Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)
Mardi, 04 Décembre 2012 00:00 -

m-Tourisme, e-Tourisme…Les destinations proposent-elles une offre digitale et mobile en phase avec les attentes des visiteurs ?
En se basant sur son enquête de benchmarking internationale TRAVELSAT© Competitive Index, TCI Research constate que la compétitivité qualité des destinations est encore à construire sur ce sujet, signe d'une préoccupation certes effervescente d'un point de vue technologique mais qui n'a pas encore totalement trouvé toute sa place dans l'expérience du visiteur.
Avec un indice de satisfaction à peine supérieur à 100 (soit un niveau juste « acceptable »), la qualité d'accueil numérique ne dépasse pas, par exemple, l'indice d'efficacité du personnel des centres d'informations visiteurs, avec toutefois de très grandes disparités selon les destinations, marchés et segments concernés. L'étude révèle ainsi qu'en tendance :
- L'Amérique du Nord et la région Pacifique offrent une expérience plus compétitive que les destinations européennes,
- L'accueil digital est un levier de satisfaction généralement efficace sur les marchés BRIC,
- Les touristes pratiquant des activités thématiques (événements culturels, parcs de loisirs, golf, shopping…) sont généralement plus satisfaits que la moyenne par l'accueil numérique,
- La qualité des applications doit être améliorée en particulier sur les courts-séjours,
- Mais elle atteint de bons niveaux auprès des touristes actifs sur les réseaux sociaux, qui sont aussi les mieux armés pour s'y retrouver dans la jungle des applications…
Olivier Henry-Biabaud, Directeur Général de TCI Research ajoute: "Les destinations les plus compétitives sont celles qui arrivent à bien doser accueil humain et numérique sans les opposer, de façon cohérente tout au long du parcours visiteurs. Le développement foisonnant des applications mobiles dans le secteur peut aussi parfois « perdre » des touristes... que l'on cherche pourtant à mieux orienter ! Il doit donc inclure une meilleure prise en compte des besoins réels au long du parcours. Les offices du tourisme nationaux, régionaux et locaux ont certainement un rôle important à jouer pour rendre l'offre d'applications disponibles plus lisible tant en phase de préparation du séjour que sur place. Le bénéfice attendu est clair : une expérience plus positive de la visite générant une meilleure recommandation des destinations qui auront su être précurseurs ».

en savoir plus

Consultez la source sur Veille info tourisme: Enquête de compétitivité mondiale la qualité de « l'accueil digital laisse encore à désirer