

ÉLABORATION DU SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS POUR LA RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE



Compte-rendu

Atelier thématique

La Gestion de la Relation Client : un avantage concurrentiel à développer

Synthèse des réflexions - Objectifs

- ✓ Consensus sur les **fondements vertueux** de la GRC :
 - Un **avantage concurrentiel**, considérant le potentiel de fidélisation et de conquête des clientèles qu'elle porte, et *in fine* l'augmentation des performances économiques qu'elle représente
 - Un outil de **fédération des acteurs**, considérant la nécessaire concertation qu'elle implique

- ✓ **4 finalités** de la GRC mises en lumière :
 - **Fidéliser les touristes**, afin qu'ils reviennent dans la Région et qu'ils soient prescripteurs
 - Conquérir de **nouveaux prospects**
 - **Observer et connaître les clientèles**, afin de proposer une offre adaptée aux comportements et attentes, dans un souci d'augmentation de la satisfaction client
 - **Augmenter la consommation touristique** du territoire

Synthèse des réflexions - Objectifs (suite)

- ✓ **4 objectifs prioritaires** identifiés au développement d'une GRC en Nouvelle Aquitaine :
 1. Développer une **culture** de la GRC, et sensibiliser les institutionnels et socio-professionnels à la **valeur ajoutée** de la GRC
 2. Accompagner les acteurs à la **mise en place d'une GRC**, étant entendu qu'elle sera adaptée au **cas par cas**
 3. Organiser la **GRC** et définir le niveau légitime pour chaque étape (financement et développement de l'outil, collecte, traitement de la donnée...), avec l'idée d'une **structuration bottom-up** :
 - **pilotage et orchestration** au niveau **régional**, qui donne le cadre général décliné au niveau infra selon les spécificités propres (objectifs visés, niveau appropriation de l'outil...)
 - **collecte de la donnée** à l'échelon de **proximité** (offices de tourisme)
 4. Disposer d'une **GRC partagée** entre tous les acteurs (publics / privés – institutionnels / socio-professionnels)

- ✓ **Un enjeu transversal** : mettre **le client au centre** de la réflexion, impliquant :
 - Un **accompagnement tout au long du parcours client** (avant – pendant – après)
 - Une **vigilance à ne pas développer un outil « agressif » (trop intrusif pour le client)**
 - Les conditions nécessaires à la collecte des données clients, et notamment une **connexion Internet adéquate** (Internet de séjour, Wifi territorial...)

Synthèse des réflexions - Leviers d'actions

Objectifs prioritaires	Champs d'intervention et leviers d'actions
Développer une culture de la GRC	<ul style="list-style-type: none"> - Définir un cadre commun partagé, harmoniser le vocabulaire - Sensibiliser les acteurs (élus, techniciens, socio-professionnels...) aux enjeux de la GRC (intérêt et contraintes) <ul style="list-style-type: none"> • Information, partage de bonnes pratiques, benchmark et retours d'expérience • Transparence et présentation des implications de l'engagement (ex : temps passé...)
Accompagner les acteurs à la mise en place d'une GRC	<ul style="list-style-type: none"> - Equiper les acteurs et territoires selon une logique différenciée : <ul style="list-style-type: none"> • Etat des lieux des pratiques selon les acteurs et territoires (méthodes et outils) • Développement d'un « kit de base » comprenant les basiques fondamentaux à destination des « petits acteurs » (outils simples et ergonomiques, pérennes et évolutifs) • Accompagnement des destinations à la mise en place d'une GRC de personnalisation - Former les acteurs à toutes les étapes de la GRC : <ul style="list-style-type: none"> • Actions d'accompagnement à l'appropriation des outils • Actions de formation dans la mise en œuvre (collecte, traitement et utilisation rapide des données...)

NB : L'idée d'une GRC régionale a été proposée, permettant notamment une qualification commune et des économies d'échelle. Celle-ci impliquerait un pilotage régional s'appuyant sur une intelligence collective (méthodologie, financement public/privé...).

Synthèse des réflexions - Leviers d'actions (suite)

Objectifs prioritaires	Champs d'intervention et leviers d'actions
Organiser et évaluer la GRC	<ul style="list-style-type: none"> - Clarifier les rôles (collecte de la donnée, clé de répartition financière...) <ul style="list-style-type: none"> • Organigramme de répartition des responsabilités • Définition de référents sur des questions précises - Evaluer la GRC <ul style="list-style-type: none"> • Définition de critères, d'indicateurs de performances et de facteurs clés de succès selon les clientèles, les objectifs (fidélisation / conquête / augmentation de la consommation touristique / transformation en acte d'achat...) et les territoires • Evaluation des résultats et mesure de l'impact
Disposer d'une GRC partagée	<ul style="list-style-type: none"> - Lever les obstacles techniques à la mutualisation : <ul style="list-style-type: none"> • clarification sur les contraintes juridiques et l'utilisation des données • comptabilité des données - Lever les barrières psychologiques à la mutualisation : <ul style="list-style-type: none"> • définition claire de la typologie de données à mettre en commun • « rassurer » le propriétaire de la donnée, par exemple à travers des actions d'expérimentation de mise en commun des données à l'échelle de petits périmètres