

Tous sur le web

AUDIT

Taux d'équipement en site web
& Commercialisation en ligne



RESULTATS Sud Grenoblois

En 2013, 80 % des européens ont préparé leurs séjours sur le web et plus de 70 % ont réservé tout ou partie de leurs séjours en ligne

(source : enquête nationale CRT Bretagne)

Tous sur le web est un dispositif visant à
**professionnaliser les prestataires touristiques de
l'Isère en les accompagnant, individuellement et
collectivement, sur les enjeux de**

e-tourisme,

e-marketing

vente en ligne

en partenariat avec les **territoires et les filières**

4 PHASES

1- Organisation partenariale sur le projet : 22 territoires/filières partenaires

2- PRE-AUDIT : taux d'équipement en site web et commercialisation en ligne.

Audit exhaustif qui permet de répondre précisément aux questions suivantes :

- **Combien de prestataires** touristiques disposent d'un site internet marchand ?
- **Quels sont les systèmes** de vente en ligne utilisés par ces prestataires ?

3- **DIAGNOSTIC e-marketing** à destination de tous les hébergeurs & musées/sites (dont la fréquentation est supérieure à 5000 visiteurs par an)







Un autodiagnostic «e-marketing» en ligne, nominatif qui permet :

- **D'évaluer les connaissances et les pratiques** des prestataires touristiques en matière de **e-marketing, e-réputation, site web, référencement, e-distribution,...** afin d'identifier les points forts / points faibles de l'offre, par filière et par territoire.
- **De mieux cerner les attentes** en matière d'accompagnement.

4- Définition du plan d'action et du phasage du dispositif Tous sur le web

Sud Grenoblois:
64 sites web audités



-  **Hôtellerie** : 5 établissements, soit 15% des lits marchands du territoire
-  **Hôtellerie de plein-air** * : 2 campings, soit 57% des lits marchands du territoire
-  **Locations saisonnières classées** (hors GDF et Clévacances **):
52 meublés, soit 21% des lits marchands du territoire
-  **Chambres d'hôtes** (hors GDF et Clévacances) : 1 chambre, soit 1% des lits marchands du territoire
-  **Hébergements collectifs** *** : 2 hébergements, soit 6% des lits marchands du territoire
-  **Sites touristiques et musées** : 2 structures

* YC aire de camping-car

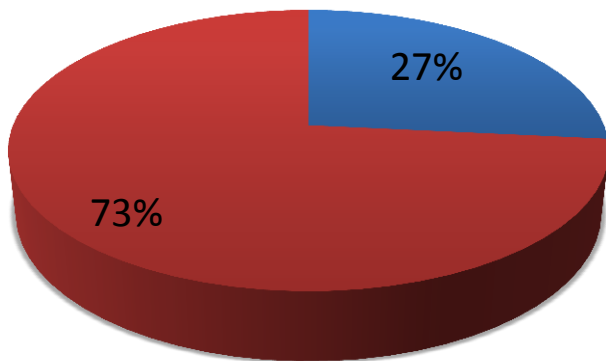
**les labels GDF et Clévacances disposent de ces données ; c'est pourquoi l'audit n'a pas été effectué sur les sites web de leurs adhérents.

***Comprend : Résidence de tourisme, centre et village-vacances, auberge jeunesse, etc.

Résultats – Existence site web

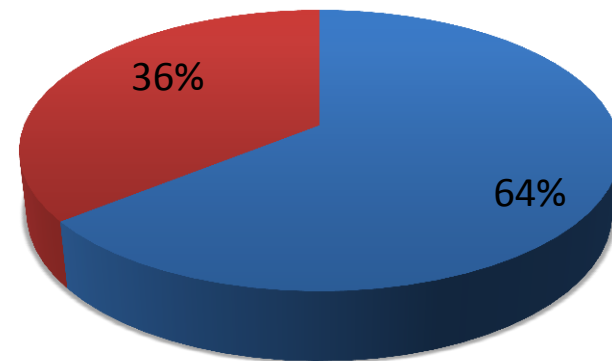
	Oui	Non
Sud Grenoblois	17	47
Isère	1283	716

Sud Grenoblois



■ Oui
■ Non

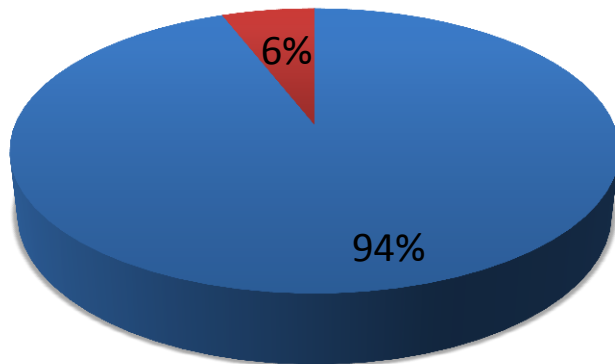
Isère



■ Oui
■ Non

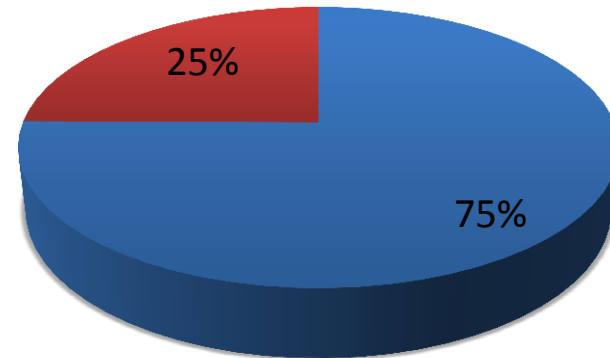
	Oui	Non
Sud Grenoblois	16	1
Isère	964	319

Sud Grenoblois



■ Oui
■ Non

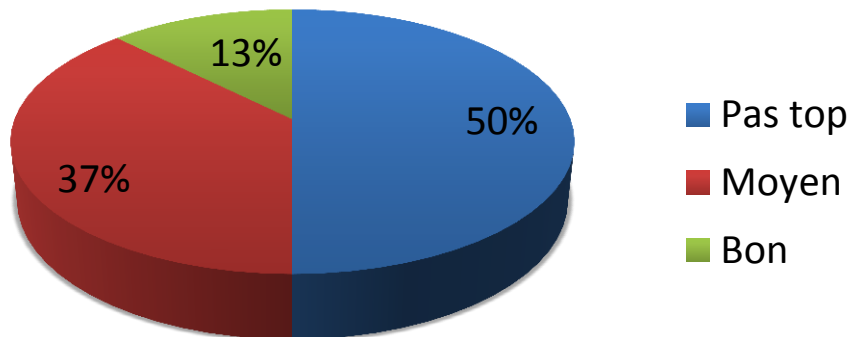
Isère



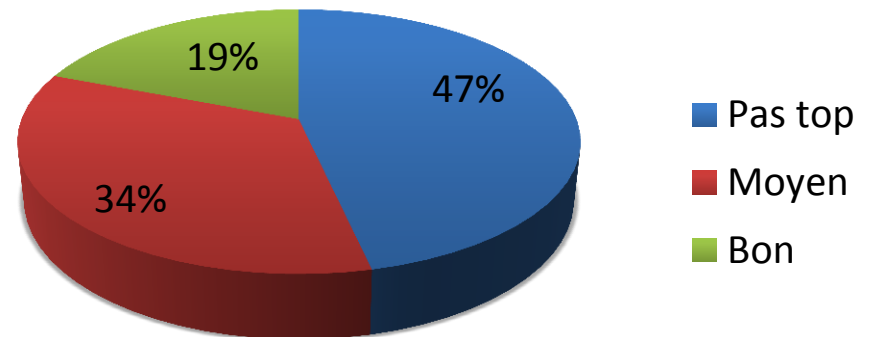
■ Oui
■ Non

	Pas top	Moyen	Bon
Sud Grenoblois	8	6	2
Isère	448	331	185

Sud Grenoblois



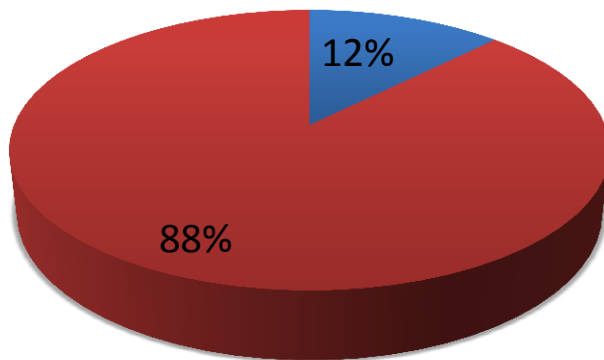
Isère



NB : Bon = site en responsive design ; infos pratiques (présentation, accès, réservation, prix, contact, etc.) en page d'accueil ; Qualité des photos et des mots-clés ; etc.

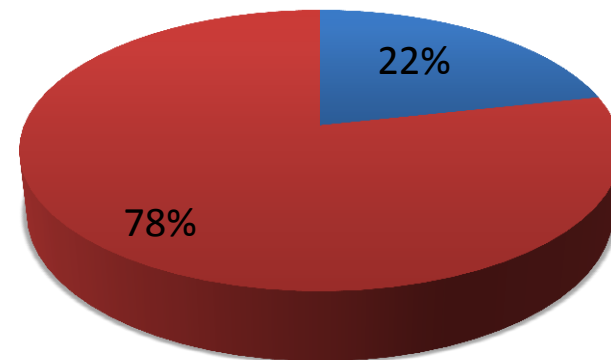
	Oui	Non
Sud Grenoblois	2	14
Isère	208	756

Sud Grenoblois



■ Oui
■ Non

Isère

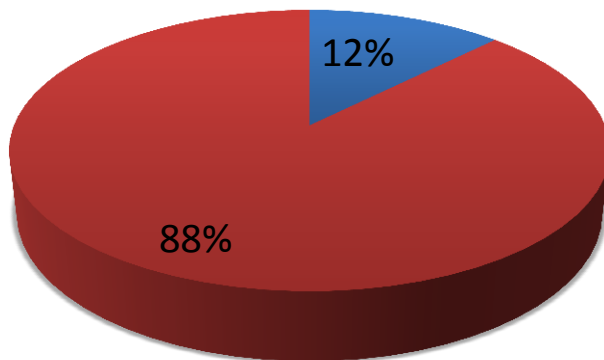


■ Oui
■ Non

	Hôtellerie	Camping	Locatif	Chambre d'hôtes	Hébergement collectif	Site touristique
Ctoutvert		1				
Secure Hotel Booking	1					

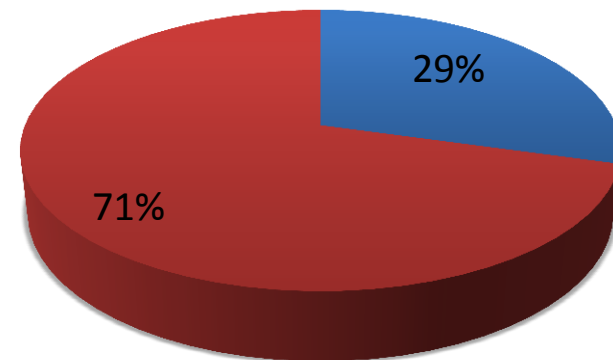
	Oui	Non
Sud Grenoblois	2	14
Isère	283	681

Sud Grenoblois



■ Oui
■ Non

Isère



■ Oui
■ Non

Photographie instant « 0 » de

- La vente en ligne (par filière et par territoire).
- Des outils technologiques utilisés.

➔ POUR :

- Conforter la nécessité du dispositif « Tous sur le web »
- Proposer des arguments par rapport aux financeurs éventuels
- Clarifier les orientations possibles en matière d'outil de vente en ligne et recommander les choix techniques les plus appropriés en fonction des filières

Contact

Isère Tourisme
Carine André, responsable
Pôle Animation et Services
carine.andre@isere-tourisme.com

<http://pro.isere-tourisme.com/tous-sur-le-web>

Avec la collaboration de Clément Bretéché
Stagiaire en Master 2 Stratégies Economiques du Sport et du Tourisme – UPMF