

ORGANISER UN EDUCTOUR

Qui l'organise ? : le plus souvent un institutionnel (CDT, OT ...) ou le prestataire lui-même.

Quels prestataires ? : un hébergeur / producteur / gérant de site touristique / restaurateur

A l'intention de qui ? : un groupe de professionnels ou des présidents d'associations

L'enjeu : l'éductour est votre unique chance de valoriser votre offre et d'obtenir une éventuelle programmation de vos produits, voire une recommandation des professionnels auprès de leurs clients. Il faut tout vérifier jusqu'au dernier moment !

AVANT L'ÉDUCTOUR

L'organisateur :

Réfléchir aux dates les plus propices

Créer une invitation et gérer le suivi des inscriptions (mettre une deadline – gérer les retours, les annulations....)

Définir si le client peut venir accompagné(e) et si oui de combien de personnes

Tenir compte des moyens d'accès, de la capacité d'accueil, des conditions d'accueil

Décider si l'on s'adresse à un ensemble d'individuels ou à un groupe constitué.

Travailler son programme en fonction de son budget et en fonction de la clientèle attendue (taille du groupe, nationalité, profil, particularités, attentes), puis bloquer les options avec les prestataires

Ex : Les attentes d'un groupe d'autocaristes français seront différentes des attentes de tour-opérateurs spécialisés dans des voyages « vin et gastronomie » pour une clientèle étrangère.

Pour la restauration : se renseigner à l'avance sur les régimes particuliers ou allergies de chaque membre du groupe. Et prévoir un menu terroir avec vin ou boissons de la région

Faire un repérage

Dès que les inscriptions sont closes : envoyer la rooming list aux prestataires et confirmer la réalisation au client avec programme définitif et coordonnées adresses téléphone de tous les lieux

Préparer un sac avec des petits cadeaux

Le guide sur place ou le prestataire :

Préparer le contenu de son intervention

Bien choisir les espaces qui seront montrés en situation en fonction de la nationalité, du profil et des attentes du public ciblé.

Ex : Pour des autocaristes, on insistera sur l'accès, le parking autocar, les espaces adaptés à l'accueil d'un grand groupe...

Ex : pour des tours opérateurs spécialisés dans des voyages « vin et gastronomie » pour une clientèle étrangère : présenter des prestations plus exclusives qu'on pourra proposer en langue étrangère.

Prévoir un guide interprète en langue étrangère s'il y a besoin et le temps dédié à la traduction doit alors être intégré dans le temps total prévu pour la visite !

Calibrer le temps de son intervention et de la visite en fonction du timing qui a été donné par l'organisateur de l'éductour

Ex : un groupe de 50 personnes nécessitera plus de temps de visite qu'un groupe de 10 personnes

Pour les hôteliers : s'assurer que des chambres soient libres pour les faire visiter / propreté des chambres / draps repassés

PENDANT L'ÉDUCTOUR

Accueil parfait - enthousiasme

La présence du Directeur d'établissement est un plus

Etre très clair dans son explication pour permettre aux clients de vendre au mieux votre établissement ou site.

Respecter impérativement le temps prévu pour la visite, en montrant l'essentiel. : c'est un des points le plus important de la bonne organisation de l'éductour

Poser aussi des questions au professionnel ou au client sur leur fonctionnement

Ex : le commissionnement, délai de rétrocession (pour les hôtels) : Cela permet de se faire déjà une idée sur le contenu des futurs contrats et sur les informations à garder en tête pour « faire affaire », avec un tour-opérateur notamment.

Prévoir de la documentation + des cartes de visite -- laisser plutôt une clé USB ou renvoi sur le site internet pour ne pas charger les clients (nombre de chambres par catégorie (double, twin, triple...), avec ou sans baignoire, ascenseur, parking, les tarifs des chambres (le tarif public ou pro !)

Avoir de la documentation ou un site en anglais pour la clientèle étrangère

Offrir un petit cadeau de départ : dans l'idéal de petite taille si le client doit voyager pour rentrer

APRÈS L'ÉDUCTOUR

Envoyer un message de remerciements quelques jours après l'accueil accompagné d'un questionnaire de satisfaction afin de faire un bilan de l'opération

Y joindre les informations qui n'auraient pas été distribué sur place

Constituer un fichier client :

Enregistrer les contacts et enrichir leurs fiches

Faire vivre ce fichier par le biais d'actions de promotion-communication (démarchage physique ou téléphonique, mailing, newsletter, action sur les réseaux sociaux professionnels,

Annoncer les opérations prévues (participation à des salons professionnels / workshops / autres éductours...)

Annoncer vos nouveautés ou offres personnalisées ...