



**LES ÉLÉMENTS
POUR LA CRÉATION OU LA
REFONTE D'UN SITE INTERNET
DANS LE SECTEUR DU
TOURISME**



Les
attentes
des
touristes
sur le web

Comment
créer ou
refaire un
site ?

Les
éléments
principaux
du projet

MOYENS UTILISÉS PAR LES INTERNAUTES POUR TROUVER L'INFORMATION

- 8 personnes sur 10 utilisent **internet** lors des recherches
- Les **brochures d'informations gratuites**
- Les **agences de voyages**
- Les **Offices de Tourisme** (pour 43%)

Les sites visités :

- Les moteurs de recherche
- Les sites d'hôtels et d'hébergement

Destinations
Hébergeurs
Vidéos photos
Guides de voyage
Sites Web 2.0
Avis clients...

- Les compagnies aériennes
- Les sites institutionnels
- Les sites de comparaison de prix

Kelkoo
Sprice
Yourtour
Booking
Monnuage

QUELLES SONT LES INFORMATIONS RECHERCHÉES ?

- Où dormir ?
- Que visiter ?
- Comment s'y rendre ?
- Quel temps fera-t-il ?

DANS QUELS OBJECTIFS ?

- Pour visualiser les lieux touristiques
- Pour comparer les prix
- Pour rechercher des informations pratiques
- Pour préparer un itinéraire

QUELLES SONT LES ATTENTES LES INTERNAUTES SUR PLACE ?

- La connexion internet recherchée
- Le guidage dans des circuits par téléphone
- Les demandes :
 - Le pré-enregistrement
 - Les alertes par SMS
 - Un formulaire pour une assistance en cas de problème
 - Un espace sécurisé pour données personnelles
 - Réserver une prestation terrestre auprès d'un fournisseur labellisé

CONCEPTION DU SITE

		ETAPES	PERSONNES RESSOURCES
CHEF DE PROJET : à déterminer	REFLEXION	Définition des attentes, besoins, spécificités techniques, objectifs et finalité du projet	
	CONCEPTION	Rédaction Cahier des charges « Site Internet »	
		Architecture : définition d'une page maquette	
		Ergonomie : définition du plan du site – Zoning du site	
		Graphisme : définition d'une charte graphique	
	REALISATION	Technique : création des pages Web	
Graphisme : créer un environnement graphique simple et rapide			
Editorial : apport de contenu texte, images et pdf			
Hébergement et remise du site Internet			
ANIMATION	Mise A Jour Editorial		
	Mise A Jour Multimédia : photos		
PROMOTION	Référencement du site sur les principaux moteurs + Opérations Webmarketing (Emailing, pages spéciales)		

LES ÉLÉMENTS A DÉFINIR

L'objectif principal du site

- Développer la notoriété d'une enseigne, d'une destination
- Optimiser le taux d'occupation
- Développer une marque

Quelles sont les cibles ?

- Identification de la clientèle

Quel type de site ?

- Vitrine pour informer
- Marchand pour vendre la destination

RÉDIGEZ LE CAHIER DES CHARGES

Présentation du projet et du contexte général
Objet du cahier des charges
Qualification des besoins
Prestations demandées
Contraintes techniques & juridiques
Définition du périmètre fonctionnel attendu
Déroulement des prestations
Cadre de la réponse
Annexes

https://docs.google.com/document/d/1Jg4gonJ3NO0xRfcE0az2VuN776iz5W1_C1RMhNCjftM/preview
B AUDUREAU

CHOISIR LES RUBRIQUES

Hiérarchie de l'information



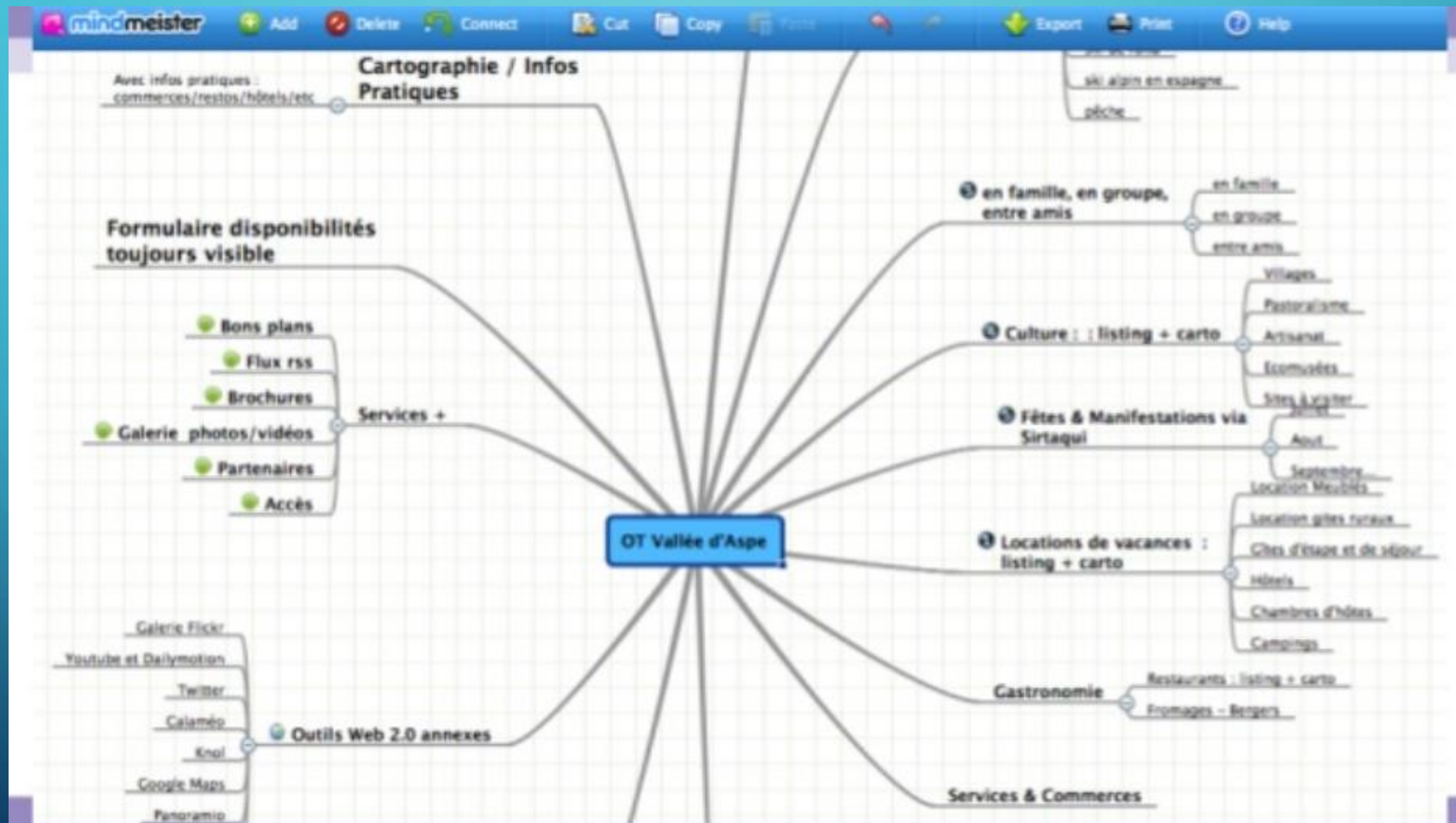
2 à 6

Catégories principales



www.normandie-tourisme.fr

CRÉEZ L'ARBORESCENCE DU SITE



Ergonomie du site - ZONING



Se concentrer
sur le fond
avant la forme

AJOUTEZ UN MOTEUR DE RECHERCHE

SAISON D'HIVER
13 décembre 2008 > 26 avril 2009

RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR FORAITS MATÉRIEL TRANSPORT COURS DE SKI

Les Meilleures Réservations

Date d'arrivée: Mots du séjour, Jour
Durée du séjour: 1 semaine
Nombre de personnes
Type d'hébergement: Tous

Recherche d'hôtel en France

Trouver un hôtel

Réservation rapide

Ville: France
Arrivée: 13 Octobre 2008
Départ: 14 Octobre 2008

KAYAK

Nancy, France dim. 26 oct. 2008 - mar. 28 oct. 2008 2 personnes dans 1 chambre

Hotel Americain
65 € choisir
Place André Maginot, Nancy

APPART CITY Nancy
75 € choisir
10 rue Des Chaligny, Nancy

CRÉEZ UN ESPACE CLIENT EN LIGNE GÉREZ LA RELATION CLIENT

The screenshot shows the 'Espace client en ligne' registration page for Club Med. The header includes the Club Med logo and navigation links like 'ACCUEIL', 'BENEFICIAIRE DE CLUB', 'LES ACTIVITÉS', 'RECHERCHER ET RÉSERVER', 'PROFITER DES OFFRES SPÉCIALES', and 'MON CLUB MED'. A central banner features a couple on a beach with the text 'Créez votre espace personnel Club Med'. Below this, a list of benefits is provided, such as access to vacation tools, travel information, and personalized offers. A 'Déjà inscrit ?' section contains a login form with fields for email and password, and a 'Mot de passe oublié ?' link. At the bottom, there are buttons for 'Déjà client Club Med' and 'Pas encore client Club Med', along with a link to 'Voir les conditions particulières'.

Relation email personnalisée

la réactivité : répondre rapidement est indispensable pour informer l'internaute sous peine de le voir se tourner vers les multiples autres offres présentes sur le Net.

la clarté des messages : Une réponse claire et complète pour renseigner au mieux l'e-touriste

la relation personnalisée : utiliser le nom et le prénom de la personne, sa civilité.

la politesse et la prévenance

l'accusé de réception : pour faire patienter le demandeur si la réponse n'est pas rapide.

METTEZ DE L'HUMAIN DANS LES PHOTOS, LES TEXTES

Céline Badie
Assistante technique
Gîtes de France de Gironde
www.gites-de-france-gironde.com
05 55 81 54 23
celine@gites33.fr
17 cours Xavier Armand
33082 Bordeaux Cedex
skype: gites33celine

Pierre Laborde - Brana
Webmaster
Gîtes de France Pyrénées Atlantiques
www.gites64.com
05 59 48 37 89
laborde-brana@gites64.com
4 rue Notre Dame - 64100 BAYONNE
skype: laborde-brana-pierre

TOURISTIC
solutions internet pour les professionnels du tourisme
Pierre ELOY
Dirigeant
06 17 78 07 20
pierre@touristic.fr
TOURISTIC
95 Peillic 33650 Saint Morillon
OF : 73.32.00351.32 | RCS 492 225 545 | APE : 63112
Découvrez Touristic & le blog etourisme
www.touristic.fr www.touristonautes.com

Horaires d'ouverture
De 08h30 à 12h30 et 14h00 à 18h00
contact@lacsdecourtes.com


Céline Gerber
Chargée de Promotion / Commercialisation
Office de Tourisme Saverne et sa Région
Service Réservation
37 Grand'rue
F- 67700 SAVERNE
Tel. 00 33 (0)3 88 02 11 56 - Fax. 00 33 (0)3 88 71 02 90
Courriel : reservation@ot-saverne.fr

GÉREZ LES CARTES

99% DES INFORMATIONS TOURISTIQUES SONT GÉO LOCALISÉES

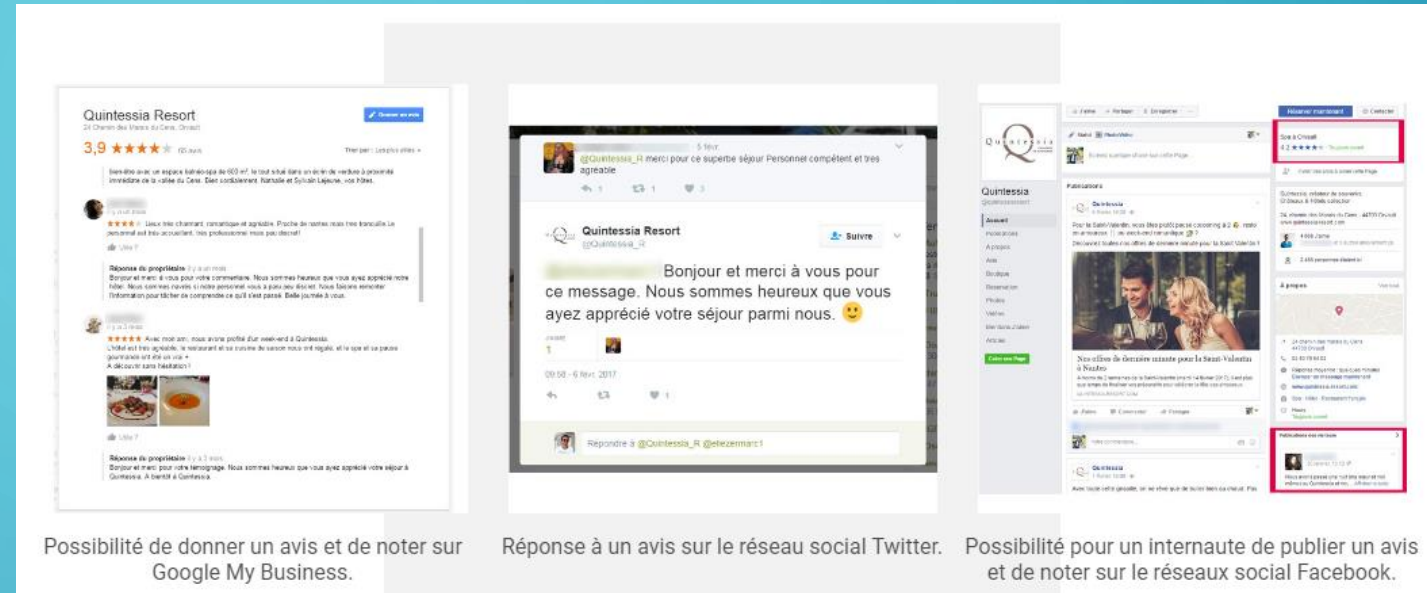
Touristique et interactive

Google Maps interface showing a map of the Pays de Figeac region. The map displays various locations marked with orange pins. The left sidebar lists several villages: Vézac, Saint-Sulpice, Saint-Pierre-Tainac, and Saint-Jean-Michel. The interface includes search bars, navigation controls, and a sidebar with filters and a list of results.

Mix de listing et carto interface. The left sidebar displays a list of hotels with details like name, rating, and price. The right side shows a 3D map of a city. The interface includes search bars, navigation controls, and a sidebar with filters and a list of results.

85% DES INTERNAUTES REGARDENT LES AVIS AVANT D'ACHETER

- Sur les réseaux sociaux



- Des solutions payantes : [Avis Vérifiés](#), [TrustPilot](#), [eKomi](#), [TrustedShops](#), [Fia-Net](#)

- **Norme Afnor NF Z74-501** : Une solution d'avis en ligne, le site doit respecter un cahier des charges pour afficher la norme Afnor.

- **Des avis sur des sites spécialisés**

- TripAdvisor : pour les avis liés au tourisme (hôtels, restaurants)
- [Guest Suite](#) : pour les avis liés au tourisme

CRÉEZ UN

blog

Avantages d'avoir un blog

- Attirer de nouveaux visiteurs/clients sur votre site internet
- Fidéliser vos prospects
- Améliorer votre image
- Donner une image d'expert
- Optimiser votre notoriété
- Améliorer le référencement naturel

Bonnes pratiques

- Définir vos objectifs
- Déterminer votre cible et ses attentes
- Répondre à leurs attentes
- Définir une ligne éditoriale : quel ton et style utiliser ? que doit apporter votre article au lecteur ?

Astuces pour intéresser les lecteurs

- Faire des interviews
- Organiser un concours
- Proposer des conseils
- Traduire des articles venant de rédacteurs étrangers
- N'ayez pas peur de donner votre sentiment ou opinion sur un sujet, prenez position
- Utiliser des vidéos et images

METTRE EN PLACE LA PROMOTION DU SITE

Publicité en ligne - SEM

Google AdWords

Liens commerciaux

Hôtel Nancy
Ligo cherche et compare pour vous tous les **hotels**. Prix imbattable!
www.ligo.fr/hotel/nancy

Lista des Hôtels de Nancy
Trouvez & Réservez votre **Hôtel à Nancy** Comparer Prix et Avis !
www.Venere.com/Hotels_Nancy

Prix promo Hotel Nancy
L'hôtel de votre choix :
Tarifs ultra-négociés jusqu'à -40%
www.expedia.fr/Hotel_Nancy

Hôtels à Nancy
Service gratuit de réservation & plus de 210 000 **hotels** en ligne!
www.hotel.info

YAHOO! SEARCH MARKETING

LEADS

Hôtel pas cher Nancy
Tous les **hotels** & tous les prix. Réservation en ligne sans frais.
www.NRS.com/france

l'hôtel qui vous convient
Premier prix ou de luxe - Réservez dès maintenant avec Expedia.
www.expedia.fr/hotel/nancy

Bon Plan Hotel Nancy
Réservez votre hôtel à Nancy à prix négocié - profitez-en.
www.ebookers.fr/hotel-nancy

nancy
Rencontrer des célibataires en Meurthe et Moselle avec Match.com
Match.com/mouthetcmoselle

Microsoft adCenter

Site sponsorisé

hotel nancy
Réservez l'hôtel de votre choix - tarifs ultra-négociés jusqu'à -40% !
www.expedia.fr/hotel

10 Hôtels à Nancy (FR)
Economisez jusqu'à 75% sans frais de réservation et payez à l'hôtel!
Booking.com/Hotels-Nancy-France

hotel nancy
Trouvez les hôtels de votre ville : adresses, plans, informations.
www.pagesjaunes.fr

hotel
Votre **hôtel** dans la ville de votre choix avec 33 000 tarifs négociés !
www.voyages-sncf.com

Echange de liens - Netlinking

Logis National

Logis 88

Hôtel logis

The diagram illustrates netlinking between three websites: Logis National, Logis 88, and Hôtel logis. Arrows show reciprocal links between Logis National and Logis 88, and between Logis National and Hôtel logis. Logis 88 and Hôtel logis also have reciprocal links.



<http://www.slideshare.net/Businessstoweb/les-reseaux-sociaux-pour-votre-entreprise>

B AUDUREAU

Visibilisez bien ! »

Wikitravel
The Free Travel Guide

Lorraine
Europe - Europe de l'Ouest - France - Lorraine

Importance : cet article est un **Doublon** et a besoin de ton aide. L'importance et la pertinence de cet article sont donc faibles.

La Lorraine est une région française.

Départements

La région est subdivisée en quatre départements :

- Meurthe-et-Moselle
- Meuse
- Moselle
- Vosges

Villes

Le plus grand centre de la région est **Nancy**, grand centre de l'est.

Sur la rive :

- Commercy, Châteauneuf
- Consmancy, Puzos, maison natale de Jeanne d'Arc
- Epinal
- Falck
- Javelle-la-Mulot, Musée de la

Quelques infos

Chef-lieu : Metz

Superficie : 23 103 km²

Population : 2 310 376 hab. (2010)

C'est où ?

SUIVEZ LES OUTILS D'ANALYSE

- Google Analytics



- Mesurer les appels entrants à partir du numéro de tel indiqué sur le site
- Avec le formulaire de contact mesurer les contacts qualifiés
- Mesurer les ouvertures de fichiers PDF
- Mesurer les clics sortants sur des publicités

GÉREZ LA VEILLE

The screenshot shows a Netvibes dashboard with several widgets:

- Blog de veille e-tourisme**: A list of articles with titles like "Une carte et des ordinateurs portables pour commencer le semestre touristique" and "Bienvenue dans le re-tourisme 2008 - Episode 1 : le Flashcode".
- Web 2.0 - tourisme**: Articles such as "Créer un blog" and "voyages-midi.com : nouvelle version du site de voyages n°3 en France".
- Recherche Google et tourisme**: "Conférence Influendo - Marketing e-tourisme - Culture-Ruz" and "Comment promouvoir le tourisme par internet à moindre coût?".
- Blog de veille e-tourisme (2)**: "Comment les contrats parli s'illuminent Internet" and "Karen La Charrière, Calais des Dégâts".
- Contenus provenant de Offices de tourisme**: A grid of various tourism-related images and small text snippets.
- Revue des TIC à OMT France**: "Fiches pratiques sur le tourisme" and "Concevoir des services numériques pour améliorer les offres des touristes".
- Entreprendre dans le e-tourisme**: "Les règles pour le démarrage d'un blog d'entreprise" and "Serge Soudouletiff : Le courrier des lecteurs est fondé du Web2.0".

At the bottom of the dashboard is the Netvibes logo.

The screenshot shows the Google Alerts interface:

- Header: **Google Alertes** (version Bêta)
- Navigation: [touristic32@gmail.com](#) | [Paramètres](#) | [Faire aux questions](#) | [Déconnexion](#)
- Section: **Alertes Google - Bienvenue**
- Text: "Les Alertes Google sont envoyées par courrier électronique quand des articles publiés en ligne correspondent aux sujets que vous indiquez."
- Section: **Exemples d'utilisation des Alertes Google :**
 - suivre l'évolution d'une affaire ;
 - obtenir des informations à jour sur un concurrent ou un secteur d'activités ;
 - connaître l'actualité d'une personnalité ;
 - suivre les résultats d'une équipe sportive.
- Text: "Créer une alerte à l'aide du formulaire situé sur votre droite."
- Text: "Vous pouvez également [cliquer ici pour gérer vos alertes](#)."
- Form: **Créer une Alerte Google**
 - Entrez le sujet sur lequel vous souhaitez obtenir des informations.
 - Termes recherchés:
 - Type:
 - Fréquence:
 - Email:
 -
- Footnote: "Google s'engage à ne pas vendre et à ne pas communiquer votre adresse de messagerie."
- Footer: © 2007 Google - [Accueil Google](#) - [Aide Google](#) - [Alertes](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Règles de confidentialité](#)

TENDANCES 2018

- Gérez la mobilité : reponsive design

Test : <https://search.google.com/search-console/mobile-friendly>

Test : <https://www.sslshopper.com/ssl-checker.html>

- Passez en HTTPS : incidence sur le référencement

- Respectez la vie privée des visiteurs : Vous affichez boutons Facebook, Twitter ou Google+ Alors **vous devez demander l'autorisation à l'internaute** qui visite votre site de déposer un cookie sur son ordinateur. Ce cookie indispensable aux outils d'analyse statistiques ou de tracer les internautes sur les réseaux sociaux.

<https://www.cnil.fr/fr/site-web-cookies-et-autres-traceurs>