

# C'est souvent plus facile ensemble

## ■ Cela mérite réflexion

De nombreuses attractions communiquent de manière individuelle, parce qu'elles veulent bénéficier de toute la visibilité. Elles négligent les possibilités offertes par la promotion en partenariat avec d'autres, qui permet de se donner plus de chance d'être efficace et de mieux faire travailler les réseaux.

## ■ Bon, mais encore ?

La présence en salon à plusieurs permet de présenter une offre couplée et de partager les coûts. Le développement d'outils de communication intégrant les offres de partenaires permet aussi d'élargir son champ d'action promotionnel mais aussi de renforcer son image, dans le sillage parfois de plus grosses attractions. L'intégration dans un réseau permet d'augmenter la visibilité et la notoriété. Les collaborations et partenariats entre différents musées et attractions doivent dépasser le cadre des frontières administratives.

## ■ Soyons concrets

Le travail promotionnel entre attractions et musées ne suffit pas toujours. Il faut veiller à travailler aussi avec d'autres acteurs du tourisme (hébergements, restaurants...) qui peuvent faire l'objet de communications ciblées et de contacts réguliers.

Il faut réfléchir à la mise en place d'une démarche globale de destination. Les Maisons du Tourisme peuvent organiser des rencontres entre acteurs touristiques d'une même région.

## ■ Retenez bien ceci

- Le conseil: "bien communiquer, c'est aussi collaborer pour plus d'efficacité".
- Les habitants et les "greeters" sont des personnes relais qui peuvent recommander aux touristes et aux visiteurs différentes activités. Le phénomène des "greeters" s'amplifie et il en faut donc en tenir compte comme relais pour vous faire connaître.

## ■ Les tuyaux du net

- Le réseau des greeters en Belgique : <http://www.greeters.be/>
- L'habitant local, lui aussi un public à prendre en compte : <http://veilletourisme.ca/2015/05/22/le-resident-un-client-a-ne-pas-negliger/>

## Résumons-nous

- Il faut parfois unir ses forces pour mieux communiquer
- Le contact avec d'autres acteurs du monde du tourisme peut aussi se révéler très profitable
- Des personnes relais, comme les greeters, sont aussi des interlocuteurs dont il faut tenir compte

## ■ Le mot : greeters

En français "hôtes", ce sont des bénévoles, habitant dans la ville ou la région, qui accueillent gratuitement des touristes pour une rencontre authentique lors d'une balade. Le greeter est un passionné. Il présente les lieux intéressants ou inconnus, mais parle aussi de la vie de tous les jours et de ses coups de cœur.