

Lourdes



L'INSPIRATRICE



Objectifs et plan d'actions de l'Office de Tourisme

2019

Axes stratégiques

- I. Renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination
- II. Dynamiser le séjour des visiteurs
- III. Développer les actions vers les prestataires touristiques locaux
- IV. Optimiser l'organisation interne et développer les compétences

I. Renforcer la visibilité et l'attractivité

Objectif 1 : Améliorer la présence sur le **web**.

Objectif 2 : Sur le **marché français**, redynamiser l'image de Lourdes en tant que destination spirituelle et touristique au cœur des Pyrénées.

Objectif 3 : Sur les **marchés étrangers**, positionner Lourdes comme la référence spirituelle, étape incontournable en Europe, et camp de base pour la découverte des Pyrénées.

I.1. Améliorer la présence sur le web

Sur nos canaux propres (site internet, réseaux sociaux) mais aussi chez nos partenaires et via des sites tiers (CRT Occitanie, Shrines of Europe...).

Les maintenances et mises à jour doivent être régulières pour un meilleur positionnement SEO.

Action 1 : Animer les **réseaux sociaux**.

Action 2 : Mettre en valeur la destination par l'intermédiaire du **blog**.

Action 3 : Dynamiser le **site internet de l'Office de Tourisme**.

Action 4 : Renouveler les **contenus** utilisés pour les supports de communication.

I.2. Sur le marché français, redynamiser l'image de Lourdes en tant que destination spirituelle et touristique au cœur des Pyrénées

Action 1 : Favoriser le développement de nouveaux **rassemblements**

Action 2 : Créer des **gammes de "produits vitrine"** destinés à mettre en valeur une image positive de la destination et lui donner un format.

Action 3 : Mettre en place une **stratégie de relations presse** en se faisant accompagner par un cabinet spécialisé.

Action 4 : Mettre en œuvre des **plans media**.

1.3. Sur les marchés étrangers, positionner Lourdes comme la référence spirituelle, étape incontournable en Europe, et camp de base pour la découverte des Pyrénées.

Action 1 : Elaborer un **plan d'actions de promotion** partenarial avec le Sanctuaire, l'aéroport, HPTE, le CRT et Atout France.

Action 2 : Assurer un **meilleur suivi** des actions de promotion auprès des opérateurs potentiels.

Action 3 : **Fidéliser** les opérateurs qui programment déjà la destination.

1.3.1. Plan d'actions de promotion

Propositions :

- **Effectuer moins d'actions mais mieux suivre chacune d'entre elles** pour maximiser le retour sur investissement.
- **Mieux préparer chaque action en amont** notamment en qualifiant les contacts à cibler.
- Donner la priorité à **l'accueil** d'opérateurs à Lourdes.

Plan d'actions de promotion

Opérations « Multi-nationalités »

Workshop Fatima du 7 au 9 mars

- + Conférence de presse à Fatima pour promouvoir la nouvelle liaison aérienne

Rendez-vous en France les 19 et 20 mars à Marseille

- + Accueil - Pré tour
- + Accueil - Post tour ASEAN

Destination Occitanie le 1^{er} avril à Toulouse

- + Accueil – Pré tour

Workshop France Méditerranée du 6 au 8 octobre à Nîmes

Plan d'actions de promotion

Marchés européens

- **IRLANDE**
 - Travel Trade Show le 21 mars à Dublin
 - Conférence de presse - Dublin Media Awards – 16 et 17 avril
 - Eductours avec les TOs ciblés
- **PORTUGAL**
 - Workshop CEAV agences le 27 mars à Lisbonne :
 - Eductours avec les TOs ciblés
- **POLOGNE**
 - Workshop « Spiritualité » en octobre
avec le Cluster Tourisme et Spiritualité
- *Traduction du site « Lourdes Pireneje » en anglais et portugais*

Plan d'actions de promotion

Marchés européens

- **ITALIE**

- Tournée de démarchage Tos.
- Campagne web et réseaux sociaux.
- Conférence de presse.

- **ESPAGNE**

- Déjeuner networking dans le cadre du Cluster « Tourisme et Spiritualité »
- Campagne web sur France.fr

Plan d'actions de promotion

Marchés lointains

- **JAPON**
 - Workshop réceptifs à Paris le 31 janvier
 - NB : nouvelle liaison charter Tokyo-Toulouse le 14 mai
- **ASIE DU SUD-EST**- Démarchages – Roadshow dans le cadre du Cluster Tourisme et Spiritualité en Indonésie et aux Philippines du 22 au 30 avril
- **CHINE**
 - China Workshop à Paris le 8 janvier
 - Accueil à Lourdes de 40 TOs chinois les 13-14 janvier

II. Dynamiser le séjour des visiteurs

Objectif 1 : Augmenter le chiffre d'affaires par visiteur.

Objectif 2 : Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs pour les fidéliser et augmenter la durée de séjour.

II.1. Augmenter le chiffre d'affaires par visiteur

Action 1 : Booster la Place de Marché pour générer plus de retombées économiques sur les prestataires.

Action 2: Augmenter les ventes à l'accueil de l'Office de Tourisme.

Action 3 : Accompagner les hôteliers sur leur politique tarifaire afin de leur permettre de dégager des marges suffisantes.

11.2. Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs pour les fidéliser et augmenter la durée de séjour

Créer une expérience client optimale tout au long du parcours du visiteur:

Avant le séjour :

Fournir toutes les informations nécessaires à la préparation du séjour :

- sur le site internet,
- par la création et l'envoi de brochures (hébergements et guide pratique),

Répondre aux demandes de manière ciblée et communiquer sur les services marchands :

- par téléphone, mail et chat.

II.2. Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs pour les fidéliser et augmenter la durée de séjour

Créer une expérience client optimale tout au long du parcours du visiteur:

Pendant le séjour :

- Conseiller et accompagner le visiteur en proposant un service client poussé : réservation d'hébergements, de visites et d'activités dans et hors les murs (OT et triporteur)
- Collecter les coordonnées des visiteurs (pour conserver le lien)

II.2. Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs pour les fidéliser et augmenter la durée de séjour

Créer une expérience client optimale tout au long du parcours du visiteur:

Après le séjour

Maintenir le contact en adressant :

- un questionnaire de satisfaction post-séjour sur la destination
- des newsletters régulières pour inciter à planifier un nouveau séjour

II.2. Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs pour les fidéliser et augmenter la durée de séjour

Préparer la création d'un internet de séjour (2020)

Définition : L'internet de séjour est un dispositif digital évolutif créé pour permettre aux voyageurs sur place de consommer les offres disponibles aujourd'hui et demain, en prenant en considération son moyen de transport, l'itinéraire, le temps de transport, le temps dont il dispose, le temps qu'il fait, son budget, sa situation personnelle et ses goûts.

L'internet de séjour remplacerait les bornes interactives devenues obsolètes et permettrait de proposer aux visiteurs des activités qualifiées et adaptées à leurs besoins, en lien avec la mise en place du wifi territorial.

III. Développer les actions vers les prestataires touristiques locaux

Objectif 1 : Informer

Objectif 2 : Accompagner

Objectif 3 : Echanger pour mieux se connaître et collaborer

III.1. Informer les prestataires touristiques locaux

- **Diffuser des informations pratiques et techniques :**
 - Adresser des newsletters d'information
 - Alimenter le centre de ressources du site « Lourdes-pro » et créer un accès sécurisé pour toutes les données sensibles.
- **Mettre en place un observatoire touristique.**
- **Diffuser les supports d'informations touristiques et travailler en lien avec les principaux points d'infos de la ville.**

III.2. Accompagner les prestataires touristiques locaux

– **Proposer des ateliers** sur 2 thématiques :

- **Le numérique**
- **Le marketing** (ateliers d'HPTE)

– **Sensibiliser à la qualité de l'accueil :**

- Création d'un « mode d'emploi » de Lourdes à destination des prescripteurs
- Sensibilisation des prestataires pour obtention marque « Qualité Tourisme »

– **Apporter une aide technique** aux prestataires touristiques.

- Déclarations de **taxe de séjour**.
- Demandes de **subventions** (en lien avec la CCI)

III.3. Echanger avec les prestataires touristiques locaux pour mieux se connaître et collaborer

- **Accentuer les rencontres avec les prestataires** pour renforcer notre connaissance de l'offre et présenter nos actions et services.
- **Recruter de nouveaux prestataires** afin de commercialiser leurs offres sur la Place de Marché et à l'Accueil.

IV. Optimiser l'organisation interne et développer les compétences du personnel

Objectif 1 : Optimiser l'organisation interne

- **Elaborer un plan d'actions** avec l'équipe et créer un tableau de suivi
- **Réaliser les entretiens** individuels et professionnels
- **Créer un environnement favorable** à un travail de qualité (réaménagement Accueil pour création Espace boutique et bureaux)

IV. Optimiser l'organisation interne et développer les compétences du personnel

Objectif 2 : Développer les compétences du personnel

- **Elaborer un plan de formation** en lien avec les objectifs du plan d'actions
- **Valoriser les compétences des agents** : réorganisation de la répartition des missions et redéfinition des fiches de postes
- **Organiser la transmission des compétences**

Lourdes

L'INSPIRATRICE

Merci pour votre attention