



# Destination Haute-Corrèze-Ventadour

Connaître mes clientèles, perfectionner mon accueil personnalisé



# Le SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information est le terme donné à la Stratégie des Territoires Touristiques qui mène à une réflexion ou une action autour de l'Accueil dans les murs et hors les murs des Offices de Tourisme.



ÉTAPE CLÉ DU SADI : PENSER CLIENT  
CONNAISSANCE CLIENT



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**



# Le SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Qui sont nos clients dans nos  
BIT, nos structures ?

- Qui sont-ils?
- Quelles sont leurs principales demandes ?
  - Leurs caractéristiques?
  - Leur nombre?
  - Quand viennent-ils?

Qui sont les clients qui  
viennent sur notre territoire?

- Comment font-ils le choix de notre destination ?
  - Quels sont les principaux flux de clientèle ?
    - Les lieux de rassemblement ?
    - Les lieux de visites ?

Cela revient à segmenter la clientèle

Comment je répons à leur demande ?

Comment améliorer ma réponse, quels outils mettre en place... proposer... inventer...



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 1. LA FAMILLE



### HABITUDES

- Utilisation internet pour préparer leur séjour = Hébergement
- Sur site de séjour = clientèle OT vient chercher ce qu'elle a vu sur internet = besoin d'être rassurée sur sa destination
- Recherche : authenticité, insolite

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Balades natures / petites randonnées pédestres
- Activités ludiques
- Marchés de producteurs, gastronomie locale
- Découvrir les sites incontournables pittoresques
- Lieux de baignade surveillés avec espaces de jeux
- Programme des animations de la semaine
- Connexion internet, Wifi

### PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Exigeante (pour la clientèle possédant une résidence secondaire et connaissant le territoire)
- Enthousiaste
- Connectée

### FREINS, RÉTICENCE

- Connaissances assez floues du territoire
- Zone blanche, pas de connexion internet



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 2. LES DÉCOUNREURS, COUPLES SANS ENFANT



### HABITUDES

- Séjour à la dernière minute = court séjour (2 ou 3 nuits)
- Recherche sur internet, hébergements haut de gamme
- Amateurs de patrimoine et toujours curieux de découvrir les petites « pépites » locales
- Amateurs de bonnes tables : recherchent LE restaurant gastronomique du territoire = Budget ++

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Découvrir le patrimoine avec villages typiques, sites naturels
- Musées et sites en lien avec l'histoire locale = perfectionner ses connaissances
- Gastronomie : produits locaux, restaurants de grande qualité = recommandations du CS
- Hébergements +++
- Équipements / prestations bien-être
- Circuits découverte construits avec les petits + du CS

### PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Exigeante
- Déterminée
- Aisée

### FREINS, RÉTICENCE

- Hébergement qui ne convienne pas à leur exigence
- Accueil non personnalisé et mauvaise qualité



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 2. LES DÉCOUNREURS, SÉNIORS



### HABITUDES

- Recherche et programmation séjour sur internet
- Camping-caristes = choix destination aussi par bouche à oreille
- Si la destination correspond à ses attentes = prolonge séjour (patrimoine, qualité accueil et aire de services...)
- Client fidèle des OT car CS = Expert de destination

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Découvrir le patrimoine avec villages typiques, sites naturels
- Parcours de randonnées pédestres mais faible km (pas + 10)
- Musées et sites en lien avec l'histoire locale = perfectionner ses connaissances
- Gastronomie : produits locaux, achats directs à la ferme, marchés de producteurs, restaurants = recommandations du CS
- Aires de camping-cars équipés (vidanges, branchements)
- Renseignements pratiques (commerces)
- Circuits découverte construits avec les petits + du CS

### PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Exigeante
- Déterminée

### FREINS, RÉTICENCE

- Aires de stationnements mal équipées



Destination Haute-Corrèze-Ventadour



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 3. CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES : LES BRITANNIQUES



### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Balade nature = ressourcer
- Randonnées pédestres
- Marchés producteurs et bons restaurants
- Découvrir sites incontournables de la destination et l'histoire du territoire
- Brochures en Anglais
- Accueil du CS en anglais
- Circuits vélo route

### HABITUDES

- France = richesses architecturales, culturelles, savoir-vivre à la française et gastronomie
- Ultra connectés : réservation séjour sur internet et très friands des avis sur la destination
- Très actifs sur les sites d'avis
- Fans et grands utilisateurs des RS

### PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Exigeante (sur l'accueil reçu et le confort chez l'hébergeur)
- Gourmande
- Connectée

### FREINS, RÉTICENCE

- Connaissance assez floue du territoire
- Zone blanche, pas de connexion internet
- Pas d'accueil en anglais de la part du CS
- Pas d'avis sur la destination donc réticence sur la sécurité de leur destination et pour hébergement la propreté de leur location.



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 3. CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES : LES NÉERLANDAIS



### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Balades / randonnées « contact privilégié avec la nature » = écotourisme
- Randonnées vélos = amateurs de cyclotourisme
- Activités nautiques = lieux de baignade dans lacs
- Documentation en NL +++ sinon en anglais
- Loisirs et activités ludiques à faire en famille

### HABITUDES

- Peu de place à l'improvisation = séjour programmé des mois à l'avance.
- Particularité : mère de famille qui a le rôle déterminant lors de la réservation du séjour
- Massivement connectés : fans des blogs et sites d'avis, Champions du Monde des RS = HYPER ACTIFS
- Recherche expérience nouvelle, unique et insolite = vacances en immersion pour vivre comme les français mais à contrario pour séjour en campings va privilégier campings néerlandais

### PERSONNALITÉ

- Organisée
- Ouverte d'esprit
- Tolérante
- Connectée
- Prévoyante

### FREINS, RÉTICENCE

- Mauvaises surprises sur offre touristiques
- Zone blanche
- Pas de possibilité de réservation hébergements en ligne



Destination Haute-Corrèze-Ventadour





# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 4. LES GROUPES DE SPORTIFS



### HABITUDES

- Groupes amateur de sports : sortie entre copains 2 fois/an (ailes de saison)
- Recherche endroits insolites pour pratiquer leur passion
- Réservation hébergement par internet
- Planification de son séjour en fonction des sorties VTT
- Apprécie la gastronomie et repas / soirée entre copains

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Pratiquer son loisir dans un spot inconnu
- Dépliants des circuits VTT ou format GPX
- Circuits avec dénivelés = challenge
- Circuits avec découvertes paysagères
- Produits terroir, gastronomie locale voire bon restos = bon moment entre copains
- Hébergements groupes (10 à 14 personnes) avec local pour ranger VTT et les nettoyer = proches des départs des parcours
- Connexion Wifi

### PERSONNALITÉ

- Exigeante
- Sportive
- Experte de sa pratique sportive
- Connectée

### FREINS, RÉTICENCE

- Peu d'hébergements collectifs
- Parcours peu qualitatifs (balisages)
- Zone blanche



Destination Haute-Corrèze-Ventadour



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 5. LES JEUNES URBAINS



### HABITUDES

- Séjour à la dernière minute
- Réservation via internet sur smartphone = ultra connectée
- Casser le quotidien = destination nature, calme, authenticité avec budget serré

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Balade nature = ressourcer
- Randonnées pédestres
- Marchés producteurs et bonnes adresses de restaurants
- Découvrir sites incontournables de la destination
- Programme des animations et sorties à faire
- Lieux insolites et atypiques
- Destination avec prix hébergements abordables
- CS = force de proposition sur activités à faire, déroulé de sa journée

### PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Jeune
- Connectée voire ultra connectée
- « Zappeuse » = difficile à fidéliser

### FREINS, RÉTICENCE

- Connaissances assez floues du territoire
- Zone blanche, pas de connexion internet



Destination Haute-Corrèze-Ventadour



# Le territoire Haute-Corrèze-Ventadour : 6 clientèles-types

## 6. LES HABITANTS

### MOTIVATIONS - ATTENTES

- Randonnées pédestres, VTT
- Activités de loisirs
- Animations
- Activités ludiques
- Gastronomie : marchés, foires, restaurants
- Renseignements pratiques et fourre-tout = « l'office de tout »
- Découvrir les sites incontournables, pittoresques du territoire pour le faire connaître
- Billetterie
- Boutique = produits du terroir
- Wifi, connexion internet

### HABITUDES

- Acteur incontournable de la destination d'où importance de son accueil. Il est à la fois : habitant accueillant, touriste chez lui ou nouveau résident.
- Plusieurs segments des habitants = entreprises / commerces – associations – jeunes- résidents permanents – résidents occasionnels

### CARACTÉRISTIQUES

- Les accueillants = élément indissociable du territoire
- Les consommateurs = « client touriste », usagers
- Les influenceurs = ambassadeurs de leur pays, ils le montrent, le vantent, le font découvrir à leur communauté
- Les offreurs = participent à l'essor de l'économie collaborative et contribuent à compléter l'offre touristique (marchand ou non marchand)

### PERSONNALITÉ

- Exigeante
- Fidèle
- Professionnelle



# Perfectionner mon accueil personnalisé

## 1. CONSEIL ÉCLAIRÉ, HYPERPERSONNALISATION

### LA MÉTHODOLOGIE DE QUESTIONNEMENT POUR UN CONSEIL ÉCLAIRÉ

**S**

En quoi puis-je vous aider ? Que puis-je pour vous ?

**P**

Que recherchez-vous ? De quoi avez-vous besoin ?

**I**

Expliquez-moi ce que vous souhaitez précisément ?

**RE**

Quel serait pour vous le séjour idéal ? Quel est le plus qui ferait de votre matinée ou après-midi le moment idéal ?



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**



# Perfectionner mon accueil personnalisé

## 2. LES 10 BONNES PRATIQUES DE L'ACCUEIL

- 1 – Le Sourire** : la joie, le plaisir, la détente, l'ouverture.
- 2 – L'Information** : signalétique sur site/hors site, panneau tarif prestations, site internet, message répondeur.
- 3 – La Propreté** : lieu d'accueil, personnel d'accueil, environs proches, site en général.
- 4 – La Disponibilité** : être attentif, adapter les horaires d'ouverture, pratiquer l'empathie, anticiper la demande.
- 5 – Les Langues** : a minima l'anglais, à tous les échelons de l'entreprise
- 6 – La Réactivité** : ne pas faire attendre (sur le lieu d'accueil, au téléphone, par retour mail), informer au sujet des prestations, proposer variantes de services ...
- 7 – La Compréhension du client** : qui est-il ? Que veut-il ? D'où vient-il ?
- 8 – L'Expérience** : penser client, chercher la satisfaction client, être dans le temps présent. Privilégier l'émotion et le partage. Le client est avant tout un individu et non un touriste.
- 9 – Les Services** : présenter les vins correctement, proposer une gamme d'activité (animation, exercices, explications, itinéraires ...), accès WiFi, aire pique-nique, toilettes disponibles, parking ombragé...
- 10 – Les Remerciements** : inviter le visiteur à revenir, à garder contact (inscription newsletter, FB, Tweeter ...), suggérer de donner son avis sur TripAdvisor



# Perfectionner mon accueil personnalisé

## 3. LA GRC

La Gestion de la Relation Client, c'est être aux petits soins pour sa clientèle



AVANT, PENDANT, ET APRÈS SÉJOUR



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**



**Vous n'êtes pas  
totalement habillé,  
tant que vous n'avez  
pas enfilé un  
SOURIRE**

Émilie TEILLET

07.61.78.12.56

[eteillet@otc-haute-correze.fr](mailto:eteillet@otc-haute-correze.fr)



**Destination Haute-Corrèze-Ventadour**

