

# Destination campagne

30 ET 31  
JANV  
2020

GAILLAC | TARN

## Programme

### Jeudi 30 janvier 2020

**14h – 15h** : Ateliers « La campagne qui gagne »

*Pause gourmande*

**15h30 à 17h** : Ateliers « coconstruire le tourisme de campagne »

**A partir de 18h** : Soirée au festival des lanternes

### Vendredi 31 janvier 2020

**9h – 10h30** : Conférence plénière

*Pause gourmande*

**11h – 12h** : Les ateliers Destination Campagne

*Pause déjeuner*

**14h – 15h** : Les ateliers Destination Campagne

*Pause gourmande*

**15h30 – 17h** : Les ateliers Destination Campagne

Destination  
campagne

## 14h – 15h : Atelier « La campagne qui gagne »

*La campagne  
qui gagne*  
14h – 15h

### **A1 - Atelier interactif institutionnels**

**"La campagne qui gagne : l'événements comme levier de développement »**

#### **Exemple 1 : Festival des lanternes : le pari gagnant**

Le festival des lanternes attire 450 000 visiteurs à Gaillac sur 2 mois en saison basse. Les retombés directes et indirectes pour la ville et ses professionnels sont considérables et permettent des investissements qui rendent l'offre urbaine et touristique plus attractive : On décrypte

*La campagne  
qui gagne*  
14h – 15h

### **A2 - Atelier interactif institutionnels**

**"La campagne qui gagne : le réseau qui ose et qui gagne**

#### **Exemple 1 : Arvieu : investissement et développement en réseau**

Non ! La désertification rurale n'est pas une fatalité ! Arvieu, 800 habitants, a relevé défi : zone d'Activité Numérique, Espace Coworking, Fab-lab, Boucherie rénovée, Circuits courts... Innovation et modernité concertée au cœur de l'Aveyron pour investir sur son avenir qui est aussi touristique.

#### **Exemple 2 : Terra aventura : le gaming gagnant en communauté territoriale**

400 parcours, plus de 1,7 million de joueurs 115 000 téléchargements et surtout 97% de satisfaits ! La chasse au trésor qui bat tous les records... Terra aventura c'est le succès qui fédère toutes les strates du tourisme institutionnel en Nouvelle Aquitaine avec des socioprofessionnels qui en demandent encore.

*La campagne  
qui gagne*  
14h – 15h

### **A3 - Atelier interactif Hébergeurs**

**"La campagne qui gagne : j'ai transformé mon hébergement et mon séjour en mode insolite »**

L'insolite est en vogue ! En proposant une expérience insolite, certains hébergeurs augmentent leur chiffre d'affaires ou le préservent en période de crise... Mais attention, l'insolite peut disparaître quand tout le monde se met à faire le même. Être insolite, le devenir et surtout le rester... Le challenge de la campagne qui gagne !

*Destination  
campagne*

*La campagne  
qui gagne*  
14h – 15h

#### **A4 - Atelier interactif Prestataires visites et loisirs**

**"La campagne qui gagne" : Nouveaux concepts et succès « visites et loisirs »**

La peur de s'ennuyer accompagne parfois l'image du tourisme à la campagne... Nouveaux concepts marketing, événements, positionnement marqué, modèles économiques innovants, la campagne qui gagne doit se réinventer régulièrement pour préserver sa clientèle et en acquérir une nouvelle.

### **15h30 -17 : Ateliers « coconstruire le tourisme de campagne »**

*Coconstruire le  
tourisme de campagne*  
15h30 – 17h

#### **A5 –Atelier co-créatif institutionnels**

**Office de tourisme : 10 concepts originaux pour dynamiser l'animation de ses prestataires**

L'animation marketing de son réseau de socioprofessionnels est un levier indispensable à l'attractivité de sa destination. Identifions ensemble la panoplie inspirante de l'animateur qui sommeille en vous : club marketing ? barcamps ? speed meeting ? design d'expériences ? ...

- Quels sont les concepts innovants pour animer ses prestataires
- Comment s'y prendre pour les mettre en œuvre

*Coconstruire le  
tourisme de campagne*  
15h30 – 17h

#### **A6 – Atelier co-créatif institutionnels**

**Bonifier l'image de la campagne**

Identifions le Top 5 des valeurs de la campagne à décliner dans son offre et ses supports de communication pour bonifier l'image et rendre la campagne attractive et moderne. Un seul objectif : attirer les moins de 30 ans à la campagne

- Quelles est l'image de la campagne aujourd'hui ?
- Sur quels axes faut-il la faire évoluer ?
- Comment s'y prendre concrètement ?

*Coconstruire le  
tourisme de campagne*  
15h30 – 17h

#### **A7 – Atelier co-créatif hébergeurs**

**Les 10 commandements d'une expérience client réussie**

L'expérience client est le ressenti émotionnel généré par sa pratique touristique dans votre établissement et aux alentours. Conciergerie ? Service + ? Surprise ?...

- Quelles actions simples à mettre en place pour fluidifier et enchanter le parcours de votre client
- Comment lui offrir une "top expérience"

*Destination  
campagne*

*Coconstruire le  
tourisme de campagne*

15h30 – 17h

## **A8 – Ateliers co-créatif partenaires visites et loisirs**

### **Marketer et promouvoir son offre loisirs pour mieux la vendre**

L'aménagement des espaces naturels pour les loisirs touristiques devient de plus en plus mature et performant. L'offre y est multiple, diverse, variée, structurée et souvent qualitative. Créons le mode d'emploi et identifions les axes de valorisation

- Quels sont les axes de valorisation de l'offre loisir ?
- Comment la présenter sur une destination pour mieux la vendre ?
- Quelles stratégies pour communiquer dessus ?

*Destination  
campagne*

## 9h – 10h30 Conférence plénière

Une vision de haut du tourisme à la campagne, ses valeurs, ses clientèles  
(vision sociologique, marketing)

## 11h - 12h : Les ateliers Destination Campagne

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
11h – 12h

### A9 – Ateliers vision & tendance

#### Quels sont les freins du tourisme à la campagne, comment les gommer

Pour 80% des Français, la vie à la campagne est la vie idéale. Pourtant tout n'est pas parfait et de nombreux freins entravent le développement du tourisme à la campagne. Il est temps de s'en occuper sérieusement

- Quels sont les principaux freins du tourisme à la campagne ?
- Comment agir pour les gommer ?
- Qui doit faire quoi ?

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
11h – 12h

### A10 – Ateliers hébergeurs : Témoignages et retours d'expériences

Atelier en cours de construction

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
11h – 12h

### A11 – Ateliers prestataire visites et loisirs : Témoignages et retours d'expériences

Atelier en cours de construction

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

11h – 12h

## **A12 – Ateliers : Je m’y colle**

### **Gagner en visibilité sur Google avec le cocon sémantique.**

La visibilité sur le web est le nerf de la guerre aussi bien pour les professionnels que pour les destinations touristiques. Construire son cocon sémantique pour gagner en visibilité sur les moteurs de recherche est particulièrement efficace : démonstration...

- C’est quoi un cocon sémantique
- Comment en construire un autour de mon offre touristique
- Comment mesurer son efficacité

## **14h - 15h : Les ateliers Destination Campagne**

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

14h – 15h

## **A13 – Ateliers : Top 10 des bonnes pratiques**

### **10 conseils pour générer une expérience singulière et sensorielle à la campagne**

Votre expérience de visite ou de pleine nature est sympa ! Elle plait à vos clients, mais peut-on la rendre plus attractive ? Unique ? Différenciante ? Comment y intégrer les ingrédients qui produiront l’émotion mémorable...

- Quels sont les ingrédients d’une expérience
- Comment agir dessus pour la rendre différenciante et attractive

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

14h – 15h

## **A14 – Ateliers hébergeurs : On décrypte**

### **Les dernières évolutions d’Airbnb et de Booking dans la vente en ligne hébergement et loisirs**

Airbnb et Booking ne cessent de faire évoluer leurs offres dans une compétition acharnée qui bouscule constamment les règles du marché : décryptage

- Quelles sont les dernières évolutions chez ces gros OTA ?
- Quelles conséquences pour mon activité ?
- Comment agir pour en tirer profit ?

*Destination*  
*campagne*

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

14h – 15h

## **A15 – Ateliers : On explore**

### **Le Tourisme d'affaire à la campagne : ça marche**

Les atouts de la campagne sont multiples pour diversifier son offre par le tourisme d'affaires. La tendance se renforce avec souvent le besoin de quitter le rythme infernal de la ville pour se reconnecter à la nature et à ses collègues de bureau. Mais attention service minimum obligatoire !

- Quel Type de tourisme d'affaire pour la campagne ?
- Sur quels leviers miser ?
- Quels sont les écueils et les facteurs clés de réussite ?

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

14h – 15h

## **A16 – Ateliers : Je m'y colle**

### **Tirer profit des avis client pour améliorer son offre et renforcer sa communication : mode d'emploi**

Les avis client quand ils existent révèlent nombre d'informations pertinentes sur votre établissement qui ne sont rarement reprises pour améliorer votre propre communication sur vos outils. Jouer avec les avis client et muscler votre communication !

- Pourquoi un avis client sont une mine d'or
- Comment les exploiter dans sa communication

## **15h30 - 17h : Les ateliers Destination Campagne**

*Les ateliers*  
*Destination campagne*

15h30 – 17h

## **A17 – Ateliers : Le retour du Lab idrezo**

### **Comment agir face au réchauffement climatique ?**

Le réchauffement climatique est au cœur des préoccupations de notre société. Sa prise en considération par les professionnels du tourisme est devenue obligatoire aussi bien dans une logique de civisme responsable que d'argument commercial. Le discours doit être sincère et les actions concrètes...

Retour sur une réflexion collective et engagée ...

*Destination  
campagne*

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
15h30 – 17h

## **A18 – Ateliers institutionnels**

**Quel office de tourisme de tourisme à la campagne**

En cours

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
15h30 – 17h

## **A19 – Ateliers : Les bonnes pratiques**

**Les meilleurs contenus sur les réseaux sociaux pour un pro à la campagne**

Si les réseaux sociaux sont toujours des vecteurs de communication incontournables, les contenus varient selon les supports. Leur performance est indispensable pour générer de l'engagement et faire du buzz. Mais au fait : pour la campagne c'est quoi qui marche ?

- Quels sont les contenus sociaux qui marchent à la campagne ?
- Sur quels supports se concentrer en fonction de mon activité ?
- Quelles stratégies adopter ?

*Les ateliers*  
*Destination campagne*  
15h30 – 17h

## **A20 – Ateliers : Je m'y colle**

**Comment vendre directement sur les pages de recherche de Google**

*Destination  
campagne*