

Cible groupes adultes : un nouvel élan !

Après plusieurs années de travaux collaboratifs avec les Offices de tourisme de l'Oise sur la cible groupes adultes, il est apparu important de **faire un bilan** et d'**étudier les possibilités de développement**. Pour ce faire, nous avons fait appel à un expert pour réaliser un audit de cette commercialisation spécifique et ô combien rémunératrice pour la destination.



Chrystelle FEVRE

Directrice adjointe |
Responsable promotion &
communication

Tél. : 03 64 60 60 47

Oise Tourisme à la prospection, les Offices de tourisme à la concrétisation !

Pour commencer, rappelons l'organisation en place : Oise Tourisme « anime » une mission globale sur la cible des groupes adultes, avec les Offices de tourisme ayant l'autorisation légale de commercialiser. Nous les soutenons dans leurs démarches en nous investissant plus particulièrement sur la prospection, les Offices de tourisme prenant la main pour établir les propositions concrètes et aller jusqu'à la contractualisation.

La prospection sous-traitée

Le démarchage est une **mission qui nécessite d'être en contact régulier avec les prescripteurs de voyage sur le terrain**, notamment sur les périodes cruciales de février à avril et de septembre à novembre. Au regard de cette nécessité, nous avons décidé de sous-traiter cette mission à **Elysée RANGÉE** de la société Elysée Prospection Promotion Vente.

Etant au contact de tous ces prescripteurs, Elysée est nourri de toutes ses interactions avec ces intermédiaires et a une vraie vision de ce qu'est et sera le marché du groupe adultes. Après une première prospection menée en avril 2022, Oise Tourisme a souhaité lui confier une nouvelle mission conseil pour la mise en œuvre de la brochure groupes 2023.



Elysée Rangée
Elysée Prospection
Promotion Vente



Expert en prospection,
commercialisation et
vente de produits
touristiques.

1. A votre avis, quelles sont les tendances du marché groupe sur la cible seniors ?

Il faut absolument **démarcher les nouveaux seniors** sur le marché groupes, ces **seniors actifs de plus en plus jeunes**. Dotés d'un réel pouvoir d'achat, à l'aise avec Internet, ils sont des consommateurs avertis !

Du fait de cette plus grande liberté, cette cible a tendance à **prendre son temps pour choisir sa destination de voyage**. Ils **partent également plus souvent et de façon étalée sur l'année**. Attention toutefois, ils n'apprécient pas du tout le fait de se laisser enfermer dans une image de "vieux".

Côté autocaristes, la reprise est difficile. Avec le manque de conducteurs de bus, l'augmentation du prix des carburants, cela redémarre tranquillement ! Pour les intéresser, **il faut essayer d'organiser des educteurs avec leurs clients afin d'établir une relation de confiance** par la suite. Être présent sur les workshops, salons (autocaristes) est également indispensable pour vendre son département !

Enfin, **fidéliser les clients** fait partie des indispensables. Prendre des nouvelles par email, leur rendre une petite visite de courtoisie ou simplement leur passer un appel téléphonique est un plus, tout comme la traditionnelle carte de vœux personnalisée.

2. Les points cruciaux que devraient avoir tous nos produits touristiques ?

Pour moi, la journée idéale pour les groupes, c'est une offre **à 2h30 maxi au départ d'une ville de l'Oise**, pour un prix n'excédant pas **75€ par personne** (transport inclus) avec 1 gratuité pour 21 payants. C'est également lorsque **chaque guide raconte l'histoire du lieu avec passion, anecdotes, humour**. Autre point important, que l'un des sites offre l'occasion de pouvoir **prendre le groupe en photo**, photo qui pourra être envoyée en souvenir avec le questionnaire de satisfaction par exemple. Sans oublier que chaque site doit afficher une **propreté sans faille** avec des **toilettes accessibles pour tous**, proposer des **bancs/chaises** pour faire des pauses si le lieu nécessite beaucoup de marche.

3. Par rapport à nos produits, qu'est-ce qui marche ?

Il faut bien noter que **la première chose qui ressort après une journée chez nos seniors est et restera le restaurant**. Même si une des visites de la journée n'a pas été à la hauteur, ce n'est pas si grave du moment qu'ils ont bien mangé ! La gastronomie et la dégustation de nos produits du terroir restent une priorité pour cette clientèle.

Lors des tournées de prospection, **le TOP 3 des produits les plus plébiscités de la brochure 2022** ont été les suivants :

1. Trottez, valsez au rythme du cavalier – page 9

(Balade hippomobile, café d'accueil, danse et repas copieux)

2. Escapade culturelle et gourmande – page 8

(Cathédrale, déjeuner croisière, chocolaterie)

3. Un voyage authentique en Beauvaisis – page 16

(Cidrerie, train vapeur, atelier de vannerie)



*@ Clouterie, déjeuner-croisière – F. Pervillé / Pierrefonds – X. Renoux / Kindy –
B. Beucher*

Plan d'actions 2023

Suite à un audit de la brochure groupes adultes 2022, conscients de certaines faiblesses, des ajustements ont pu être apportés : encore plus de photos, agrandir la carte de l'Oise, augmenter la taille de la police d'écriture, intégrer un logo « Grand groupe », une estampille « peu de marche » etc.

Visionnez ou téléchargez la brochure « Découvrir l'Oise en groupes 2023 » :

□ La brochure a été **adressée par courrier auprès de 5 500 associations à la mi-septembre 2022** car il est obligatoire d'envoyer la brochure à cette période. Cela nous permet en effet d'arriver au bon moment sur le bureau des associations lorsqu'elle réfléchissent au programme de leurs sorties de l'année à venir.

□ **Deux tournées de prospection** sont organisées par an.

□ **Une page web** est animée sur [l'Espace pro d'ADN Tourisme](#)

□ Oise Tourisme participera au grand **workshop national** organisé tous les 2 ans. **En 2023**, il aura lieu à **Paris**, au **Panthéon**, le **mercredi 5 avril**.



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site www.oisetourisme-pro.com