

Le numérique

Assemblée générale
du mercredi 29 avril 2015

Arbois,
Vignes & Villages - Pays de Louis Pasteur, Jura
Office de Tourisme

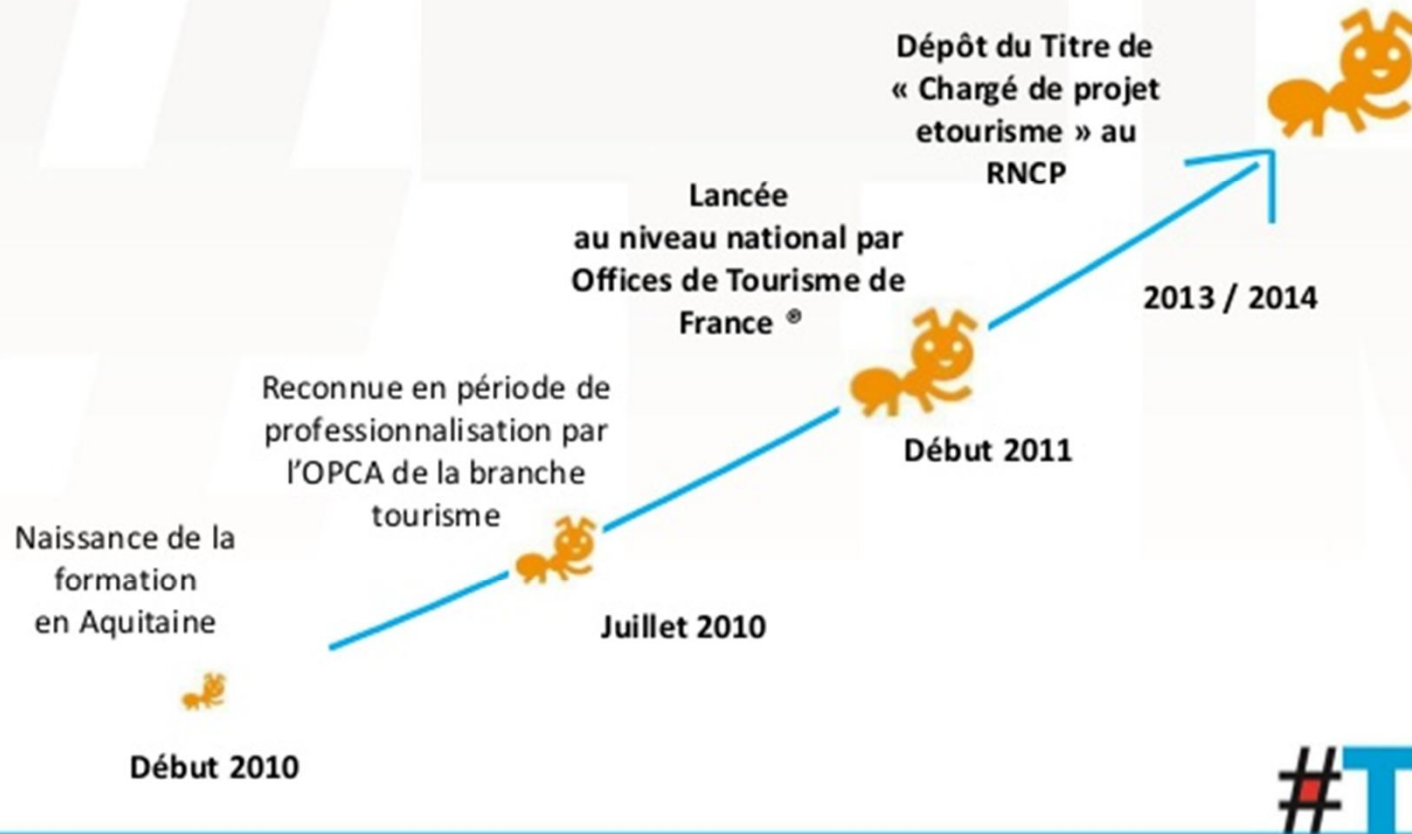
Jura
l'inattendu


Offices de
Tourisme
de France


METTEUR EN
SCÈNE
NUMÉRIQUE
DE TERRITOIRE


LES
ANIMATEURS
NUMÉRIQUES
de territoire

© Sarah Mélon



* RNCP : répertoire national des certifications professionnels

La formation

Formation ANT

Formation GrANT reporter

- De novembre 2014 à juin 2015
 - 4 jours « photos »
 - 1 jour « story telling »
 - 2 jours « blog »
 - 2 jours « video »
 - 17 au 20 novembre 2014 : shooter d'images
 - 15 janvier 2015 : techniques de storytelling
 - 12 et 13 mars 2015 : rédiger pour le web
 - 14 et 15 avril 2015 : montage vidéo et diffusion
 - 28 mai 2015 : exploiter les médias de partage
 - 9 juin 2015 : management et gestion de projet numérique



La formation

- Un engagement
- Se former et mettre en œuvre activement



Pourquoi ?

○ Nécessité

- de combler un déficit de culture technologique
- de s'approprier les TIC (*technologies de l'information et de la communication*)
- d'intégrer les TIC dans la structure

↪ **Renforcer les compétences**



Pourquoi ?

○ Nécessité d'agir

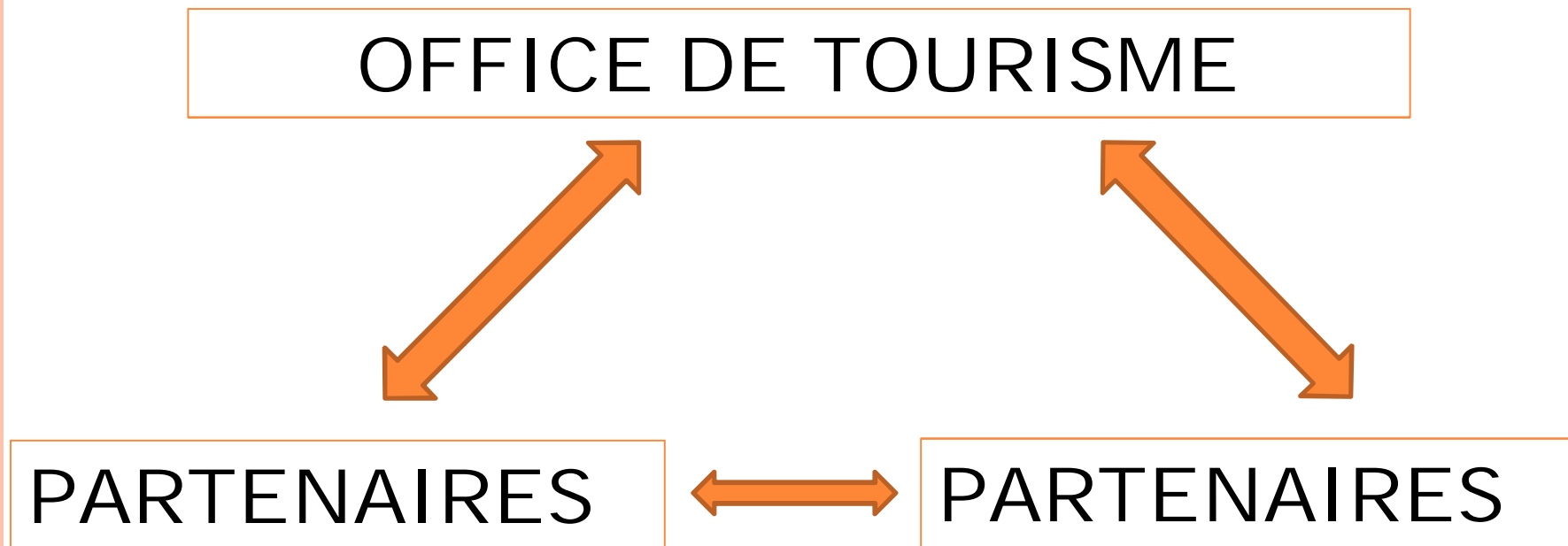
- pour sa structure
- pour ses partenaires

↪ **Progresser en produisant
de la valeur ajoutée**



Objectif

- Un vrai maillage des territoires en s'appuyant sur un réseau existant



↪ **Etre prescripteur et acteur**



Démarche

- Établir un diagnostic numérique de territoire
- Restituer le diagnostic
 - *prévu courant 4^{ème} trimestre 2015*
- Proposer une stratégie aux instances dirigeantes
 - de mon OT (= président)
 - *faite au fil de la formation*
 - de mon C.A
 - *faite au fil de la formation*
 - de l'institution locale
 - *présentation faite à la commission tourisme de la CCAVV le 12 mars 2014*
- Accompagner par le biais des « pauses numériques »
 - *1^{er} ateliers prévus courant 4^{ème} trimestre 2015*
- Elaborer un plan d'actions



Je suis l'OT d'Arbois.

Valeur importante

accueil



Reconquête des partenaires



Fidélisation des partenaires



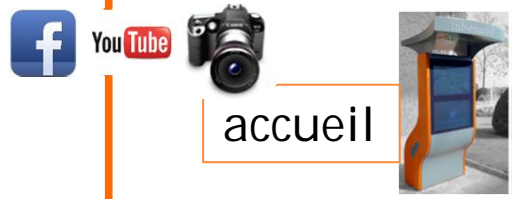
veille



Identité numérique

Acquis

Intensité de la relation



accueil



prospection

Abandon

Fidélisation de la clientèle

La tâche est importante...

Se former

Définir un plan d'action

Former les équipes

Former les partenaires

Restitution du diagnostic numérique

Arrêter une stratégie

Les « pauses numériques »

Refonte du site internet

Se positionner sur les réseaux sociaux

Adaptation du site internet en « responsiv design »

Aller à la rencontre des partenaires

La veille

La e-reputation



mais incontournable et vitale quelles que soient nos convictions !

Les habitudes de consommation ont changé : il faut s'adapter !

A vous, à nous, de définir le cadre de cette adaptation...

TOURISME numérique **TOURISME** **COULLEN NORMANDIE**

Des comportements

Evolution du Taux d'internautes :

- 42.2 millions en 2012 = 20 millions en 2003


=80% des français sont internautes : progression colossale

Evolution des statuts d'internaute 2004-2012 :

- = 87 % des français partis ont un statut d'internaute
- 60% des français partis préparent en ligne: (6.7 millions en 2003 / 18.6 millions en 2012 / 13.4 millions en 2008)

Données du 11^{ème} Baromètre RAFFOUR - 2012

#TN²



Conclusion

- En attente de l'inscription de la démarche « OT / ANT » dans une stratégie touristique territoriale globale.
- En attente de la reconnaissance de ma formation par un statut de « chargée de mission e-tourisme ».



Besoin de temps dédié



Merci de votre attention

