

# OFFICE DE TOURISME DE LOURDES

\*\*\*

## PROPOSITION DE STRATEGIE 2017

### AXES :

- 1- Renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination sur les marchés français et étrangers,
- 2- Dynamiser le séjour des visiteurs afin de générer des retombées économiques sur le territoire,
- 3- Renforcer les actions vers les prestataires touristiques locaux
- 4- Optimiser l'organisation interne tout en développant les compétences du personnel pour faire face aux nouveaux enjeux

---

**AXE STRATEGIQUE 1 : Renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination sur les marchés français et étrangers**

**Objectif 1.1 : Sur le marché français : développer une attractivité sur des thématiques complémentaires au tourisme culturel pour conquérir de nouvelles clientèles sur les segments Familles, Seniors, sport et nature avec une offre « 4 saisons »**

**Action 1.1.1** : Elaborer et conduire un plan d'actions de promotion/communication pour les sites municipaux sur les marchés de proximité en éditant notamment des supports les valorisant.

**Action 1.1.2** : Réaliser un nouveau dossier de presse et développer des voyages de presse

**Action 1.1.3** : Créer des newsletters à destination du grand public selon un calendrier annuel

**Objectif 1.2 : Sur les marchés étrangers : positionner Lourdes comme la référence spirituelle, étape incontournable en Europe, et camp de base pour la découverte des Pyrénées.**

**Action 1.2.1** : Renforcer les actions partenariales avec le Sanctuaire, l'Aéroport de Tarbes-Lourdes-Pyrénées, HPTE et le CRT Occitanie en élaborant un plan d'actions de promotion/communication commun, notamment pour soutenir les nouvelles lignes aériennes (en annexe).

**Action 1.2.2** : Poursuivre les actions de promotion conduites dans le cadre du Cluster Tourisme et Spiritualité d'Atout France

**Action 1.2.3** : Renforcer la diffusion de newsletters vers les prescripteurs en partenariat avec le Sanctuaire, en mettant l'accent sur les nouveautés et les actualités

**Objectif 1.3 : Renforcer la visibilité de Lourdes sur le web**

**Action 1.3.1** : Produire de nouveaux contenus et offres adaptées aux cibles identifiées sur le marché français (familles, seniors actifs, jeunes sportifs)

**Action 1.3.2** : Basculer le site internet au format Responsive Design afin d'améliorer son référencement et de toucher des nouvelles clientèles

**Action 1.3.3 :** Accentuer les actions sur les réseaux sociaux en adoptant une ligne éditoriale commune avec les sites touristiques municipaux, afin d'augmenter le nombre de visiteurs sur le site internet et d'accroître le nombre de fans sur Facebook et le nombre d'abonnés sur Instagram.

## **AXE STRATEGIQUE 2 : Dynamiser le séjour des visiteurs afin de les fidéliser et générer des retombées économiques sur le territoire**

### **Objectif 2.1 : Améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs afin d'accroître leur satisfaction pour les fidéliser**

**Action 2.1.1 :** Collecter les coordonnées des visiteurs afin de leur adresser des informations pendant et après leur séjour ainsi qu'un questionnaire de satisfaction post séjour

**Action 2.1.2 :** Poursuivre l'intégration des outils numériques et le développement de la boutique dans l'Espace d'Accueil, notamment en commercialisant des nouveaux produits logotés

**Action 2.1.3 :** Décorer l'Espace d'accueil en fonction des manifestations locales ou départementales

**Action 2.1.4 :** Renforcer l'accueil « hors les murs » pendant la saison pour aller à la rencontre des visiteurs

**Action 2.1.5 :** Améliorer la qualité de l'accueil de tous types de visiteurs en se dotant des outils et équipements permettant à l'OT d'obtenir le label « Tourisme et Handicap »

---

### **Objectif 2.2 : Créer des outils de promotion/communication et des offres et prestations susceptibles d'inciter les visiteurs à prolonger leur séjour.**

**Action 2.2.1 :** Rééditer les supports papier créés en 2016 : dépliant d'appel, brochure hébergements, carnet de visites, dépliant des parcours et des sites touristiques municipaux

**Action 2.2.2 :** Poursuivre le déploiement de la Place de Marché en proposant des nouvelles offres de prestations et d'activités (cyclo, bien-être etc.)

**Action 2.2.3 :** Enrichir le site web en créant un blog présentant des propositions d'excursions ½ journée et journée et des randonnées à pied et à vélo

**Action 2.2.4 :** Créer un parcours sonore et numérique le long du « Chemin de Vie de Bernadette » à intégrer dans la collection « Patrimoine en Balade »

**Action 2.2.5 :** Proposer des visites guidées de la Ville en partenariat avec les Guides des Hautes-Pyrénées

---

## **AXE STRATEGIQUE 3 : Renforcer les actions vers les prestataires touristiques locaux**

### **Objectif 3.1 : Approfondir la connaissance de l'offre du territoire en développant les visites de prestataires**

#### **Objectif 3.2 : Diffuser des informations pratiques et techniques**

**Action 3.2.1 :** Enrichir le site web dédié « lourdes-pro », notamment le centre des ressources et la présentation des actions menées par l'OT

**Action 3.2.2 :** Diffuser le rapport d'activités de l'OT à l'ensemble des prestataires

**Action 3.2.3 :** Diffuser des newsletters d'informations en partenariat avec les services de la Ville et du Sanctuaire

#### **Objectif 3.2 : Créer et diffuser des supports de promotion/communication pour leurs clients**

**Action 3.2.1 :** Distribuer les supports d'informations touristiques de l'OT

**Action 3.2.2 :** Créer des supports spécifiques : catalogue numérique d'offres d'excursions

### **Objectif 3.3 : Accompagner les prestataires**

**Action 3.3.1 :** Proposer, en partenariat avec HPTE et la CCI, un programme de formation des socio-professionnels en matière de Marketing et de Commercialisation

**Action 3.3.2 :** Poursuivre l'animation numérique du territoire en organisant deux nouveaux cycles d'ateliers numériques (Printemps et Automne) à l'attention des prestataires locaux ainsi que des rendez-vous conseils personnalisés tout au long de l'année.

Action 3.3.3 : Accompagner les prestataires pour déclarer en ligne la taxe de séjour collectée

**Action 3.3.4 :** Assister techniquement les prestataires pour le montage de dossiers de demande de subventions, en partenariat avec la CCI, HPTE, le CAUE et le CRT Occitanie

**Action 3.3.5 :** En partenariat avec les organisations professionnelles et la CCI, préparer la mise en œuvre du programme « High Hospitality Academy » pour 2018.

### **AXE STRATEGIQUE 4 : Optimiser l'organisation interne, tout en développant les compétences du personnel pour faire face aux nouveaux enjeux**

#### **Objectif 4.1 : Optimiser l'organisation interne**

**Action 4.1.1 :** Construire un plan d'actions pour répondre aux préconisations de l'audit

**Action 4.1.2 :** Optimiser la gestion du temps de travail grâce à la mise en oeuvre d'un logiciel dédié

**Action 4.1.3 :** Préparer l'audit de renouvellement de la marque Qualité Tourisme, notamment en intégrant le Service Promotion/communication.

#### **Objectif 4.2 : Développer les compétences du personnel pour faire face aux nouveaux enjeux.**

##### **Action 4.2.1 : Enjeu qualité**

- Comment mieux animer sa démarche qualité
- Formations langues : initiation et maintien langue des signes, Anglais perfectionnement et Portugais débutant.

##### **Action 4.2.2 : Enjeu Numérique**

Formations : Améliorer l'accueil client avec le numérique, rédiger pour le web touristique et Google Analytics approfondi.