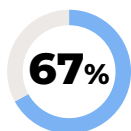


# LOISIRS

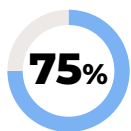
## Développer ses ventes le plus en direct possible



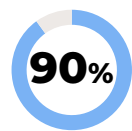
Les habitudes de consommation ont évolué, les études montrent (ou prouvent) que les internautes se dirigent de plus en plus vers la réservation en ligne. Aujourd'hui Internet est devenu indispensable dans le domaine du tourisme et notamment pour la réservation des activités de loisirs. La création d'un site internet avec la réservation en ligne est un facteur de réussite au bon développement commercial de l'entreprise. Il s'agit de répondre aux attentes des internautes qui ont pris l'habitude de consommer en ligne sur leur ordinateur ou leur téléphone.



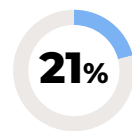
des voyageurs préfèrent réserver une expérience vs mettre plus de budget dans un hébergement.



des voyageurs en destination réservent à la dernière minute, moins de 48h avant l'activité.



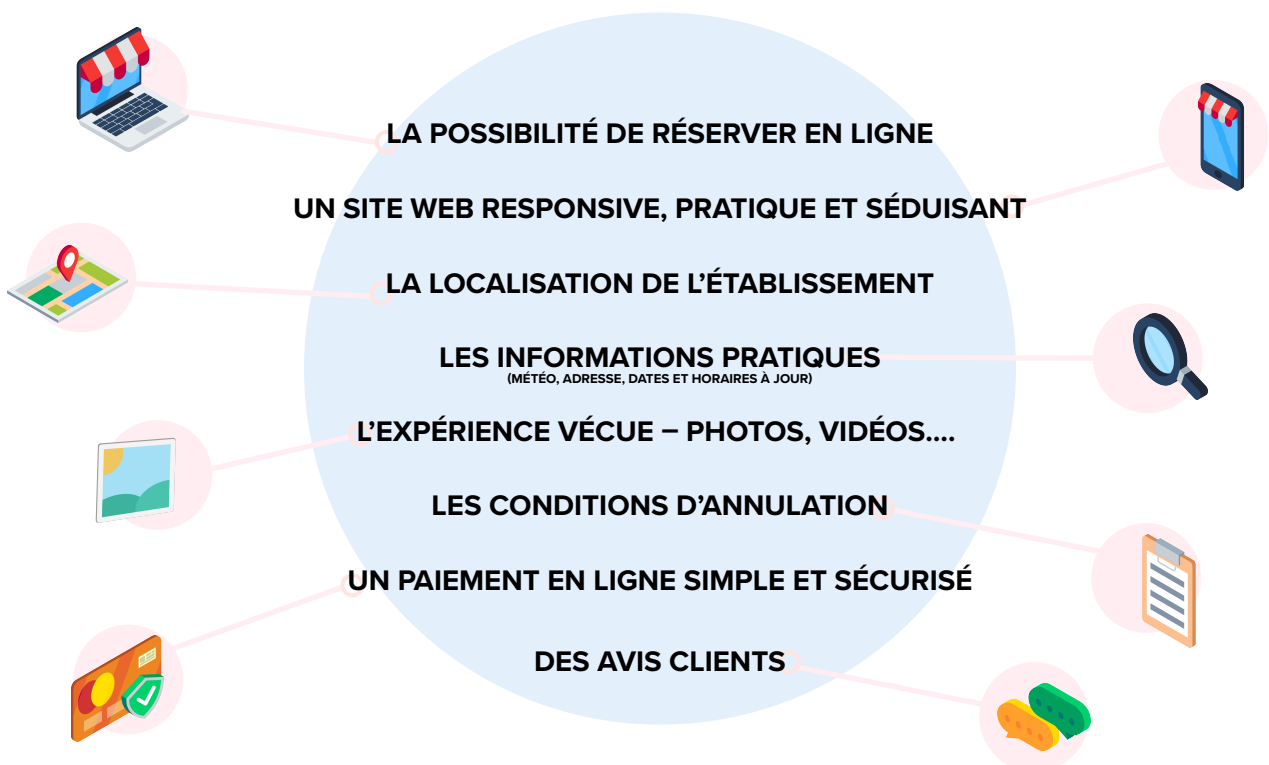
des réservations d'activités se font sur mobile.



Des réservations sur la place de marché départementale se passent entre 20h et 8h.

Source : Alliance réseaux – juin 2020

## QUE RECHERCHE LE CLIENT SUR VOTRE SITE WEB ?





### QUELS SONT LES POINTS CLÉS POUR DÉVELOPPER LES VENTES SUR SON CANAL DIRECT ?

#### AVOIR UN SITE PRO ET VENDEUR

Le site web doit donner envie de réserver en répondant à des critères esthétiques actuels, apporter de la réassurance et aller à l'essentiel : « Site officiel », « Billet coupe-file », « Paiement sécurisé », « Meilleur prix garanti ». Sans oublier la règle des trois clics, c'est-à-dire que pour trouver une information quelle qu'elle soit, il faut que l'internaute ne clique pas plus de 3 fois.

#### PENSER MOBILE

90% des réservations de loisirs se font sur mobile, les réservations via smartphones augmentent de plus en plus chaque année. Le mobile est même devenu le principal canal de réservation de dernière minute ! 75% des voyageurs réservent 48h avant l'activité. Mobile first est le nouveau standard lors de créations de sites internet.

#### INCITER À LA RÉSERVATION EN DIRECT SUR SON SITE

Le bouton « Réserver » doit être très visible, de préférence en haut à droite du site, ce qui lui permet d'être repéré très facilement. La qualité et le design du moteur de réservation sont extrêmement importants.

Pour augmenter les réservations en ligne le fait de vendre en ligne ne fait pas tout, il faut offrir des bénéfices aux clients (billet coupe-file, caisse prioritaire, réduction pour les réservations en ligne).

Offrir l'autonomie et le choix à ses clients pour ne pas passer à côté de ceux qui réservent entre 20h00 et 8h00.

#### ETRE PRESENT SUR LE WEB

Être présent sur les principaux services en ligne utilisés par les touristes en mobilité tel : Google My business, TripAdvisor, Facebook... et tenir à jour les informations pratiques (les jours et les horaires d'ouverture et de fermeture, l'adresse, numéro de téléphone...). Partager l'expérience de ses clients sur les réseaux sociaux ou demander aux clients de partager le moment qu'ils ont vécu.

#### SOIGNER SA E-RÉPUTATION

Près de 8 voyageurs sur 10 sont plus enclins à réserver en ligne lorsqu'ils constatent que l'établissement répond aux avis des clients. Répondre aux avis clients permet de démontrer clairement aux clients existants et potentiels toute l'importance qu'attache la structure à leurs commentaires et à la qualité des services. Valoriser les avis clients des canaux de distribution en les mettant en avant sur le site web de la structure.

#### CONNAÎTRE LES BASES D'UN BON RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Le référencement naturel, c'est la capacité qu'a un site à se faire référencer par d'autres, de façon « naturelle ».

En effet, pour cela, il faut bien travailler le contenu du site, les textes, l'URL, les titres, la compatibilité mobile, le Https, la qualité du code html...

#### FIDÉLISER SES CLIENTS ET SOIGNER SA RELATION CLIENT

Profiter des occasions de collecte de données (réservation par téléphone, sur place, durant le séjour, au départ...) pour constituer/enrichir un fichier clients. L'envoi d'un message personnalisé aux clients (tarifs préférentiels, code promo...) permet de renforcer le sentiment de privilège et de garantir des réservations en direct.

#### PRENDRE SOIN DE SES CLIENTS

La relation client est plus que jamais un pilier du marketing pour développer ses ventes en direct.

Mettre en place des mails ou des sms types, avant l'activité, est important : informer son client qu'il est attendu, proposer de s'abonner à aux pages Facebook et Instagram de l'établissement...et après l'activité: le remercier d'être venu et lui proposer de faire un retour de son expérience sur la page Google My Business ou TripAdvisor.

#### ENTREtenir SES RELATIONS AVEC LES PRESCRIPTEURS LOCAUX

L'achat d'activités de loisirs est majoritairement guidé par des sources d'information locales.

Soigner votre présence sur les sites web des partenaires tel : Office de tourisme, Agence de développement touristique, Stations de ski... faites-vous connaître au niveau local « on parle mieux de ce qu'on connaît mieux ».

### FOCUS RÈGLEMENTATION



La collecte et le traitement des données personnelles des clients, implique de prendre des mesures pour garantir une utilisation de ces données respectueuses de la vie privée des personnes concernées. Le règlement général sur la protection des données (RGPD) en application depuis le 25 mai 2018 encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne. Le site de la CNIL dispose de nombreux contenus pour mettre en application ce règlement. [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)