

Le tourisme représente aujourd'hui la première industrie du monde, avec 10% du P.I.B. mondial. La France, malgré une légère baisse, reste la plus fréquentée. Premier secteur économique français devant l'automobile, le tourisme connaît, sous l'effet de la crise, un net ralentissement de sa croissance, amplifié par des événements tragiques localisés.

Dans le même temps, le profil du voyageur est devenu plus difficile à cerner. Disposant d'importantes sources d'informations grâce au web, il est devenu lui-même un expert en tourisme. Il cherche à la fois à voyager aux quatre coins du monde, à varier les destinations, se décide de plus en plus tard, et sollicite moins les voyagistes pour organiser ses vacances.

En terme de stratégie, cela se traduit, pour les professionnels du tourisme, par la nécessité de revoir leur logique de fidélisation pour capter une clientèle de plus en plus volatile. Grâce à JD4 Technologies, c'est désormais chose possible.

Les challenges propres au secteur

- Renforcer la décision du client de passer ses vacances dans votre établissement.
- Avoir le taux de réservation le plus haut possible et le plus tôt possible.
- Augmenter le taux de réservation pour un second séjour.
- Valoriser l'image de marque.
- Faire baisser le taux d'annulation.

Les bénéfices escomptés

- Augmentation du taux de réponse par rapport à une communication traditionnelle par simple envoi de courrier standard ou de catalogue.
- Optimisation de toutes les informations dont vous disposez dans vos fichiers clients : comportement et habitudes du client, ses restaurants préférés, ses lieux de prédilection...
- Baisse des coûts en marketing : vous supprimez du mailing les éléments les moins pertinents. Vous produisez une information qui concerne tel client et pas un autre, là où il va, quand il y va.
- Baisse des coûts postaux : vous rationalisez vos envois en exploitant au maximum chaque affranchissement. Par exemple, vous envoyez un vrai "carnet de voyage" qui regroupe toutes les informations individuelles, pratiques et marketing, plutôt que d'envoyer deux à trois courriers pour le même contenu.
- Amélioration de l'image de marque : le client vous perçoit non plus comme un agent de réservation, mais comme un hôte, un guide, un accompagnateur dès qu'il a quitté son domicile pour se rendre sur le lieu de ses vacances.

Les possibilités qu'offre JD4 en terme de personnalisation

JD4 réalise pour vous courriers de bienvenue, courriers de confirmation, bons de commande, e-mail, catalogues, événements, personnalisés selon des variables vivantes et presque infinies.

- lieu du séjour, numéro de réservation, heure d'arrivée,
- nombre de voyageurs et type de séjour : familiale, en groupe, en couple, professionnel, pour célébrer un événement, une fête...
- informations marketing : offres spéciales pour une destination qui pourrait intéresser le client au regard de ses centres d'intérêt, chèques cadeaux sur le prochain séjour, bons de réductions pour un séjour à une autre période...
- moyens d'accès : plan d'ensemble, plan détaillé, itinéraires d'approches, temps de trajet...
- informations pratiques du lieu de séjour : parking, confort, garde d'enfants, animaux, loisirs...
- informations événementielles pendant le séjour : festivals, fêtes locales, attractions régionales, animations saisonnières,
- illustrations : photos du lieu de résidence, de la station, de la région environnante,
- chèques cadeaux financés par des prestataires locaux : réductions dans un spa, chez un coiffeur, sur une attraction, dans un restaurant...



...Et bien entendu, nom et adresse du destinataire.

