



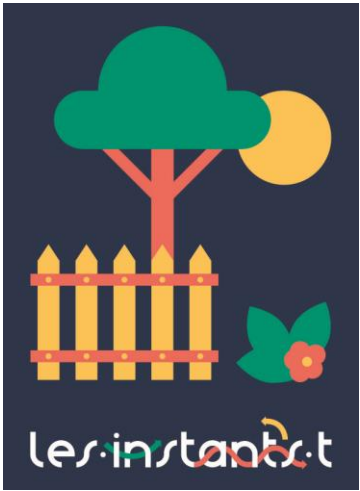
COMPTE-RENDU

Le 17 mars 2022



Jeudi 17 mars – Matin

Grand entretien



Grand entretien

« Le client au cœur de nos stratégies »



Mark Watkins – Directeur – Fondateur Coach Omnium

Les points à retenir

1. Le tourisme est impacté selon l'actualité, il est difficile à prévoir
2. Le marketing de la demande : recentrer sur le client, en harmonie avec ses attentes
3. Le numérique a ses limites : ne pas oublier l'accueil physique
4. Miser sur le développement durable sans faire culpabiliser le touriste.
5. Se mettre à la place du client en faisant des études de clientèle
6. Les 4 questions que le client se pose :
 - Est-ce que j'ai envie d'y aller ?
 - Est-ce que je suis bien accueilli sur place ?
 - Ai-je envie de revenir ?
 - Ai-je envie d'en parler autour de moi ?→ Si le client répond « oui » à tout, très bon



Les échanges

- « *Quels sont les meilleurs labels ou dispositifs très développement durable ?* » Ils le sont tous mais pas assez connus du grand public. La référence reste ECOLABEL. Le label Qualité Tourisme s'améliore également mais n'est pas assez connu. Les labels Relais Châteaux, Logis et Best Western sont connus de nom, mais pas suffisamment sur le fond.
- « *Passer au marketing de la demande, très bien, mais quid plus largement de l'écoute des parties prenantes clients, autres acteurs pour co-construire une offre dont les clients seront acteurs ?* » Oui ce serait l'idéal, construire avec les clients, mais nous en sommes encore loin. Les clients sont plutôt raisonnables, ils ne demandent pas l'impossible.
- « *Est-ce que le problème n'est pas de changer de communication sur l'environnement, en passant à de la communication positive ?* » C'est un sujet plus général sur une écologie positive. Le problème de l'écologie est qu'on ne peut pas se rendre compte des résultats immédiats, c'est un travail de très longue haleine et qui doit être collectif. Cela amène un côté démotivant.