



Carte postale avant l'arrivée

Actif 

CARACTÉRISTIQUES DU CONCEPT



CONCEPT

Une semaine ou deux avant leur arrivée, les visiteurs de la région reçoivent une carte postale contenant un bref message de bienvenue et des informations sur les futures activités organisées sur la destination touristique.

GROUPE CIBLE

Tous les visiteurs de la région qui ont réservé un séjour suffisamment tôt à l'avance.

ELÉMENTS NOVATEURS

Une offre semi-personnalisée transmise quelques jours avant sur une carte visuellement attractive. La carte peut être adaptée au grès des saisons et des événements phares.

Actuellement, les visiteurs ne reçoivent pas ou peu d'informations avant leur arrivée. Ils réalisent eux même, le plus souvent, les recherches, ce qui peut prendre un certain temps. La carte peut leur permettre de découvrir de nouvelles expériences et de sélectionner en amont un programme d'activités.

Besoins auxquels on répond

La carte participe à l'accueil des clientèles. Les informations communiquées répondent à un besoin de connaître les activités et événements organisés durant le séjour. Il est parfois difficile d'obtenir la bonne information (méconnaissance des sources d'information, absence de relais...). Un constat qui peut amener les clientèles touristiques à découvrir les activités tardivement voire trop tardivement. Le produit facilite la planification à l'avance pour que les personnes puissent participer à autant d'activités que possible et ne perdent plus de temps sur place à chercher l'offre.

Mise en œuvre potentielle

Une semaine ou deux avant l'arrivée des clientèles, l'hôtel ou le gîte envoie une carte postale à leur adresse avec un bref message de bienvenue et des informations sur les activités qui seront organisées pendant leur séjour.

Afin de faciliter la mise en œuvre, les hôtels peuvent communiquer les informations relatives à des activités qui ont lieu sur une ou plusieurs semaines. Un texte peut ainsi être utilisé pour plusieurs cartes.

Ils peuvent mettre l'accent sur les plus gros événements et indiquer où le client peut trouver plus d'informations ainsi que l'agenda des événements de la région.

Qui peut prendre l'initiative / quels partenariats ?

Les prestataires de ce service sont les lieux de séjour eux-mêmes : les hôtels et les gîtes. Les offices de tourisme peuvent également être les initiateurs de ces cartes et les diffuser auprès des prestataires touristiques.

Les centres culturels locaux peuvent régulièrement envoyer les agendas des prochaines activités aux hébergeurs.

Quelle **valeur ajoutée** pour les entreprises et leurs partenaires ?

- Pour les hôtels : ce service simple met l'accent sur la convivialité du logement et donne une impression positive avant l'arrivée du client.
- Pour les services touristiques et les centres culturels, c'est l'occasion de promouvoir leurs activités.

Leviers

Il y a de nombreux leviers possibles. Une bonne communication en temps opportun sur les événements organisés dans le quartier contribue au développement d'une image positive de la région et facilite l'organisation du séjour. En perdant moins de temps à chercher des informations, les clients profiteront davantage de leurs vacances et seront plus enclins à revenir. En communiquant les événements à l'avance, on fait en sorte qu'il y ait plus de personnes présentes et que ces activités et événements soient soutenus.