



TRUCS & ASTUCES : APRÈS LA CRISE, COMMENT S'EN SORTIR ?



Après la crise, comment s'en sortir ?

Trucs & Astuces

La situation actuelle est particulière. Cette période de confinement est peut-être l'occasion de revoir vos objectifs en terme de stratégie et d'établir un plan pour l'après. Voici quelques conseils pratiques.

1. Prendre le temps de revoir sa stratégie

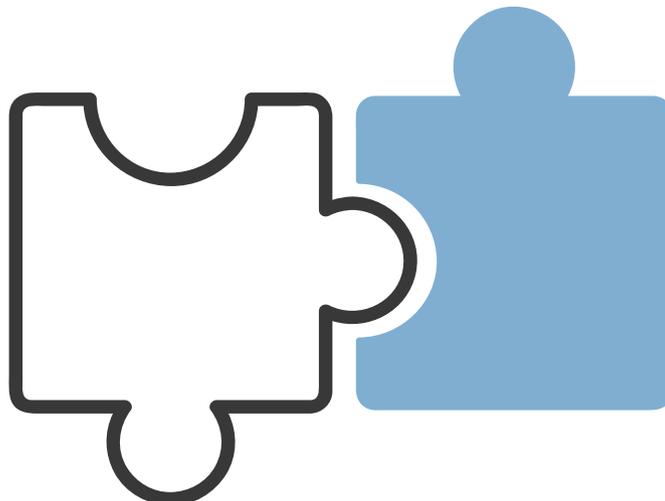
Plusieurs éléments sont à prendre en considération. Après la crise, les clients chercheront principalement deux choses :

- A se retrouver dans de grands espaces
- A partir près de chez eux

Il est primordial de positiver sur votre communication

Appuyez-vous sur vos voisins pour faire de votre établissement une destination à part entière en proposant des condensés d'expériences (pensez local)

Repensez le produit, votre concurrence, votre budget et le temps que vous avez à consacrer. Voyez également vos compétences et vos objectifs.



2. Le public aura besoin de se retrouver : adaptez votre offre !

Pensez à proposer une offre taillée pour l'après covid-19. A votre réouverture, comment attirer et inciter les clients à se rendre chez vous ?

- Créez des offres familiales, tribus
- Privatisez vos lieux : les familles, couples, amis auront besoin de se retrouver, se ressourcer
- Ajoutez les spots santé autour de chez vous, les livraisons de repas, insistez sur la sécurité de votre spot.

3. Revoyez votre communication

Votre atout principal : jouez la carte de la transparence !

Vos moyens de communication sont nombreux, utilisez-les à bon escient et correctement :

- Newsletter
- Site web
- Réseaux sociaux
- ...



Vous avez des faiblesses avec le numérique ? Profitez-en pour vous former davantage.

4. Revoyez vos tarifs : ils doivent évoluer dans le temps

 Vous devez être présent sur les OTA

Pourquoi ? Car elles amènent du trafic, elles accentuent votre visibilité MAIS il est important de retrouver les meilleures conditions tarifaires sur votre site, "EN DIRECT".

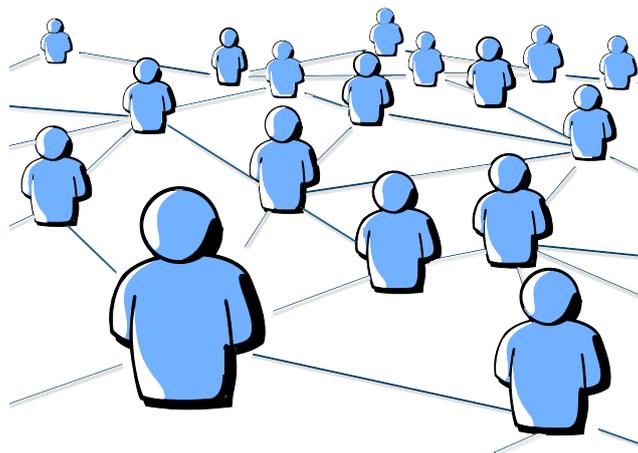
Pensez aux cartes-cadeaux : les cartes représentent jusqu'à 12% du revenu professionnel du tourisme.

Pensez aux codes de réduction : un coupon convertit 20% de ses porteurs. Les codes donnent l'occasion de communiquer auprès des clients.

5. Gérer votre relation aux OTAs

- Comme dit au point 4, c'est important de travailler avec les OTAs : elles sont devenues incontournables, elles savent faire le job, elles apportent une visibilité en direct.
- MAIS : restez maître de votre inventaire : ne donnez pas 100% de votre inventaire aux OTAs & restez maître de vos prix : la règle c'est que l'on doit toujours trouver chez vous le meilleur prix garanti.
- Offrez-en plus sur votre site : chez vous, il y a une histoire, un environnement. Les voyageurs viennent dans un endroit, il y a un travail d'hospitalité.

6. Pensez à communiquer correctement sur vos réseaux sociaux



- Faites des posts réguliers : tenez votre public au courant de ce que vous faites pendant ce confinement. Faites des photos, des vidéos : le public veut du vrai, de l'humain. L'important est de garder le contact avec votre clientèle.
- Pendant la crise, évitez la mise en avant commerciale, les jeux-concours, les dépenses dans des publications sponsorisées.
- Pendant la crise : divisez par 2 le nombre de publications que vous avez l'habitude de faire mais continuez d'en faire. Faites des stories, des petits posts, etc. Utilisez les live.
- Pensez à la fin du confinement : préparez du contenu, rassurez vos clients
- Employez un ton rassurant et chaleureux. Utilisez des mots réconfortants.
- Quelques réflexes : pensez aux indispensables (on donne envie de réagir, on partage du contenu pertinent), ne pas transmettre la morosité, proposez de l'interaction avec vos abonnés.
- En pratique : vérifiez que votre "à-propos" sur Facebook est bien complété. Sur Instagram, faites une description attractive de votre compte.

7. Répondez aux avis clients

- Prenez le temps de répondre aux avis clients : répondre aux clients est une partie importante du métier. Vous devez - même hors crise - prendre le temps de répondre à chaque commentaire.
- Pendant cette période, profitez-en pour créer du lien, faites passer des messages dans les réponses aux commentaires :
 - Expliquez votre politique d'annulation et de remboursement dans les réponses
 - Donnez de vos nouvelles, expliquez la situation
 - Utilisez les réponses pour rassurer en sortie de crise : "on est ouvert, toute l'équipe va bien", parlez de la région, etc.
 - Si ce n'est pas fait, créez vous-même votre page TripAdvisor, Google My Business, etc.
 - Veillez à votre orthographe

8. Revoyez votre contenu numérique pour améliorer votre visibilité sur le web

- Il est primordial d'être présent
- Il est important d'avoir un bon site internet et surtout un site adapté aux smartphones
- Il est important d'être présent et actif sur les réseaux sociaux
- Il est indispensable d'être présent sur les sites des organismes touristiques qui peuvent vous référencer
- Sur votre site : pensez à avoir un bon titre, à utiliser des mots clés, à raconter votre histoire. Deux qualités sont importantes :
 - La rapidité du site : les internautes n'attendent pas
 - La compatibilité du site : l'ergonomie est primordiale



Vous avez un peu plus de temps en cette période ? Profitez-en pour vous former davantage, suivre des webinaires, pour repenser votre contenu et votre stratégie : soyez déjà tourné vers l'après.