

LE NUMÉRIQUE DANS LES USAGES DES CONSOMMATEURS TOURISTIQUES



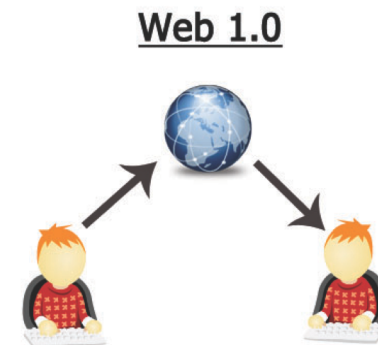
ADRT du Loiret • 8 rue d'Escures - 45000 Orléans • Tél. : 0238780406 • info@tourismeloiret.com

www.tourismeloiret.com

Internet et son évolution : Web 1.0 -> Web 4.0

- **Le Web 1.0**

Apparu au début des années 90, **le web 1.0** est constitué de pages web liées entre elles par des hyperliens. Ce web est qualifié de **statique**. Les sites servaient principalement de vitrines pour les entreprises. L'internaute a donc une attitude passive, il peut seulement consulter les pages du site mais ne peut pas encore interagir.



Internet et son évolution : Web 1.0 -> Web 4.0

- **Le Web 2.0**

Appelé communément le **web social**, le **web 2.0** a fait son apparition dans les années 2000 avec l'émergence des espaces communautaires et des réseaux sociaux (que la majorité des internautes utilisent aujourd'hui). On note aussi l'apparition des sites comparateurs et des sites e-commerce devenus de réelles boutiques en ligne, grâce notamment au système de paiements sécurisés.

Les internautes passent de spectateurs à acteurs. On ne trouve plus seulement de l'information, on peut désormais communiquer avec d'autres internautes, partager des données, commenter des produits ou encore donner son avis sur des restaurants ou hôtels par exemple.



Internet et son évolution : Web 1.0 -> Web 4.0

● Le Web 3.0

Depuis 2008, le web est considéré comme « **l'internet des objets** ». Le « **web 3.0** » ou « **web sémantique** » doit être **mobile et indépendant de tout support, de tout système d'exploitation, et de tout matériel** (fabricant, marque, logiciel, ou de plugin).

Désormais, c'est Internet qui vient à nous. Smartphones, consoles de jeux, télévisions, montres ou encore réfrigérateurs, nous pouvons désormais nous connecter à Internet n'importe où et n'importe quand! Les applications envahissent nos smartphones, nos tablettes... et il devient difficile de s'en passer. Internet est au service des utilisateurs, étudie même leur profil afin de proposer des contenus adaptés (essentiellement publicitaires d'ailleurs).



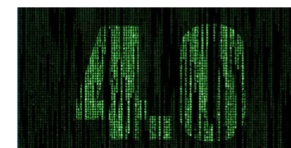
Internet et son évolution : Web 1.0 -> Web 4.0

● Le Web 4.0

Dans la continuité du web 3.0, on entre dans **une ère d'interconnexion** : les machines sont connectées entre elles. Notre environnement Internet se transforme peu à peu en un véritable **écosystème informationnel** dans lequel nous serons complètement immergés. Géolocalisé en permanence, Internet sera toujours avec nous et pourquoi pas même en nous ? Nous serons informés en continu selon nos centres d'intérêts et des opportunités à saisir lors de tous nos déplacements.

2 exemples parlant du web 4.0 :

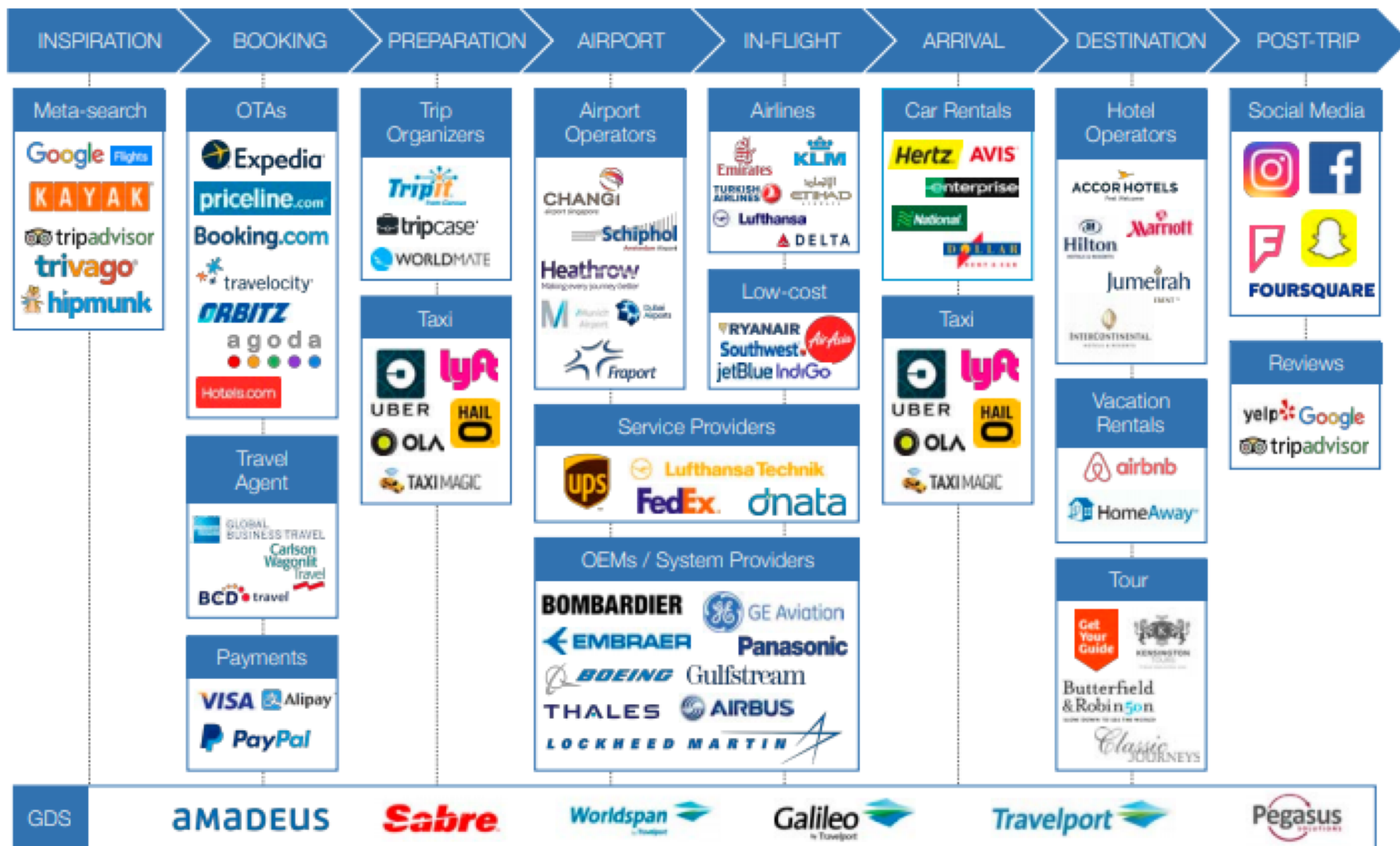
- *Un réfrigérateur pourra savoir ce qu'il manque comme aliments, et pourra se connecter sur un site marchand, faire ses courses, commander, payer et organiser la réception des marchandises avec l'autorisation de son propriétaire bien sûr.*
- *Lors d'une recherche sur internet, si un internaute demande à son ordinateur de commander une pizza, celui-ci sera en mesure de sélectionner une pizzeria qui propose la livraison à domicile, située à proximité, en intégrant les avis clients et de passer automatiquement une commande selon ses goûts habituels en organisant la livraison.*



Le numérique au service de l'expérience touristique

Le numérique est désormais bien implanté et incontournable dans l'écosystème touristique, et ce tout au long du cycle décisionnel/du voyageur.





L'avènement de la mobilité pour nos clients



L'ascension de l'internet mobile : un smartphone sinon rien...les principales fonctionnalités et les usages pratiques dans le tourisme : **géolocalisation, réalités augmentées, Qrcodes, promotions et réservations, guidage, réseaux sociaux, multimédias,...**

L'impact organisationnel dans les offices de tourisme



L'explosion de l'accueil numérique :

- la technologie self-service :
 - Bornes Tables tactiles Tablettes
 - Wifi territorial
 - Cartographie
 - QR Code,
 - Audioguides
 - Géocaching
 - Sites et applications mobiles
- l'internet de séjour

L'internet de séjour

- **Accompagner le visiteur connecté**

Le séjour du voyageur se décline en trois temps : **avant, pendant et après**. L'utilisation du Web est intensive à chacune de ces étapes, quoiqu'elle desserve des buts différents. Après la phase de recherche et de planification, mais avant celle du retour à la maison, le voyageur est sur place, parmi la population locale. Et si une minorité de voyageurs entrent dans un office de tourisme, presque tous se déplacent avec un appareil mobile leur permettant de rester connectés. Bien qu'une partie du voyage soit organisée avant le séjour, de multiples recherches ont lieu et des décisions se prennent toujours dans le feu de l'action. L'accompagnement personnalisé est donc tout à propos.

L'[Internet de séjour](#) signifie non seulement de pouvoir répondre aux besoins du visiteur dans l'immédiat, mais aussi de les devancer. Qu'il soit touriste ou excursionniste, il veut faire des activités qui lui ressemblent et le dépaysent à la fois, s'orienter, ne rien manquer. Croulant sous les propositions, ces visiteurs apprécieront les conseils personnalisés qui conviennent à leur type de séjour. Les suggestions tiennent compte de plusieurs facteurs : lieu, moment, composition du groupe, météo, préférences et autres.



L'internet de séjour

- **Personnaliser la proposition**

Un algorithme permet ainsi de proposer des informations qualifiées, sous forme de bons plans locaux, et divulguées dans une logique pertinente pour le voyageur, selon le moment, son profil et ses envies. La démarche inclut d'ailleurs la définition de profils types d'utilisateurs (ou [personas](#)).

La présence d'un accès Wi-Fi sur l'ensemble du territoire est un préalable important, ou incontournable pour le visiteur en provenance de l'étranger.



L'internet de séjour

- **Cocréer un outil territorial**

Une solution numérique doit être adaptée à chaque territoire à travers un travail de concertation et de cocréation avec les acteurs. Les caractéristiques de la destination, les clientèles visées et d'autres paramètres influenceront sa conception et sa configuration. La taille de la destination peut varier, mais cette dernière doit proposer un nombre relativement grand d'offres.

- **Associer les irremplaçables conseils humains**

Puisque rien ne remplace un échange réel, on y ajoute les conseils d'experts locaux.



L'internet de séjour

L'algorithme permet, à la manière d'un conseiller en séjour face au voyageur, de répondre à l'utilisateur, en lui fournissant une liste de propositions en fonction d'éléments connus

géolocalisation

temps de déplacement

durée de l'expérience

horaires

recommandations des locaux

avis des clients

sensibilité météo

tarif

des
éléments fournis
par l'utilisateur



profil



envies



préférences



déplacement

Merci 😊



ADRT du Loiret • 8 rue d'Escures - 45000 Orléans • Tél. : 0238780406 • info@tourismeloiret.com

www.tourismeloiret.com