

PENSE-BÊTE DE L'AGROTOURISME

ACTIVITÉS D'INTERPRÉTATION ET EXPÉRIENCE CLIENT



L'AGROTOURISME, UNE EXPÉRIENCE MÉMORABLE!

De plus en plus de gens recherchent des activités d'interprétation originales leur permettant de vivre des expériences dont ils se souviendront longtemps. La clientèle est à la recherche d'expériences captivantes qui donnent la possibilité de vivre, de faire, de toucher, de sentir et de ressentir. De nos jours, les activités d'interprétation doivent être créatrices de souvenirs et transmettre l'histoire, la passion et les valeurs de l'entreprise. Les attraits agrotouristiques deviennent donc des lieux d'apprentissage et de partage où l'authenticité et l'exclusivité sont au rendez-vous.



QUE RECHERCHE LA CLIENTÈLE?

- Une expérience qui provoque des émotions, qui éveille les sens, qui surprend et qui séduit.
- Un lieu qui plaît par sa convivialité.
- Un endroit tranquille et enchanteur.
- Une activité qui satisfait la curiosité, qui permet d'apprendre et de découvrir.
- Une rencontre agréable.
- Des conditions qui favorisent la participation active.
- Un moment qui crée des souvenirs plaisants, qui développe le sentiment d'appartenance et qui favorise le partage.
- Une expérience qui se vit uniquement sur les lieux de l'entreprise.

CONDITIONS GAGNANTES

Cinq façons d'optimiser les visites et l'interprétation à la ferme

- Considérez les ressources humaines à votre disposition.
- Tenez compte des installations déjà en place.
- Visez la qualité et non pas la quantité.
- Respectez votre budget.
- Tenez vos promesses et honorez vos engagements.

Pour que vos efforts valent la peine afin d'améliorer l'expérience client, un diagnostic d'entreprise et un plan d'interprétation pourraient être utiles. N'hésitez pas à demander l'aide d'une personne-ressource compétente pour structurer vos projets.

À SAVOIR

Bon nombre d'influenceurs¹ font part de leurs découvertes agrotouristiques ou gourmandes sur les médias sociaux. Ils font connaître, découvrir et vivre aux personnes qui les suivent quelque chose de particulier. Leurs publications dictent les tendances et façonnent les attentes des consommateurs. Les interactions avec les visiteurs peuvent donc parfois s'avérer payantes!

¹ Personne qui, par son audience sur les réseaux sociaux, est susceptible, par la diffusion de contenu portant sur des sujets divers, d'exercer une influence sur les comportements de consommation et les opinions des internautes.

LE DIAGNOSTIC D'ENTREPRISE : UNE PREMIÈRE ÉTAPE

Le diagnostic d'entreprise permettra, dans un premier temps, de discerner vos faiblesses, mais il mettra aussi en relief vos forces et fera ressortir les occasions de développer votre entreprise. Certains enjeux et certaines formes de menace potentielle pourront également être mis en évidence (concurrence, contexte géographique, tendances du marché, etc.). Ce travail d'analyse sera l'occasion de comprendre ce qui vous distingue et vous donnera des pistes d'action sur lesquelles vous pourrez miser pour vous mettre en valeur. C'est une étape indispensable avant d'entreprendre des modifications majeures dans votre entreprise.

À SAVOIR

Votre stratégie marketing doit définir clairement la façon dont vous prévoyez charmer les clients et, le plus important, les persuader d'acheter. (Voir la fiche « [Marketing, communication et mise en marché](#) ».)

POUR S'ADAPTER À SA CLIENTÈLE, IL FAUT LA CONNAÎTRE

Afin d'offrir une expérience client exceptionnelle, que ce soit au moyen des activités proposées ou grâce à la visite d'interprétation, il est indispensable de bien connaître les types de clientèle qui pourraient venir dans l'entreprise. Par exemple, il y a lieu d'adapter une visite en fonction du type de clientèle ou selon le groupe d'âge des visiteurs. Avec une préparation appropriée à chacune des catégories de clientèle, il sera plus facile d'adapter votre message et l'activité d'animation. (Voir la fiche « [Marketing, communication et mise en marché](#) ».)

LE PLAN D'INTERPRÉTATION : POUR ALLER PLUS LOIN

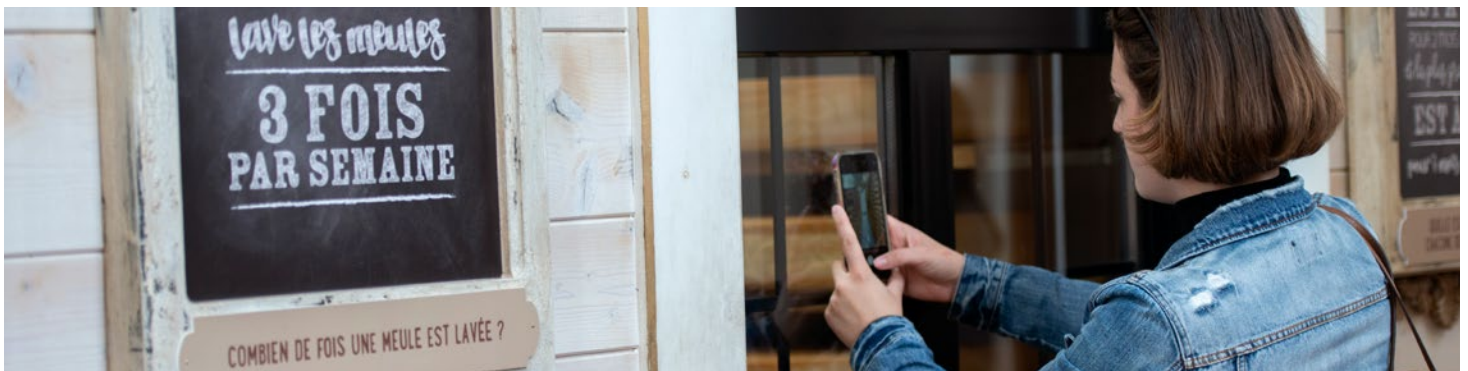
Quant au plan d'interprétation, il vous permettra de structurer l'activité et de donner aux visiteurs l'information d'une façon méthodique, agréable et adaptée à l'entreprise. C'est dans ce plan que sont consignées les idées de bonification de l'expérience client, selon les éléments établis dans le diagnostic. Dans tous les cas, proposer des activités d'interprétation interactives et captivantes est susceptible de créer des souvenirs mémorables parmi la clientèle.

CONDITIONS GAGNANTES

Huit thèmes à exploiter dans un plan d'interprétation

- L'histoire de l'entreprise, de ses propriétaires et de la région.
- Les anecdotes, les légendes, le cheminement de l'organisation.
- L'environnement du lieu et de la localité.
- Le travail au quotidien.
- Les techniques de production anciennes et actuelles utilisées dans l'entreprise.
- Les produits et les services proposés.
- Les récompenses et les honneurs.
- Les projets à venir.

Il existe une multitude de façons de présenter l'information. Trop de renseignements, c'est comme pas assez. Il vaut mieux prévoir une plus petite quantité d'information, qu'on pourra modifier d'une année à l'autre, au lieu de tout offrir en une seule visite. Une grande partie de la clientèle agrotouristique est locale. Ce sont donc des clients que l'on souhaite voir revenir. Dans cette optique, pour être en mesure de proposer des nouveautés chaque année, il est sage de réserver du contenu renouvelable. N'hésitez pas à consulter un professionnel pour vous accompagner.



LE SUCCÈS DE LA VISITE, FORTEMENT LIÉ AU FACTEUR HUMAIN

Le succès d'une bonne visite guidée dépend de l'animateur. Au delà des thèmes exploités ou des installations mises en place pour faire vivre une expérience unique aux clients, c'est le guide qui pourra renforcer l'activité et capter l'attention des visiteurs. Il est important de bien choisir la personne qui occupera ce rôle crucial.

LES CINQ QUALITÉS D'UN BON ANIMATEUR

- Il connaît son sujet et a une connaissance étendue des sujets connexes.
- Il est passionné par son domaine.
- Il possède une certaine maturité et reste diplomate.
- Il emploie un bon langage.
- Il s'adapte à sa clientèle.

À SAVOIR

Les invités devraient pouvoir bouger, se déplacer, interagir et se reposer entre les stations durant la visite. Chaque étape ne devrait pas retenir l'attention plus de 15 minutes. Prévoyez une durée totale raisonnable de façon à préserver l'intérêt des visiteurs et ainsi procurer une activité d'interprétation réussie.



LES « À-CÔTÉS » À NE PAS NÉGLIGER

Des activités complémentaires enrichiront la visite d'interprétation et bonifieront l'expérience client. Ainsi, si des ateliers permettent au visiteur de confectionner un produit et de le rapporter chez lui, il gardera de son passage chez vous le souvenir d'une expérience enrichissante et partagera certainement sa réalisation avec son entourage.

QUELQUES IDÉES

- Atelier de confection (bouquet de fleurs, fines herbes, panier de légumes, etc.).
- Activité de transformation (savon artisanal, fabrication de beurre ou de fromage, distillation de fleurs, etc.).
- Cueillette traditionnelle (pommes, petits fruits, fleurs, etc.).
- Récolte à un moment précis (pommes pour le cidre de glace, raisins pour le vin de glace, etc.).
- Collecte de produits différenciés (algues de mer, champignons sauvages, genévrier pour la fabrication de gin, etc.).
- Cueillette de produits marins ou de pêche pour le commerce de proximité.
- Atelier culinaire avec des aliments de l'entreprise.



LA FORFAITISATION, UNE BONNE STRATÉGIE

En proposant des forfaits, les entreprises saisissent l'occasion d'accroître et de diversifier leur offre agrotouristique. La forfaitisation attire notamment des groupes qui visiteront inévitablement la boutique de l'entreprise. Les agences de voyages peuvent être des partenaires, mais aussi les entreprises avoisinantes et les promoteurs des attraits touristiques connexes, avec lesquels une formule gagnant-gagnant sera négociée.

CONDITIONS GAGNANTES

Cinq points importants pour une forfaitisation réussie

1. Démarches simples et accessibles pour les participants (prix clairs, composantes détaillées, documents promotionnels efficaces avec les coordonnées, le nom et la description des attraits, guichet unique de réservation).
2. Personnalisation des forfaits possible.
3. Expériences thématiques de découverte et d'apprentissage.
4. Offre exclusive (activité bonifiée comparativement à une visite ordinaire sans forfait).
5. Offre d'un produit clé en main.

QUATRE CARACTÉRISTIQUES D'UN FORFAIT

1. Il combine au moins deux composantes : attrait touristique, moyen de transport, hébergement, restauration, événement, activité particulière, etc.
2. Il propose un prix global pour l'ensemble des services.
3. Il met en valeur un lien de complémentarité entre les différentes composantes.
4. Il a une incidence positive sur le potentiel de ventes.

À SAVOIR

Le succès de la forfaitisation repose en grande partie sur l'offre d'une expérience personnalisée, unique et mémorable. Avant de vous lancer dans la forfaitisation, votre offre agrotouristique doit être adaptée pour bien recevoir les invités : les lieux, les installations disponibles ainsi que les éléments de la boutique doivent représenter la qualité de votre entreprise. À ce sujet, consultez les fiches « [Qualité](#) » du MAPAQ.



LA RÉTROACTION : UNE FAÇON DE SE METTRE À JOUR

Plusieurs visiteurs aimeront pouvoir donner leurs impressions et leurs recommandations pour une prochaine visite. Il est très important de rester ouvert à ces commentaires et de les accueillir favorablement, même si cela ne se traduit pas pour vous par des actions à mettre en œuvre à court terme. Le client aime pouvoir laisser sa marque. C'est une forme de reconnaissance et d'appréciation. De plus, c'est une mine d'or pour vous : ces suggestions vous permettront d'adapter votre message et de vous ajuster.

L'ÉVALUATION PERMET :

- de se tenir à jour;
- d'adapter les activités et le message;
- de bonifier l'offre;
- de mieux répondre aux besoins de la clientèle;
- de déceler les lacunes;
- d'offrir de nouvelles activités.

À SAVOIR

L'expérience client débute dès que le client cherche votre entreprise sur le Web ou dans un guide : l'information disponible et la facilité à vous trouver sont des aspects importants de la satisfaction du client. Il est donc essentiel de mesurer l'appréciation de la clientèle pour ces aspects également.

SEPT THÈMES DU FORMULAIRE D'ÉVALUATION

On peut obtenir les commentaires de la clientèle de plusieurs façons. Par exemple, il est possible de les recueillir en ligne dans votre page Web ou sur les réseaux sociaux, ou encore à l'aide d'une boîte à suggestions sur les lieux de votre entreprise. L'important est de se doter d'une façon de connaître l'opinion et les suggestions des visiteurs et d'en tirer parti pour bonifier l'expérience client. Si vous choisissez la méthode du formulaire d'appréciation, voici quelques questions sur les aspects à sonder que vous pourriez poser à vos invités :

- **Accessibilité du lieu**
Est-ce que les lieux sont faciles à trouver? Est-ce que la signalisation est suffisante?
- **Information au sujet de l'entreprise**
Est-ce que l'information est facile à comprendre sur le site Web et sur les affiches? Est-elle complète? Juste? Suffisante?
- **Accueil**
Est-il chaleureux? Est-ce qu'on vous a pris en charge? Avez-vous attendu longtemps?
- **Visite et autres services**
Le guide était-il compétent, clair et courtois? L'information était-elle pertinente? Intéressante? À la hauteur de vos attentes?
- **Produits**
Quel est votre produit « découverte »? Quel est votre produit préféré? Avez-vous des suggestions de produits?
- **Amélioration du service**
Qu'avez-vous le plus aimé de votre visite? Comment pourrions-nous améliorer l'expérience que vous avez faite chez nous? Y a-t-il des points à modifier?
- **Référencement**
Quelle note globale donneriez-vous à votre visite?
Recommanderiez-vous notre établissement à votre entourage?

ORGANISATIONS ET INFORMATION UTILES

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)

■ Section « Agrotourisme »

Source de renseignements et de liens utiles pour réaliser vos projets de démarrage ou d'expansion dans ce secteur d'activité.

■ Fiches du Pense-bête de l'agrotourisme

Huit fiches thématiques pour soutenir le démarrage d'une activité agrotouristique et le perfectionnement de votre entreprise.

■ Fiches « Qualité »

Ces fiches sont regroupées par thème; elles ont pour objet l'amélioration de l'offre agrotouristique et de la mise en marché de proximité.

■ Permis du MAPAQ

Information générale sur les différents permis délivrés par le Ministère et exigés pour certaines productions ou pour des activités commerciales.

Les réseaux Agriconseils

Services-conseils subventionnés destinés à la clientèle agricole. Il est possible d'obtenir une aide financière en relation avec l'agrotourisme, notamment pour établir un diagnostic ou pour se doter d'un plan de commercialisation.

Agri-Réseau

Réseau de veille lié au secteur bioalimentaire. Une multitude de documents y sont déposés par les spécialistes de différents domaines d'importance. Il est possible de s'inscrire pour recevoir une infolettre en fonction de ses préférences.

Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec (AATGQ) – Terroirs et saveurs du Québec

Réseau provincial consacré au développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand au Québec.

Plateforme d'information de l'industrie de l'agrotourisme et du tourisme gourmand

Cette plateforme donne accès aux différents contenus du bulletin de l'industrie de l'agrotourisme et du tourisme gourmand et propose divers outils, services et renseignements stratégiques.

Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ)

Ces tables contribuent au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire.

Société du réseau Économusée (SRÉ)

Réseau d'artisans du secteur de l'agroalimentaire qui utilisent un savoir-faire authentique dans la fabrication de leurs produits.

Bonjour Québec

La section « Savourer » comporte de nombreux renseignements sur l'agrotourisme et les produits québécois. On y décrit aux entreprises agrotouristiques ainsi qu'aux routes gourmandes.

Kéroul

Organisme sans but lucratif dont les actions visent à rendre le tourisme accessible aux personnes à capacité physique restreinte.

Dans le cadre de la lutte contre la COVID-19, nous vous invitons à prendre connaissance des mesures sanitaires à respecter dans le site Web.quebec.ca/coronavirus.