



Marketing : 5 astuces pour réussir un éductour

Participer à un éductour est devenu chose rare en agence compte tenu de la charge de travail mais ces voyages professionnels restent un moment privilégié pour découvrir un produit ou une destination. Avec la possibilité de transmettre ce savoir à ses collègues et de réaliser de meilleures ventes. Voici 5 astuces pour tirer pleinement avantage d'un éductour.

Préparer l'éductour avant le départ

Il est important de bien étudier le programme pour s'informer sur la destination -a fortiori si vous ne connaissez pas celle-ci-, sur les sites touristiques et hôtels visités (localisation, TO qui les programment...) voire les activités proposées lors du voyage. N'hésitez pas à noter les prestations recherchées ou centres d'intérêt de vos clients afin de pouvoir répondre à leurs questions à votre retour. Pensez à établir une liste de questions que vous poserez au voyageur ou à l'office du tourisme, au réceptif et aux hôteliers, guides... Vous serez ainsi fin prêt pour votre éductour.

Adopter une attitude pro pendant le voyage

Même si un éductour peut apparaître comme un moment d'évasion, un voyage de récompense comportant des plages de détente (farniente au bord de la mer ou de la piscine, soirée en discothèque, étape shopping...), n'oubliez pas que vous êtes là pour travailler. Cela implique de ne pas être en retard aux rendez-vous programmés, notamment celui du départ le matin, et de prendre des notes qui vous seront utiles à votre retour. Cette pratique est essentielle si vous visitez plusieurs hôtels car sinon vous mélangerez rapidement les informations entre les différents établissements. Outre le fait d'écrire les points forts et les points négatifs de chaque hôtel, cette prise de note vous aidera aussi à définir leurs cibles de clientèle : famille, adult only, senior, MICE...

Poser les bonnes questions

Mettez vous dans la peau d'un journaliste ou d'un enquêteur en posant les bonnes questions suite à la préparation

active de votre éductour. Sur ce que les brochures de TO ou les sites web ne disent pas, sur les services supplémentaires à destination, la situation des allotements de chambres au sein de l'hôtel, l'organisation des excursions pour les clients... Les réponses vous aideront à être incollable face à vos clients et pour vos arguments de vente. Les déjeuners sont propices à poser des questions supplémentaires mais aussi pour nouer des contacts professionnels avec les organisateurs du voyage et les autres agents de voyages invités.

Prendre des photos et vidéos

Vous devez utiliser votre téléphone portable pour accompagner votre prise de note. Outre la fonction dictaphone pour vos notes si vous n'avez pas de carnet, prenez des photos et vidéos des lieux visités, des hôtels (extérieurs, chambres, espaces communs...), des restaurants... Ce support photo et/ou vidéo sera ainsi montré à vos clients, utilisé sur vos réseaux sociaux pendant l'éductour et sur ceux de l'agence après votre retour dans le cadre d'opération de communication. Ayez une batterie de secours si vous partez pour toute la journée car votre téléphone peut se décharger rapidement sous certaines latitudes, à cause du froid notamment.

Capitaliser au retour sur les informations acquises

Au retour, n'attendez pas pour trier et classer vos photos, vidéos et pour mettre en forme vos notes. Pensez à organiser cela comme un rapport que vous pourrez diffuser auprès de vos collègues (avec possibilité de présentation sous forme de réunion où ils ont la possibilité de poser des questions) voire d'autres agences si votre boutique est affiliée à un réseau ou que votre société compte plusieurs points de vente. Fort de cette matière vous pourrez communiquer auprès de vos clients sous forme d'emailing, sur votre vitrine, sur les réseaux sociaux de l'agence ou de soirée spéciale présentant la destination, le produit... Pensez enfin à conserver les contacts des professionnels rencontrés lors de ce voyage (commercial TO, OT, réceptif...) pour de futures opportunités : co-organisation de soirée clients, partenariat, tarifs spéciaux...

Un éductour n'est donc pas un voyage d'agrément. Ce déplacement professionnel se prépare en amont, nécessite d'avoir une attitude studieuse durant les phases de visite et d'accomplir après le retour un travail de debriefing pour mettre en ordre vos connaissances pour vous mais surtout pour vos collègues qui n'ont pas eu la chance de participer à ce voyage. Chaque éductour renforcera l'expertise et la qualité de service de l'agence, vos clients étant mieux conseillés et bénéficiant d'argument de vente percutants grâce à l'expérience acquise au cours de ce voyage.