INPACQ - Agrotourisme

11 février 2014; Victoriaville

Les 5 A

CINQ ÉTAPES POUR UNE APPROCHE CLIENT RENTABLE !

Pr. Normand Bourgault, D.B.A.

Plan de la conférence

1. **De la théorie bien pratique !**
   - **Le marketing des services**
   - **L'excellence en récréotourisme et agrotourisme**
2. **Comment ça marche, les 5 A ?**
   - **Illustration par la « comedia del arte »**
3. **La concrétisation des 5A : le protocole de services**

OBJECTIF DE LA PRÉSENTATION

À l’aide des 5 A du marketing de services,

comprendre comment planifier et décrire

« l’expérience client » pour son entreprise.

CE QU'EST UN SERVICE

MARKETING DES SERVICES

Un **service** est une expérience temporelle vécue par le client lors de son interaction avec le personnel de l'entreprise ou un support matériel et technique.

CARACTÉRISTIQUES D'UN SERVICE

- **Simultané :** Produits en même temps que consommé
- **Intangible :** Ne peuvent être stockés
- **Périssable :** Produits après la vente
- **Client engagé :** Totalement impliqué dans le processus de prestation de service.
- **Variable :** Performance non standardisée qui dépend de qui rend le service, quand et où il est rendu

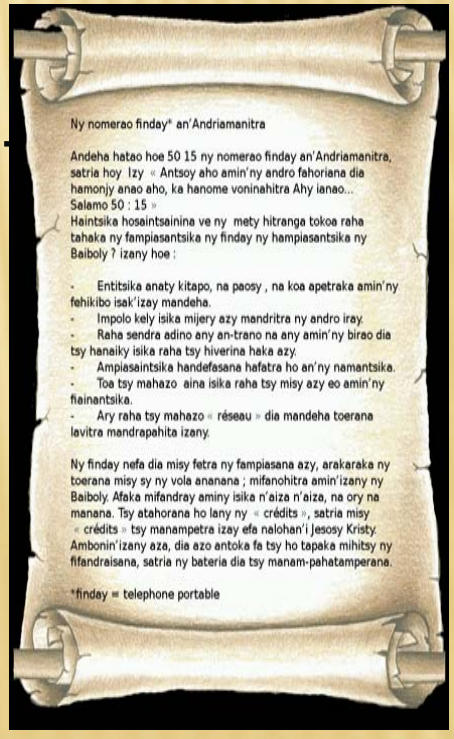
Immatériel et inséparable du client !

IDENTIFIER LES ATTENTES RELATIONNELLE

- Caractériser les clients
  - Qui ils sont
    - Seul, couple, famille, groupe
  - Ce qu'ils attendent
    - Pressé – chalands – nonchalants…
    - Acheter – discuter – se recréer…
    - Ambiance chaleureuse – formelle - guindée…

DÉFINIR LA RELATION OFFERTE

- Choisir le ou les clients types à desservir
  - Définir « l'expérience client seul »
  - Définir « l'expérience client-famille »
- Décrire dans un **protocole de services** chaque « expérience client »
  - Décrit « l'expérience unique »
  - Décrit le service offert, étape par étape
  - Décrit la forme des relations (familier - amical – formel…
  - Décrit le contenu des étapes
  - Décrit les occasions de profit
  - Outil de formation du personnel
- Former le personnel
- Évaluer la prestation de services



Ny nomerao finday* an'Andriamanitra

Andeha hatao hoe 50 15 ny nomerao finday an'Andriamanitra, satria hoy Izy « Antsoy aho amin'ny andro fahoriana dia hamonjy anao aho, ka hanome voninahitra Ahy ianao... Salamo 50 : 15 »
Haintsika hosaintsainina ve ny mety hitranga tokoa raha tahaka ny fampiasantsika ny finday ny hampiasantsika ny Baiboly ? izany hoe :

- Entitsika anaty kitapo, na paosy , na koa apetraka amin'ny fehikibo isak'izay mandeha.
- Impolo kely isika mijery azy mandritra ny andro iray.
- Raha sendra adino any an-trano na any amin'ny birao dia tsy hanaiky isika raha tsy hiverina haka azy.
- Ampiasaintsika handefasana hafatra ho an'ny namantsika.
- Toa tsy mahazo aina isika raha tsy misy azy eo amin'ny fiainantsika.
- Ary raha tsy mahazo « réseau » dia mandeha toerana lavitra mandrapahita izany.

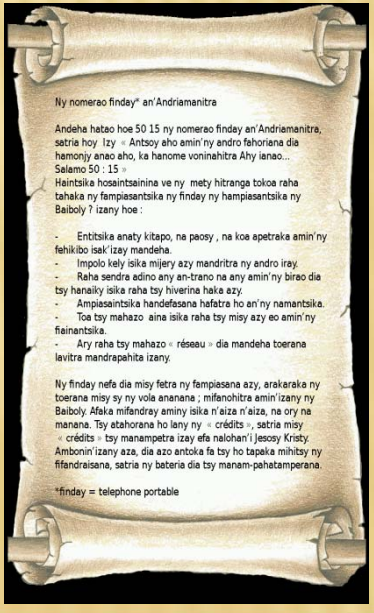
Ny finday nefa dia misy fetra ny fampiasana azy, arakaraka ny toerana misy sy ny vola ananana ; mifanohitra amin'izany ny Baiboly. Afaka mifandray aminy isika n'aiza n'aiza, na ory na manana. Tsy atahorana ho lany ny « crédits », satria misy « crédits » tsy manampetra izay efa nalohan'i Jesosy Kristy. Ambonin'izany aza, dia azo antoka fa tsy ho tapaka mihitsy ny fifandraisana, satria ny bateria dia tsy manam-pahatamperana.

*finday = telephone portable

Travail de rédaction

Intérêt du client

Intérêt du commerçant



Ny nomerao finday* an'Andriamanitra

Andeha hatao hoe 50 15 ny nomerao finday an'Andriamanitra, satria hoy Izy « Antsoy aho amin'ny andro fahoriana dia hamonjy anao aho, ka hanome voninahitra Ahy ianao... Salamo 50 : 15 »
Haintsika hossaintsainina ve ny mety hitrange tokoa raha tahaka ny fampiasantsika ny finday ny hampiasantsika ny Baiboly ? izany hoe :

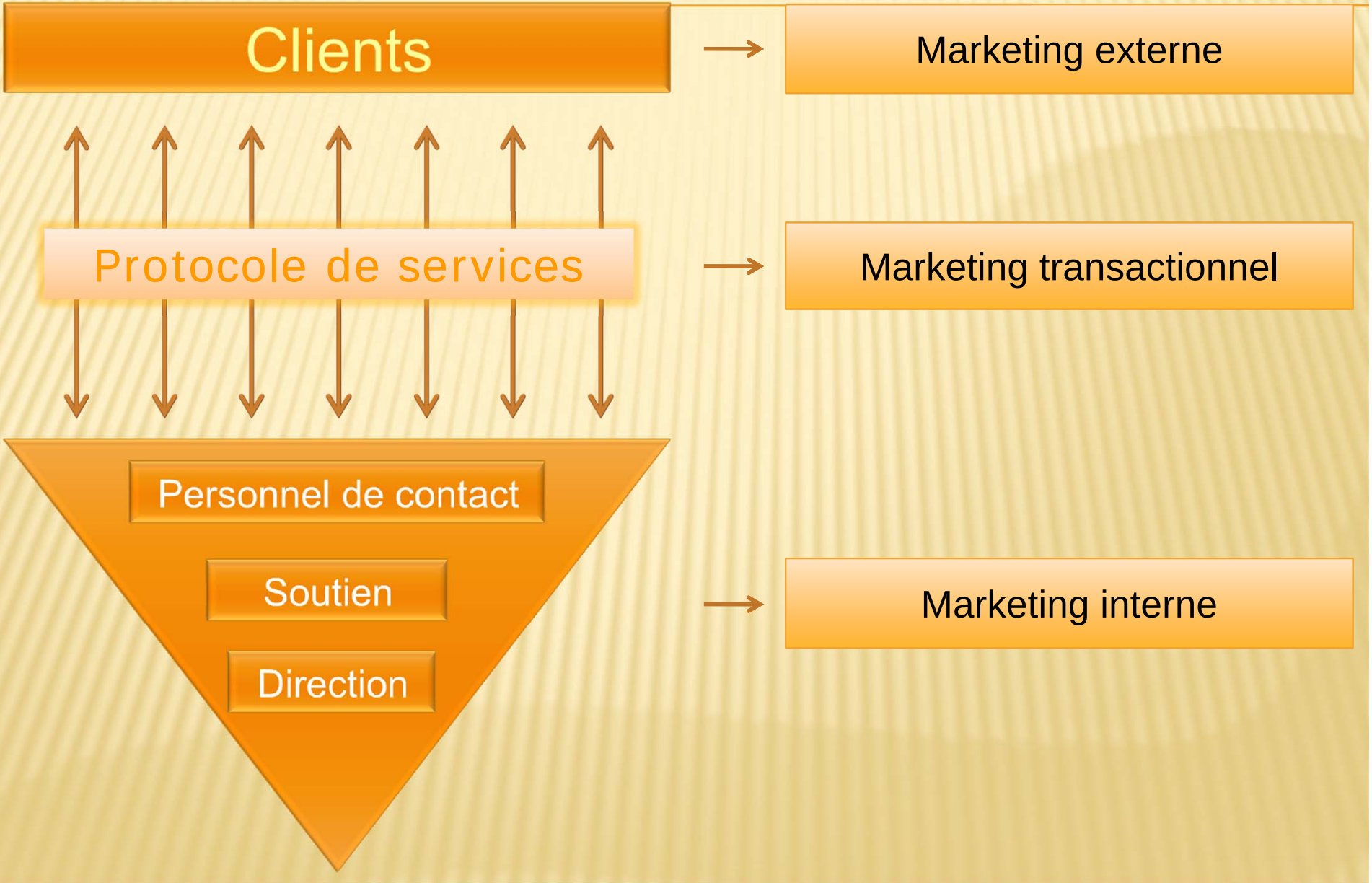
- Entitsika anaty kitapo, na paosy , na koa apetraka amin'ny fehikibo isak'izay mandeha.
- Impolo kely isika mijery azy mandritra ny andro iray.
- Raha sendra adino any an-trano na any amin'ny birao dia tsy hanaiky isika raha tsy hiverina haka azy.
- Ampiasaintsika handefasana hafatra ho an'ny namantsika.
- Toa tsy mahazo aina isika raha tsy misy azy eo amin'ny fiainantsika.
- Ary raha tsy mahazo « réseau » dia mandeha toerana lavitra mandrapahita izany.

Ny finday nefa dia misy fetra ny fampiasana azy, arakaraka ny toerana misy sy ny vola ananana ; mifanohitra amin'izany ny Baiboly. Afaka mifandray aminy isika n'aiza n'aiza, na ory na manana. Tsy atahorana ho lany ny « crédits », satria misy « crédits » tsy manampetra izay efa nalohan'i Jesosy Kristy. Ambonin'izany aza, dia azo antoka fa tsy ho tapaka mihitsy ny fifandraisana, satria ny bateria dia tsy manam-pahatamperana.

*finday = telephone portable

Concilier... et réconcilier...

MODÈLE DE LA PYRAMIDE INVERSÉE



MODÈLE DE LA PYRAMIDE INVERSÉE : LES 5A

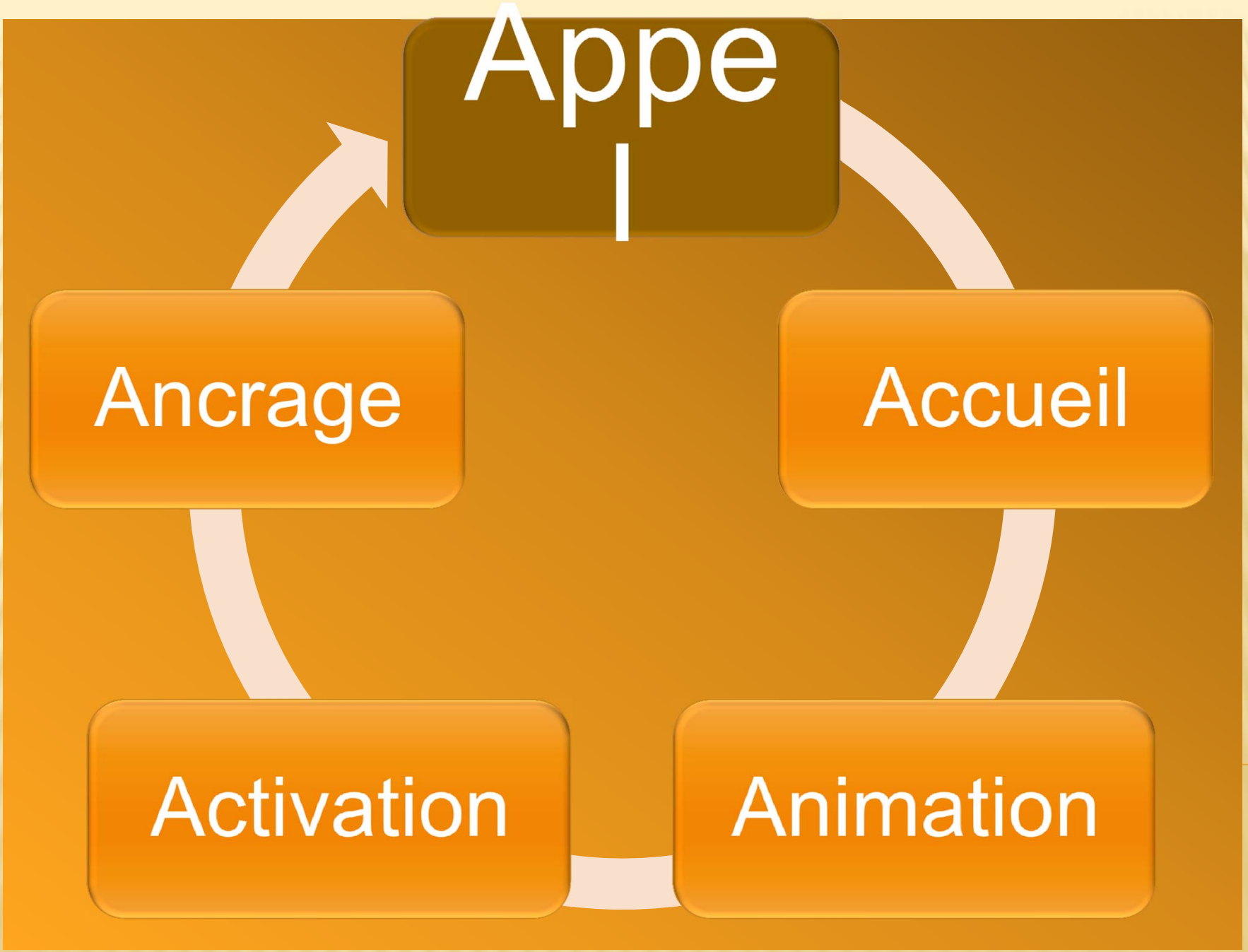
→ Marketing externe

→ Marketing transactionnel

→ Marketing interne

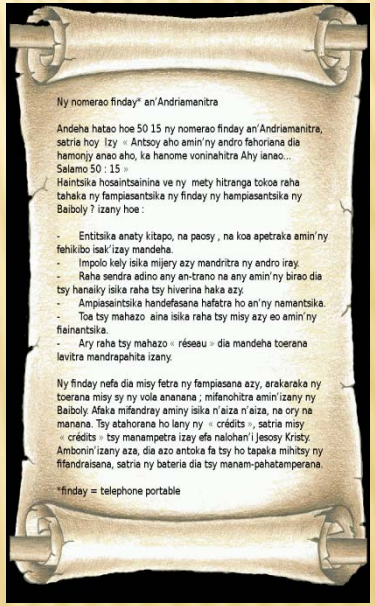
RÉDACTION D'UN PROTOCOLE DE SERVICES

LES 5 A : POUR NE RIEN OUBLIER


Appe
l
Accueil
Animation
Activation
Ancrage

Appel

L’expérience client débute dès que le client est en route vers notre entreprises. Il est pris en charge par l’affichage de proximité à ±15 kilomètres de notre place d’affaires.



Ny nomerao finday* an’Andriamanitra

Andeha hatao hoe 50 15 ny nomerao finday an’Andriamanitra, satria hoy Izy « Antsoy aho amin’ny andro fahoriana dia hamonjy anao aho, ka henome voninahitra Ahy ianao... Salamo 50 : 15 »
Haintsika hosaintsainina ve ny mety hitranga tokoa raha tahaka ny fampiasantsika ny finday ny hampiasantsika ny Baiboly ? izany hoe :

- Entitsika anaty kitapo, na paosy , na koa apetraka amin’ny fehikibo isak’izay mandeha.
- Impolo kely isika mijery azy mandritra ny andro iray.
- Raha sendra adino any an-trano na any amin’ny birao dia tsy hanaiky isika raha tsy hiverina haka azy.
- Ampiasaintsika handefasana hafatra ho an’ny namantsika.
- Toa tsy mahazo aina isika raha tsy misy azy eo amin’ny flainantsika.
- Ary raha tsy mahazo « réseau » dia mandeha toerana lavitra mandrapahita izany.

Ny finday nefa dia misy fetra ny fampiasana azy, arakaraka ny toerana misy sy ny vola ananana ; mifanohitra amin’izany ny Baiboly. Afaka mifandray aminy isika n’aiza n’aiza, na ory na manana. Tsy atahorana ho lany ny « crédits », satria misy « crédits » tsy manampetra izay efa nalohan’i Jesosy Kristy. Ambonin’izany aza, dia azo antoka fa tsy ho tapaka mihitsy ny fifandraisana, satria ny bateria dia tsy manam-pahatamperana.

*finday = telephone portable

Les panneaux indicateurs le guide jusqu’à l’entrée du stationnement.

Appel

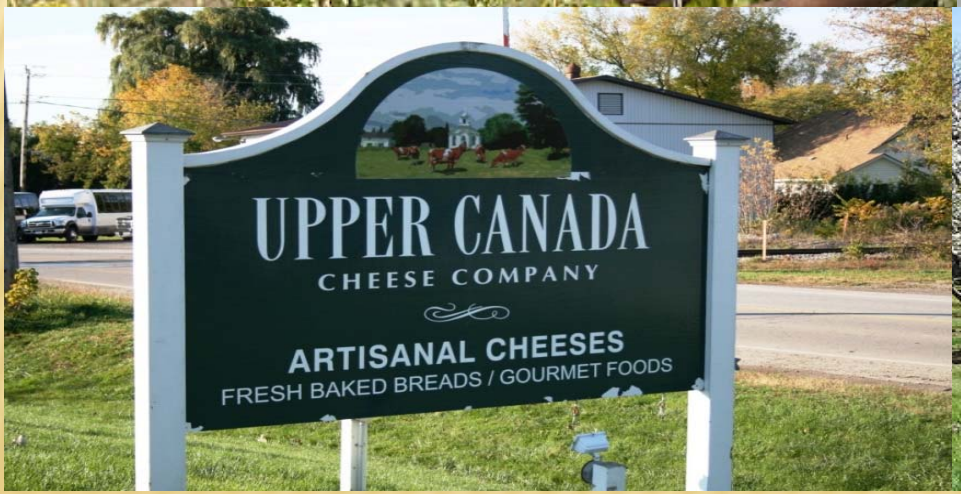
- Pour aider à se rendre chez nous
  - Ministère des transports – affiches bleues
  - Pancarte privées
  - GPS

Appel

Dépliants dans les offices du tourisme

Site Internet

Affichage en bordure de route



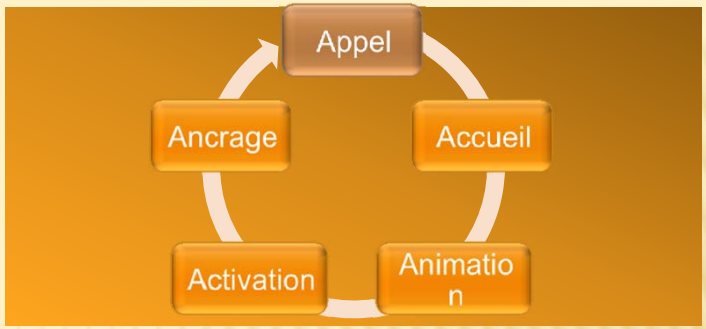
Appel

Frais d’entrée = 12 $ = 50 % des ventes

Appel

Exhibits de bord de route

L'EXCELLENCE EN APPEL

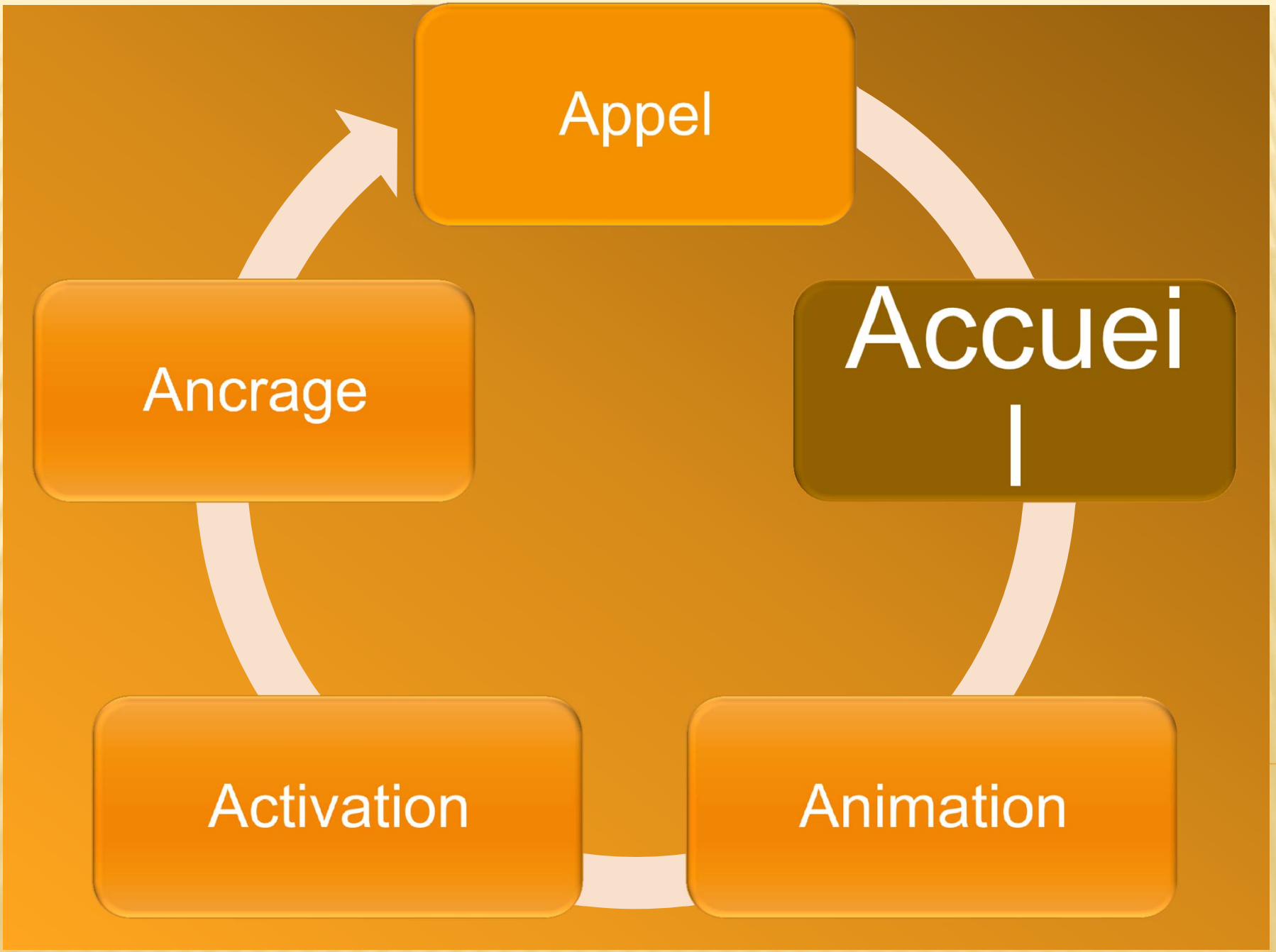


Appel : ce qui attire

- Promotion
  - Par l'objet (cadeau, échantillon)
- Marketing direct (agents à l'étranger)
- Internet, médias sociaux
  - Courriels, Expedia, TripAdvisor
- Relations publiques
  - Événements, invitation aux médias
- Pub coopérative et réseautage
  - Partage des coûts

Appel : ne pas faire

- Rabais sur les prix
- Pas de « Groupon »
- Pas de « Tuengo »
- Médias sociaux
  - « C'est pas gratuit! »


Appel
Accueil
Animation
Activation
Ancrage

Accueil

Le <u>stationnement</u> est bien identifié ainsi que l'entrée de la clientèle.

Accueil

À l'entrée du stationnement, le client découvre…

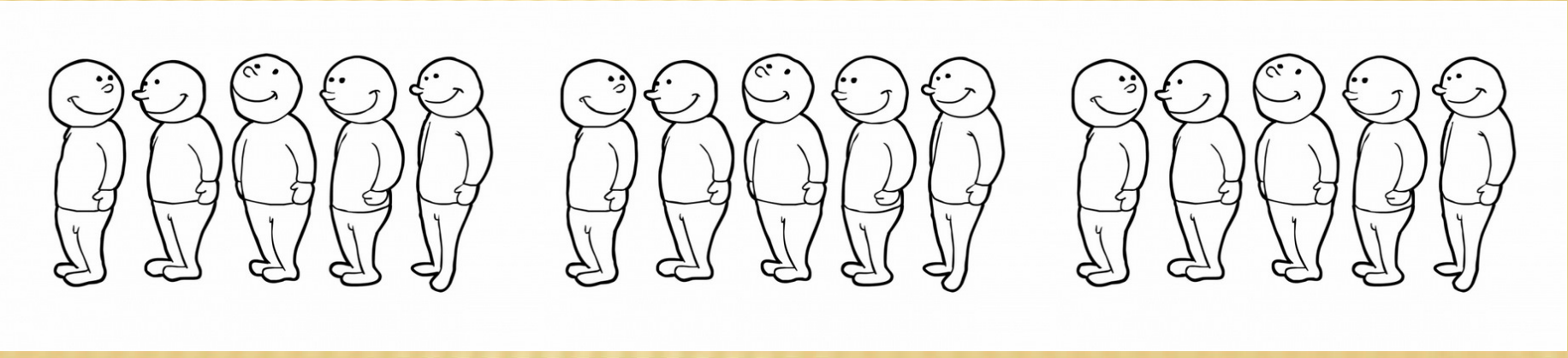
- Les heures d'affaires
- Le tarif des activités
  - Prix d'entrée ?
- Les règles de bonne conduite sur le terrain
- Une illustration du parcours.

Accueil

On guide le client à la rencontre du personnel de contact…

- Parcours indiqué clairement par des flèches.
- File d'attente équitable mise en place
- Information sur le temps d'attente
- Prévoir des divertissement lors de l'attente

Occasion d'affaires !



Accueil

À l'entrée le caissier …

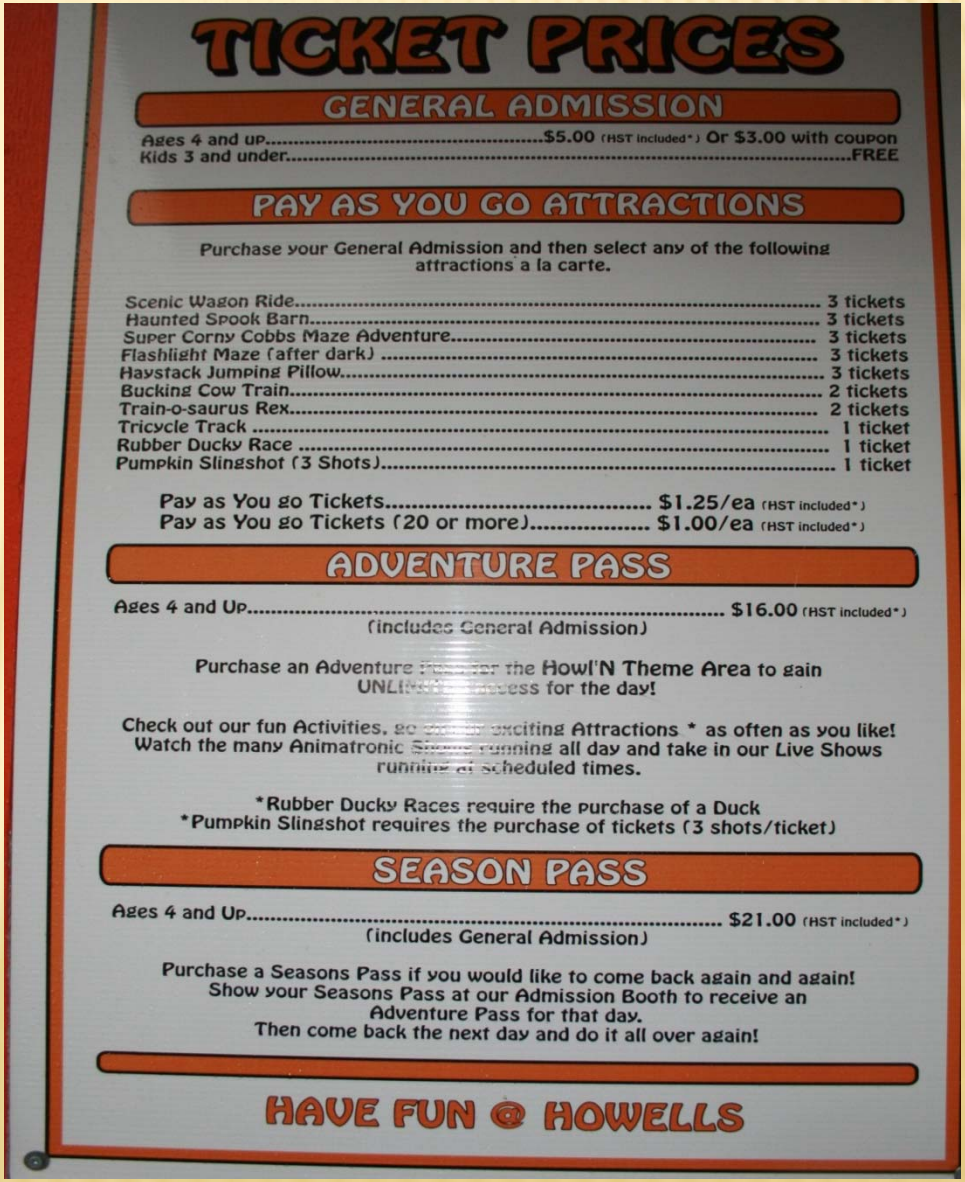
- … est aussi animateur.
- Il salue et s'adresse aux clients avec chaleur, respect **et sourire** en utilisant le « vous » de courtoisie.
- Il décrit les animations et vend les billets.

Occasion d'affaires !

Accueil

Affichage clair des tarifs…

… en français et dans la langue de la clientèle !



Accueil

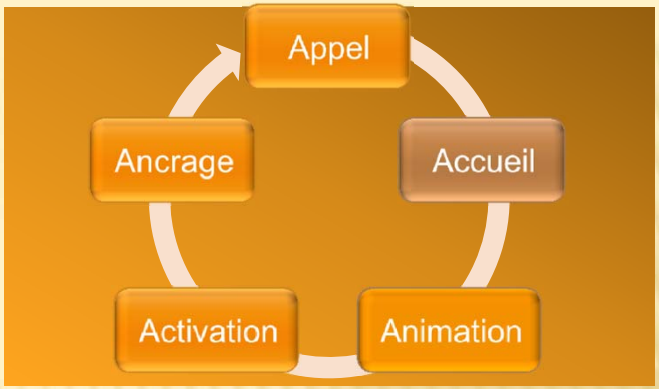
Affichage des règles de bonne conduite sur le terrain

Accueil

Le protocole de services permet de :

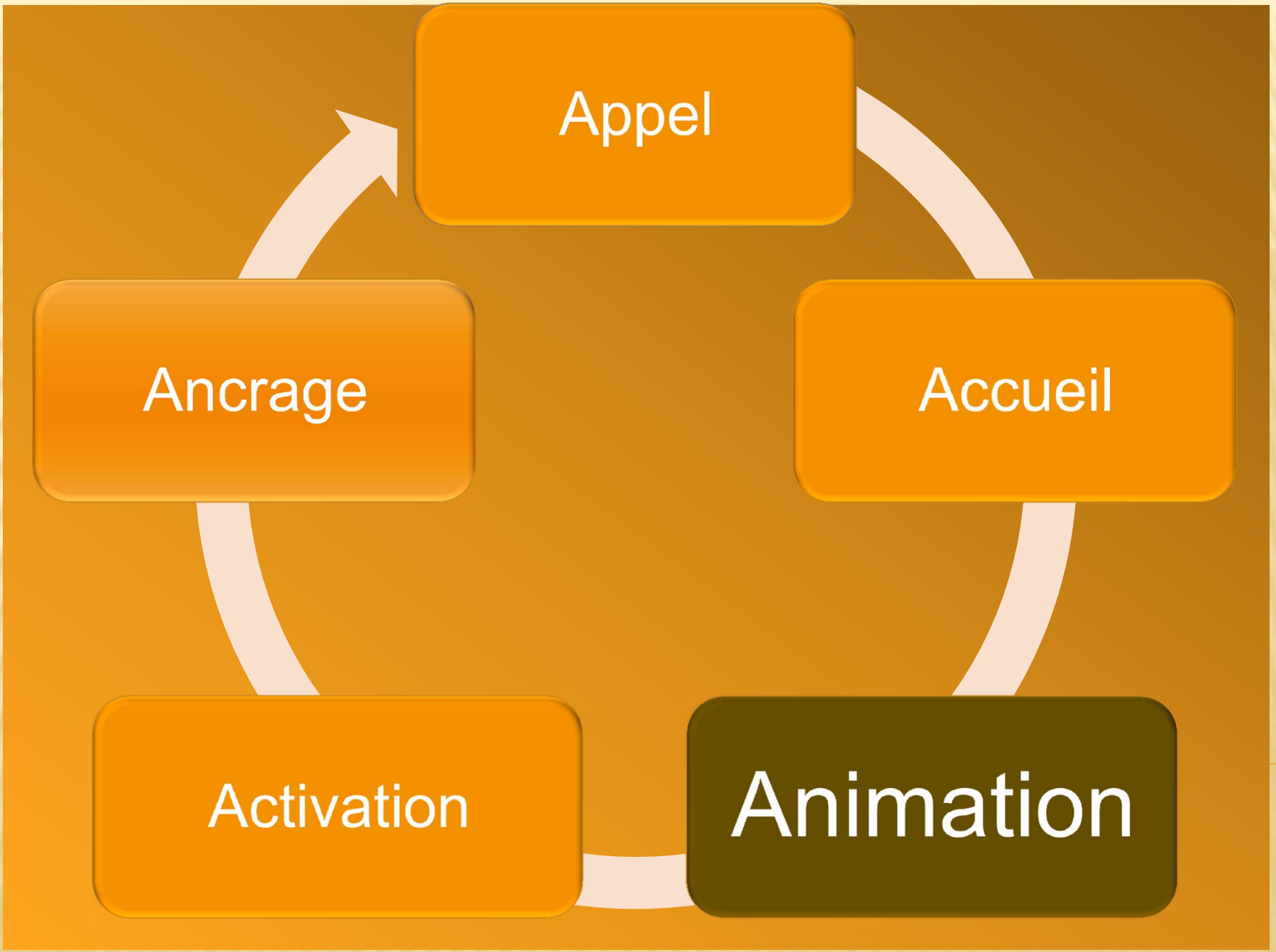
- Former le personnel de contact
- Donner la **saveur spécifique** au service à la clientèle
- Développer la personnalité et l'identité de l'entreprise : l'image, le « branding »
- Évaluer les employés
- Augmenter le chiffre d'affaires

L'EXCELLENCE EN ACCUEIL



- Indications d'accueil
  - Dirigent
  - Informent sur les animations
  - Informent sur les règles à suivre

- Personnel de contact
  - Passionné
  - Formé
  - Protocole de


Appel
Accueil
Animation
Activation
Ancrage

Animation

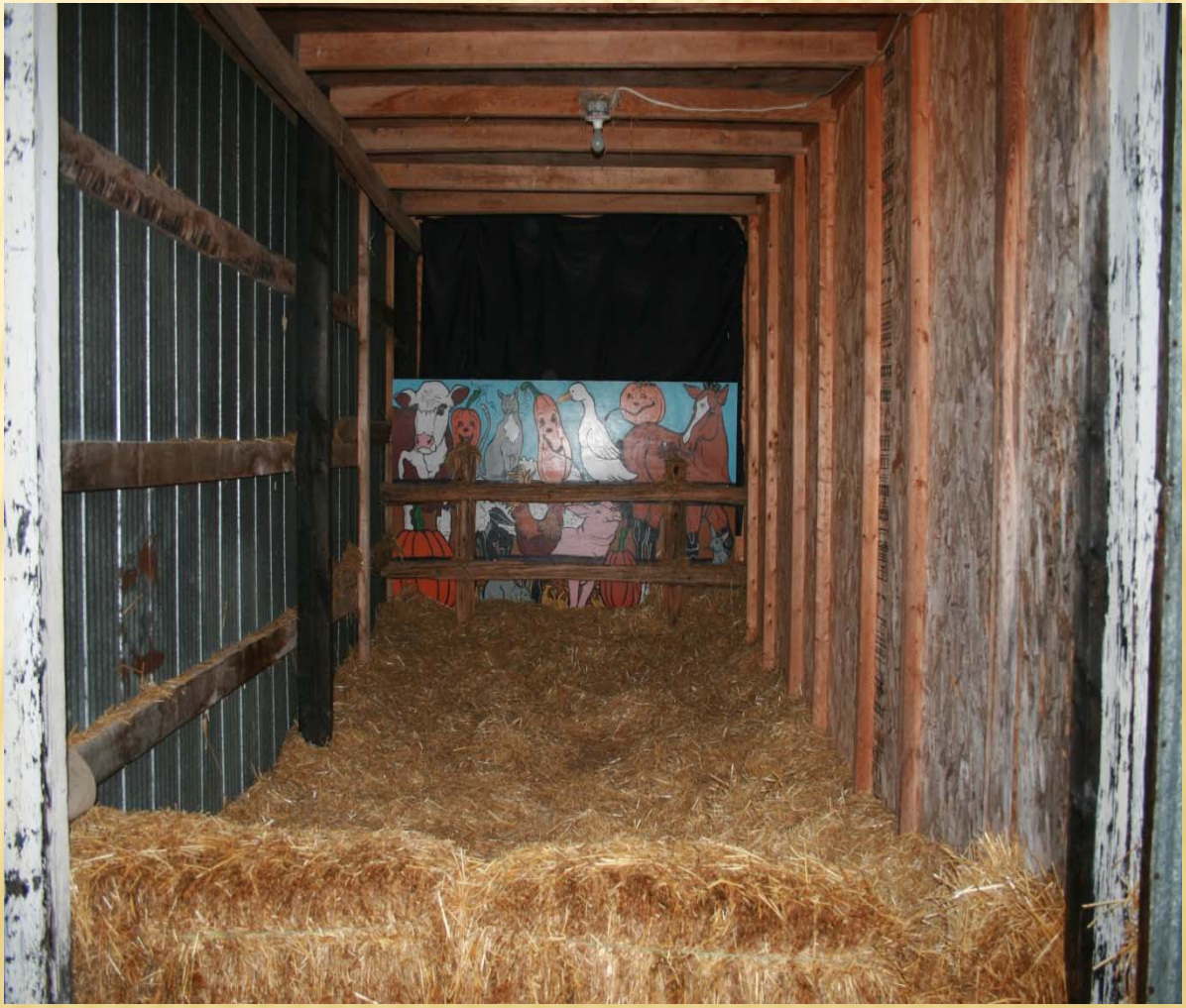
Exemple pour un verger:

Occasion d'affaires !

- Costumes
- Démonstration de techniques de cueillette
- Panneaux d'interprétation
- Exhibits
- Objets de cueilleur (sécateur, couteau, sel…)
- Dégustation des variétés à cueillir
- Indications de cueillette
- Itinéraire dans le verger

Le protocole inclut le laïus complet d'animation aux clients

Animation



Animation

Panneaux d'interprétation…

…Personnages

Animation

La visite permet de profiter du site, de la fermette et du train.

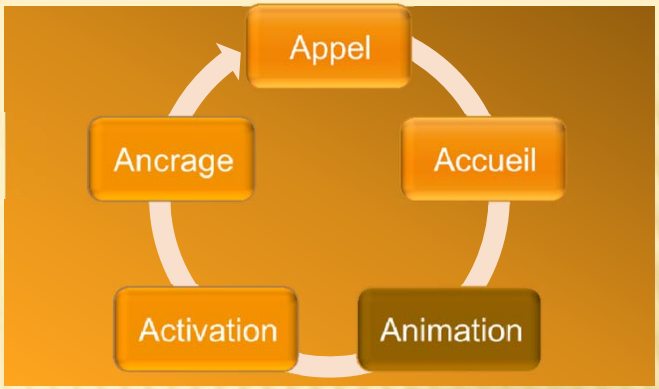
Animation

Démonstration de

procédés et techniques

Animation

L'EXCELLENCE EN ANIMATION



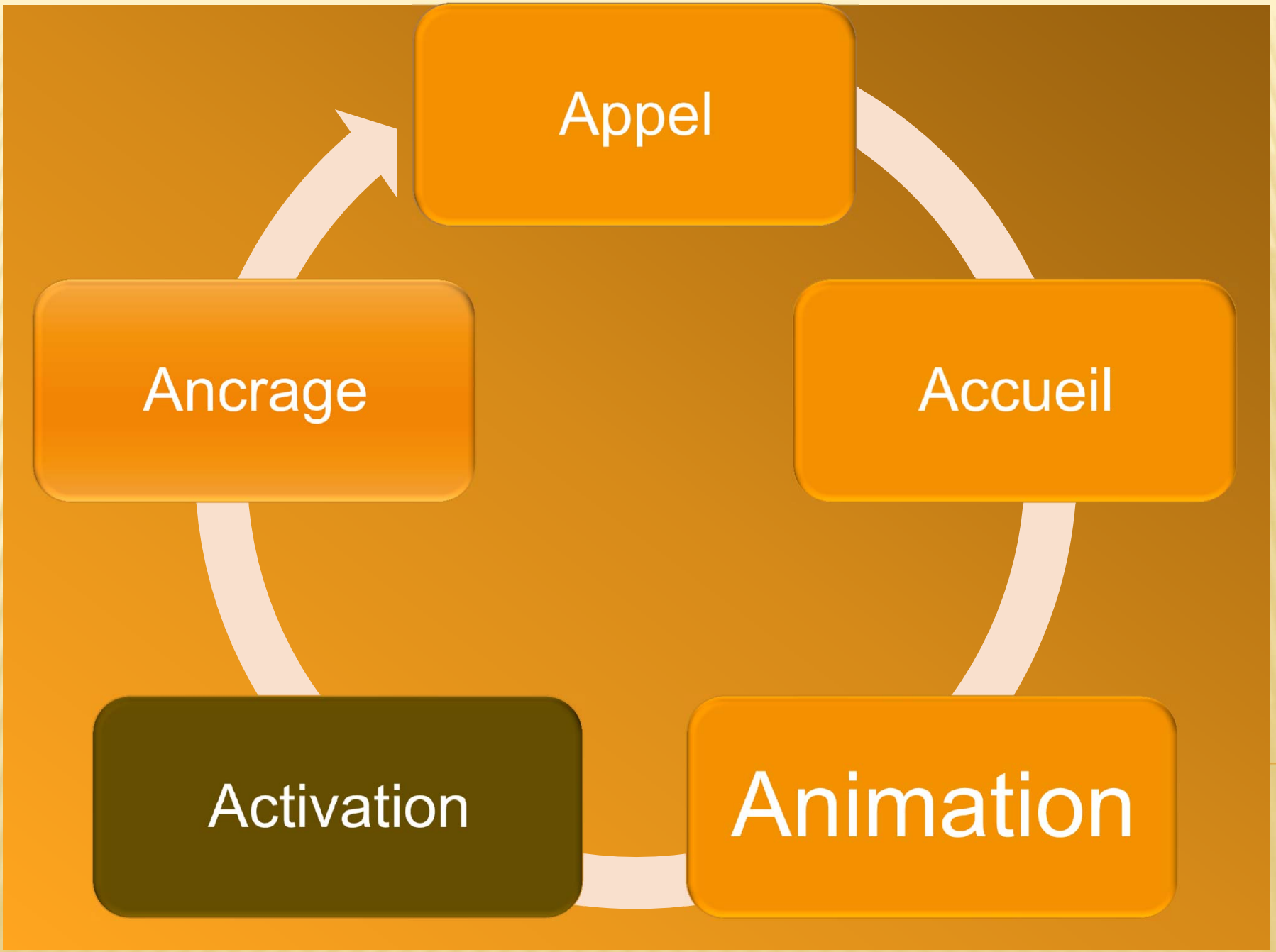
Le matériel

- Des équipements adaptés, fonctionnels et parfaitement au point
- Le souci du détail : Tout est vérifié .

Le personnel de contact

Le Wow ! ! ! …

C'est l'employé qui va le chercher !


Appel
Accueil
Animation
Activation
Ancrage

Activation

Pour augmenter les ventes

- Remise du matériel de cueillette contre paiement ou dépôt.
- Location ou vente de matériel « de luxe » du cueilleur
  - Échelle « de luxe », panier plutôt que sac…
- Recettes
- Carte des « spécialités » de la boutique
- Prime de quantité (plutôt que rabais)
- Coupons de dégustation « dans le verger »
- Aire de pique-nique en location…

Affichage et étalage complètent le laïus d'animation

Activation

Au retour du client de l'animation

- Boutique de produits transformés
- Coupon de dégustation gratuite à la boutique
- Passage de sortie « par la boutique » de produits transformés
- Carte des « spécialités » de la boutique
- Prime de quantité (plutôt que rabais)

Activation

Simple… amusant… et payant !

Des dalles, de l’eau… et des canards !

Activation

MARKET PLACE
MENU
AQUAFINA

CANDY KABOBS
$2.49 ea
PIGGIE NOSES
$2.99 ea

welcome to Howells FARM FRESH FUDGE?

Activation

ATM
ATM
Interac

WAGON RIDE
PIG RACES
BUNNYVILLE
HAY STACK JUMPING PILLOW
CHICKENS TO MARKET
TRAIN-O-SAURUS REX
BUCKING COW RIDE
CASHIER
CASHIER

HAY PLAY
CHICKENS TO MARKET
TRAIN-O-SAURUS REX
DO NOT ENTER

Activation

Activation

Pour nourrir…

… le compte de banque ! !

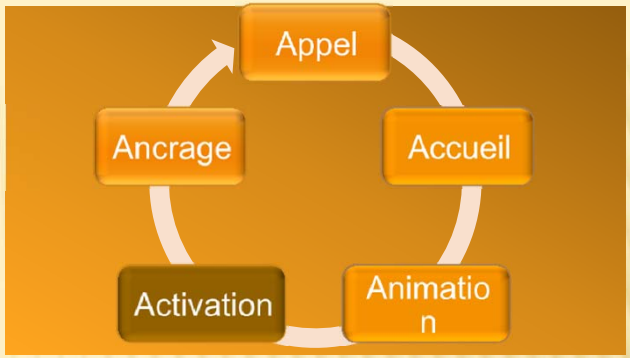
Activation

Activation

Chudleigh's
Caramel Apple Blossoms

Chudleigh's
BONJOUR
Reserved
TCAO
AN ENTERTAINING TASTE OF THE COUNTRY

L'EXCELLENCE EN ACTIVATION



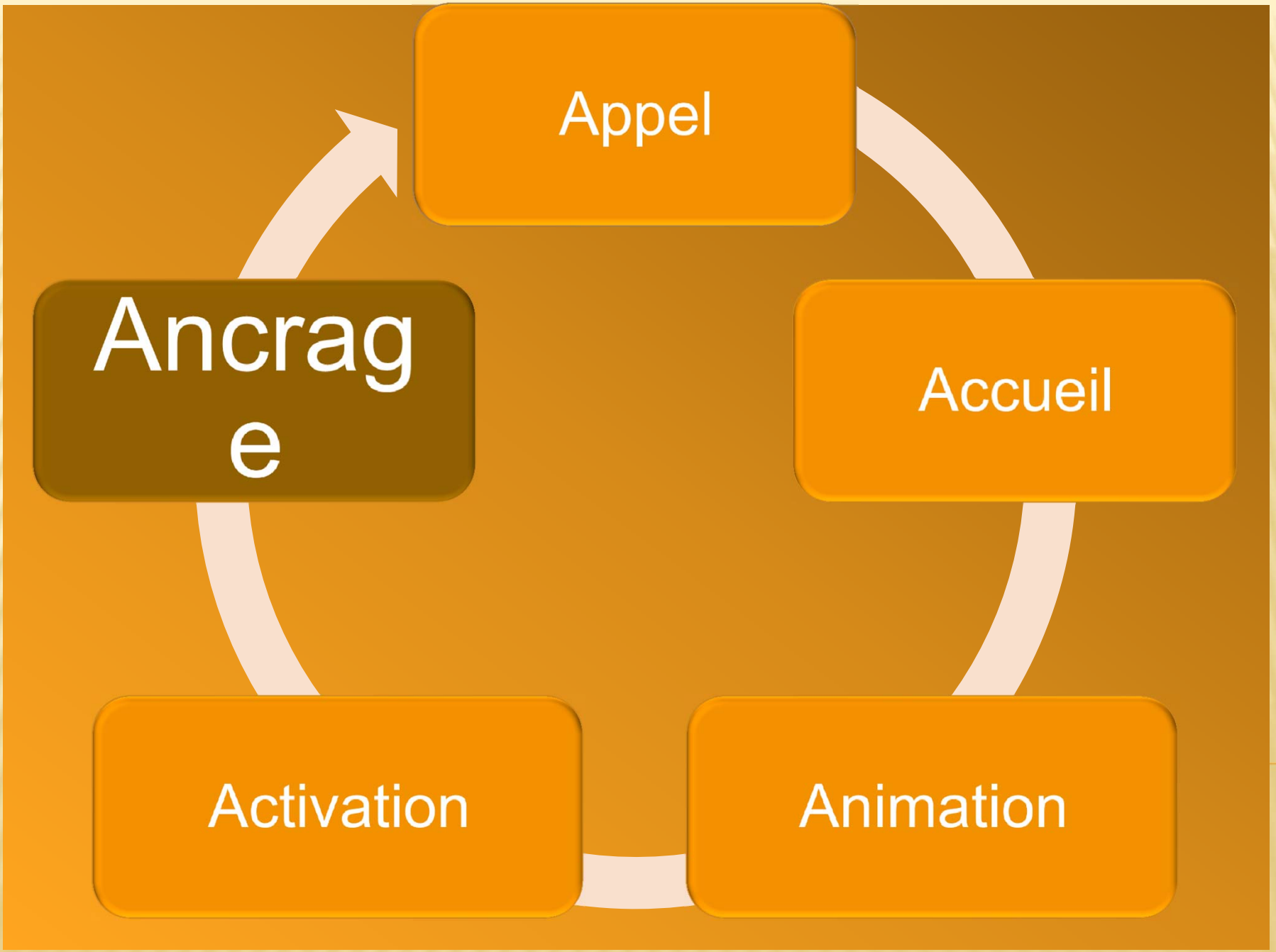
Paiement des services

Le « tout en 1 fois »

- Buffet de service
- Esprit libéré de $

Le « graduel »

Plus d'occasion de vendre


Appel
Accueil
Animation
Activation
Ancrag
e

Ancrage

Après avoir remercié le client de sa visite,

la personne de contact s'assure de …

Évaluation du personnel de contact !

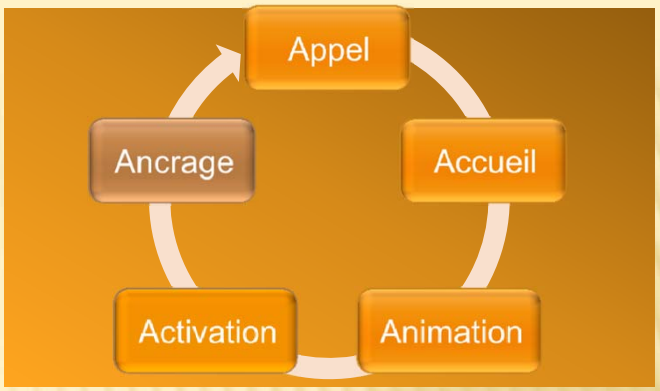
- Invitation pour la nouvelle cuvée
- Questionnaire d'évaluation de la visite
- Fiche client avec adresse courriel

Jamais de rabais monétaire.
Cela tue la valeur perçue des produits et services

Ancrage

Print out these
pumpkin patterns
for FREE
Check out our Web Site
www.ahowlinggoodtime.com
Click on Carving and Recipes
and you can download any of
these!

L'EXCELLENCE EN ANCRAGE



Ancrage

- Rabais cumulatifs
- Carte de membre
- Objets gratuits avec logo

Quand la répétition est difficile…

…L'innovation est la solution!

2.2 ÉVALUATION DE LA QUALITÉ: THÉORIE DES ATTENTES

Niveau de résultat espéré :	**Très faible**	**1…2…3…4…5…6…7**	**Très élevé**
Niveau du résultat atteint :	Très faible	1…2…3…4…5…6…7	Très élevé

La différence entre l'anticipation et le résultat atteint détermine la satisfaction ou l'insatisfaction

OÙ EST L'EXCELLENCE ?

- Le *locus de l'excellence* est dans la capacité d'une organisation à faire du personnel de contact des agents relationnels capables d'appeler, d'accueillir, d'activer, d'animer et d'ancrer des clientèles charmées par une offre peaufinée dans ses moindres détails.

- Ce *locus de l'excellence* se situe à l'interface des fonctions *marketing* et *ressources humaines.*

- *L'excellence* y est amenée par la passion:
  - Celle du personnel de contact si elle lui est intrinsèque

  - Celle du personnel d'encadrement si elle lui est insufflée extrinsèquement par la passion des dirigeants.

Merci !

Crédit photo: Maryse Harnois, agr. (MAPAQ)

Vincent Philibert, M. Dév. Rég. (TCAO)

Recherche sur l'excellence

- *Normand* Bourgault, DBA
- *Stéphane* Grondin, MGP (en cours)
- *Mycalle* Trudel, Doctorat en gestion
- *Cristina* Calvo, Ph. D.

Merci de votre attention