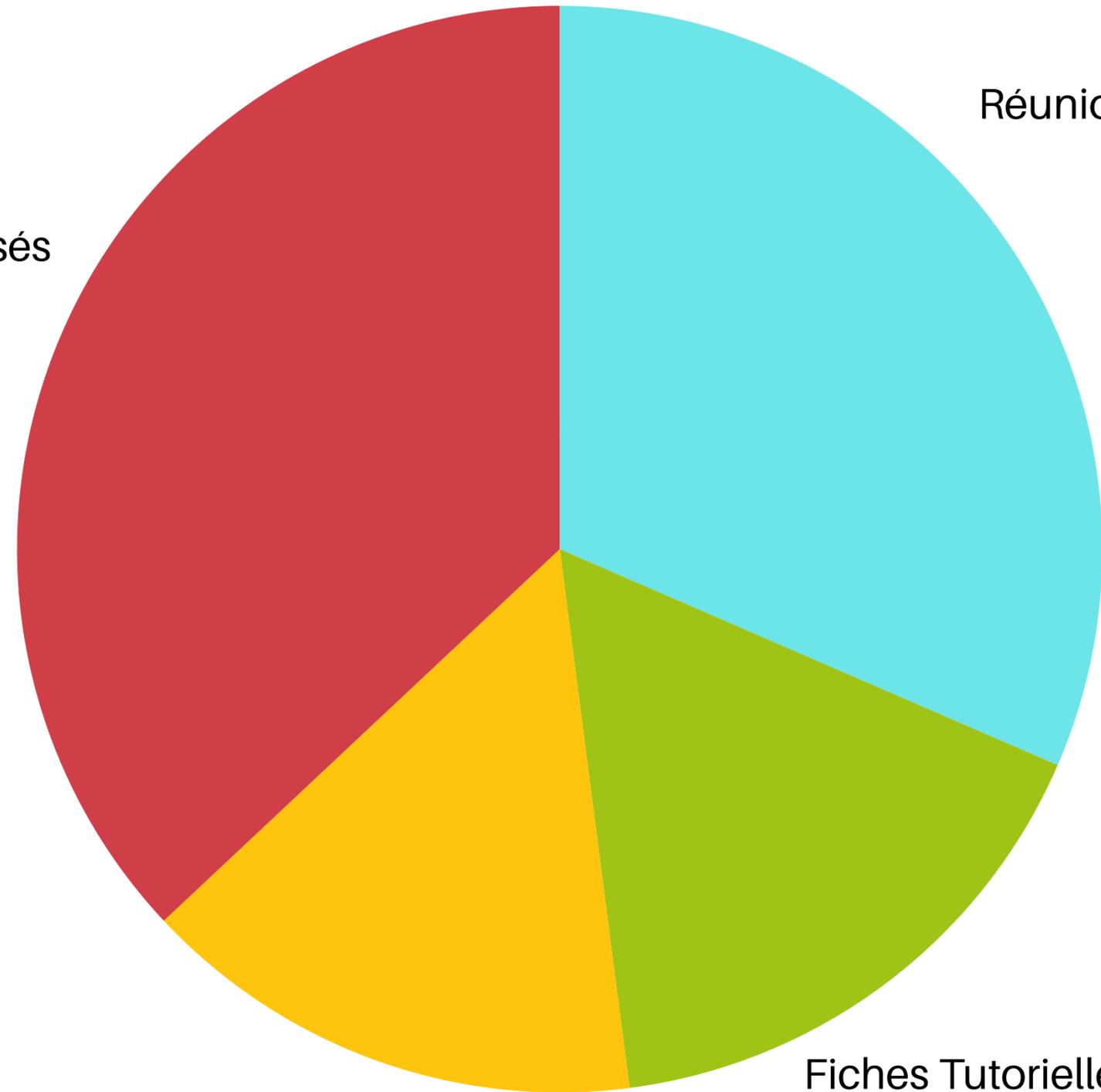
Réseaux Sociaux

Partager ses publications et vice versa. Cela élargit la portée de votre audience respective.
Concours et promotions : Organiser des concours sur les réseaux sociaux où les participants peuvent gagner des séjours ou des expériences

ACCOMPAGNEMENT



Pas intéressés
37%



Réunions thématiques
31.5%

Ateliers en groupe réduit
15.1%

Fiches Tutorielles
16.4%

ACCOMPAGNEMENT



Particulièrement intéressés

- Les tendances et pratiques des touristes sur le Web
- Avoir sa fiche d'établissement sur Google,
- Savoir suivre et récolter les avis
- Mieux valoriser sa présence sur le web
- Publicités en ligne
- Présence sur les réseaux sociaux
- Gestion du mailing
- Référencement payant
- Analyse des statistiques

ACCOMPAGNEMENT



Période et jours souhaités

**Octobre, Novembre, décembre,
janvier, février et mars**

Lundi, mardi, mercredi

Principalement en matinée