

Quelle communication en
cette période de crise ?

Et après ?

La crise sanitaire que nous vivons déclenche de **nouvelles tendances** et va entraîner des **changements profonds sur le long terme par la suite**. Le secteur du tourisme sera impacté par ces changements et doit d'ores et déjà adapter sa communication selon les périodes actuelles et à venir (crise, post-crise, reprise).

Le marketing et la communication doivent **se recentrer sur l'humain** et démontrer de **L'EMPATHIE et de la GÉNÉROSITÉ**.

Des valeurs fortement recherchées actuellement.

Constats **actuels** en terme de communication :

- Très forte croissance des audiences Facebook et Instagram avec des temps d'utilisation qui explosent. Les relations sociales étant très restreintes, les utilisateurs recherchent du lien social sur ces réseaux.
- Forte augmentation des interactions (commentaires, partages...).
- Rejet des publicités et des offres commerciales

➤ Sur ces réseaux, et sur internet en général, les utilisateurs cherchent à :

1. S'informer sur le Covid-19
2. Prendre des nouvelles de leurs proches
3. Se divertir
4. Avoir des interactions, des relations sociales



Comment communiquer en tant que professionnel du tourisme pendant la crise (actuellement) ?

Il ne faut surtout pas arrêter de communiquer, bien au contraire.

Il faut communiquer davantage, différemment.

HUMANISER sa communication en particulier sur les réseaux sociaux.

Prenez des nouvelles de vos clients (un mail, un appel, un sms...)

Donner de vos nouvelles :

Expliquez comment la structure s'est organisée, comment vous gérez le quotidien.

Sur les réseaux sociaux faites des publications pour parler de tout ça. Si vous avez entrepris des travaux de rénovation, de décoration, de jardinage : publiez photos et vidéos.

Montrez que l'on fait face à des difficultés mais qu'on les surmonte et qu'on avance pour préparer des jours meilleurs.

Proposez de l'évasion, divertissez :

Publiez de belles images de votre structure, des belles images de paysages environnants prises avant le confinement.

C'est le printemps, la nature se réveille et beaucoup de contenus peuvent être partagés sur ce sujet.

Ne faites pas de campagnes payantes ni d'actions commerciales :

Mal perçues actuellement, elles n'auront aucune rentabilité et même un impact négatif. C'est trop tôt pour ça.



Opération #fenetresur consiste à publier sur Instagram des photos prises de sa fenêtre.

Que modifier sur votre site internet ?

Vous pouvez d'ores et déjà préparer votre site internet pour la période de post-confinement.

Créez une page spéciale « Covid-19 »

L'objectif n'est pas d'être anxiogène mais au contraire de **RASSURER** lorsque que les sorties, visites, loisirs et séjours seront de nouveaux envisageables.

Les visiteurs auront besoin d'être rassurés sur le fait que vous soyez impliqués et concernés par **le respect des consignes sanitaires et des précautions d'hygiène recommandées.**

Expliquez ce que vous allez mettre en place lors de la réouverture.

Si vous êtes fermés, attendez de connaître la date de votre réouverture pour la mettre en ligne.



Information
spéciale
covid-19

Comment communiquer en sortie de crise ?

La reprise se fera lentement dans un climat très concurrentiel avec :

- Une peur de la reprise de l'épidémie
- Des moyens financiers diminués
- Un tourisme de proximité (fourchette de 3 à 4h maximum de son domicile)
- Une recherche de grands espaces, un rejet du tourisme de masse
- Des structures sûres au niveau sanitaire

Alors quelle communication il faudra adopter ?

- **Cibler la proximité** : « L'évasion à deux pas de chez vous »
- **Montrer** que nous ne sommes pas dans un secteur de tourisme de masse, que nous avons de **grands espaces** (landes, vallée, bois...)
- **Proposer des offres à forte valeur ajoutée** pour favoriser les réservations : conditions d'annulation simplifiées, flexibilité des dates, opération « Réservez maintenant, payez plus tard », promo Early Booking...
- **Faire des campagnes publicitaires payantes sur les réseaux sociaux**

Les cibles prioritaires :

- Jeunes actifs qui ne pourront pas partir à l'étranger et qui avaient, avant la crise, de forte intention de séjour en Bretagne)
- Familles (cibles traditionnelles en Bretagne)
- Couples sans enfant (car fort pouvoir d'achat)
- Les séniors ne seront pas ciblés car ils vont sans doute être déconfinés plus tard

L'accompagnement de Centre Morbihan Tourisme

La période actuelle induit une forte implication des structures institutionnelles (Offices de Tourisme, CDT, CRT) pour soutenir et accompagner les professionnels du tourisme.

L'équipe de **Centre Morbihan Tourisme** avance sur la préparation de ce qui pourra s'appeler « la saison touristique du renouveau » tout en suivant très régulièrement des réunions en ligne pour se tenir informé et vous apporter des informations concrètes.

Prochainement, **un outil en ligne** vous permettra de disposer de belles photos du territoire pour que vous puissiez les partager sur vos outils de communication.

Concernant les questions de communication, vous pouvez contacter Stéphanie LE PART par mail slepart@cmc.bzh

A bientôt