

Guide

READI™ pour le numérique

dans le secteur du tourisme



À propos de
l'Association
de l'industrie
touristique du
Canada



Fondée en 1930 pour encourager le développement du tourisme au Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada agit aujourd'hui à titre de porte-parole national de ce secteur privé de 109 milliards \$.

Basée à Ottawa, l'Association de l'industrie touristique du Canada représente les entreprises touristiques canadiennes et promeut des mesures positives qui aident l'industrie dans sa croissance et sa prospérité.

L'Association de l'industrie touristique du Canada a la tâche de représenter les intérêts du tourisme sur la scène nationale. Son travail de représentation implique des politiques, des programmes et des activités de promotion et de soutien qui contribueront à la croissance et au développement du secteur.

Les membres de l'Association de l'industrie touristique du Canada reflètent les partenariats entre tous les secteurs de l'industrie et les associations touristiques provinciales, territoriales et régionales, ce qui permet à l'association d'aborder l'ensemble des questions auxquelles est confronté le tourisme canadien.

LE TOURISME PEUT **SE RELEVER
SE RETROUVER
SE RÉINVENTER**

Êtes-vous READI™ pour le numérique?

Dans ce guide

Aperçu	<u>Page 4</u>
Systeme de réservations	<u>Page 5</u>
Implantation de solutions de commerce en ligne	<u>Page 7</u>
Stratégies marketing	<u>Page 9</u>
Mesures de cybersécurité	<u>Page 11</u>
Prochaines étapes	<u>Page 13</u>
Comité consultatif READI™ POUR LE NUMÉRIQUE À propos de Digital Main Street	<u>Page 14</u>
À propos de notre adhésion	<u>Page 15</u>

Êtes-vous READI™ pour le numérique?

Le guide et le programme READI™ pour le numérique fait partie de la plateforme READI™, une initiative lancée par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) pour stimuler la croissance et l'évolution positive de l'industrie touristique du Canada.

Notre objectif est d'offrir des mesures de renforcement des capacités qui permettent aux entreprises et aux organisations d'innover, de croître de façon durable et de contribuer au paysage florissant du tourisme canadien. Le programme READI™ de l'AITC fournit à l'industrie les informations et les outils nécessaires pour rester compétitive et réussir!

Funded by the
Government
of Canada

Canada

- R** Rejoindre un large éventail d'entreprises et d'organisations touristiques.
- E** Engager les entreprises et les organisations dans des ateliers ou des événements interactifs et hautement participatifs de développement des capacités.
- A** Donner la chance aux entreprises et aux organisations d'Activer leur potentiel de croissance.
- D** Soutenir les entreprises et les organisations dans le Développement de modèles d'entreprise, de produits et de services
- I** Fournir un guichet unique d'Informations et de ressources pour stimuler l'innovation

Le Guide de PRÉPARATION au numérique de l'industrie touristique a été conçu avec l'aide de Digital Main Street. Tout cela n'aurait été possible sans le généreux soutien du Fonds d'aide au tourisme du gouvernement du Canada. Tous les cas ont été utilisés avec la permission de l'équipe de Digital Main Street.

En complétant l'Évaluation, vous aurez une meilleure compréhension de la READIness™ numérique de votre organisation, en plus d'avoir déterminé vos points forts et vos opportunités de croissance. Maintenant armé de ces connaissances, nous vous demandons d'examiner ce guide afin de faire innover votre organisation et de préparer votre équipe aux progrès qui vous attendent. Nous sommes ravis de pouvoir vous accompagner dans votre parcours de transformation numérique.

READI™,
SET,
GROW!



Comprendre le rôle essentiel des systèmes de réservations

Les systèmes de réservation sont des outils essentiels qui facilitent la gestion des réservations de la clientèle pour des hébergements, des circuits, des activités et d'autres services. Ces systèmes automatisent les processus de programmation, de traitement des paiements et d'allocation des ressources, ce qui permet aux opérateurs de rationaliser leurs opérations, de minimiser les erreurs et de maximiser le potentiel de revenus.

L'implantation de systèmes de réservation est un élément essentiel de la stratégie de commerce en ligne des opérateurs touristiques. Elle leur permet de vendre efficacement leurs produits et services en ligne, d'atteindre un plus vaste public et de tirer parti de la tendance croissante à la réservation en ligne.

Des systèmes de réservation simples et efficaces sont la base de toute entreprise touristique prospère. Planter les bons outils et les bonnes stratégies peut vous aider à gérer efficacement les réservations, à minimiser les erreurs et à offrir une expérience optimale à votre clientèle.

Les clients soutiennent les entreprises qui s'intéressent aux possibilités d'automatisation.

76 %

des clients de restaurants préfèrent que les entreprises recourent à l'automatisation plutôt qu'à du personnel dans au moins un domaine, en particulier pour les tâches administratives répétitives telles que la prise de réservations ou la vérification de l'inventaire des produits.

Source

Facteurs clés pour une implantation réussie

Plateformes de réservation en ligne : utilisez des plateformes de réservation en ligne conviviales qui permettent aux clients de facilement obtenir une estimation, de consulter les disponibilités et d'effectuer des réservations peu importe l'endroit ou le moment.

Logiciel de gestion des réservations : investissez dans un logiciel de gestion des réservations pour rationaliser le processus de réservation, gérer les disponibilités et assurer un suivi efficace des réservations.

Intégration avec d'autres systèmes : veillez à une intégration transparente entre votre système de réservations, les agences de voyage en ligne et d'autres solutions logicielles telles que les systèmes de gestion de la relation client (CRM), les passerelles de paiement, les plateformes de rapport et de marketing par courriel. Une bonne intégration se traduira par un parcours optimal pour vos clients, tout en rationalisant vos opérations commerciales.



Ressources essentielles pour optimiser les systèmes de réservations

Si vous avez déjà un site Web ou une boutique en ligne, visitez leur boutique d'applications ou de plug-ins pour trouver les intégrations adaptées à votre système existant. Par exemple, [Shopify App Store](#), [WordPress Plugins](#), [Wix App Market](#), [Square App Marketplace](#).

Découvrez comment votre système de réservation peut s'intégrer aux agences de voyage en ligne les plus populaires, telles que : Expedia, Booking.com, Viator, Get Your Guide et TripAdvisor.

- Commencez par choisir votre agence préférée, puis recherchez ses partenaires d'intégration. Par exemple, Get Your Guide a dressé la liste de ses partenaires d'intégration [sur cette page](#). Vous pouvez filtrer par région, langue, type de système, etc.
- Demandez une démonstration gratuite de la plateforme pour voir comment elle peut fonctionner pour votre entreprise. Par exemple, vous pouvez réserver une démonstration auprès de [Fareharbor ici](#).

Études de cas inspirantes d'implantation réussie



Réservation en ligne Petite entreprise

[Cliquez ici pour en apprendre plus à propos de Forget-me-not Alpacas.](#)



Intégration TripAdvisor

[Apprenez-en plus à propos de TripAdvisor intégré avec Alberta Food Tours](#)



Utilisation d'un plugin de système de réservation pour un site Web existant

[Cliquez ici pour en apprendre plus sur Warrior Women.](#)

Implantation de solutions de commerce en ligne



Découvrez l'importance des solutions de commerce en ligne

Une solution de commerce en ligne est une plateforme qui permet la vente en ligne de produits, de services et d'expériences directement à vos clients. Que vous proposiez des circuits, des hébergements ou de la marchandise, l'implantation d'un système de commerce en ligne peut vous aider à élargir votre champ d'action et à augmenter vos revenus.

Être doté d'une plateforme de commerce en ligne permettra à vos clients de rechercher, de réserver et de payer leurs expériences facilement et de façon transparente, ce qui améliorera la satisfaction globale de la clientèle.

Selon le [rapport Future of Commerce de Square](#), en 2024, les clients ne s'attendent pas seulement à ce que les entreprises intègrent la technologie, mais pourraient même privilégier les dépenses dans les entreprises utilisant l'IA ou l'automatisation pour rendre leurs expériences encore plus transparentes.

Plus du

3/4

du revenu total du secteur mondial du tourisme et des voyages sera généré par les ventes en ligne d'ici 2028.

Source

Conseils pratiques pour une implantation réussie

Choisir la bonne plateforme de commerce en ligne : donnez la priorité à l'extensibilité, à l'intégration grâce à des outils essentiels, aux options de personnalisation et à l'expérience utilisateur. Prenez également en considération le niveau de plateforme qui conviendra le mieux aux besoins de votre entreprise afin de vous assurer que votre budget s'aligne sur les fonctionnalités offertes à ce niveau de prix.

Rassembler vos actifs : créez un site Web de commerce en ligne en disposant d'un contenu visuel de haute qualité, d'informations détaillées sur les produits, de passerelles de paiement sécurisées, d'un moteur de réservation intégré, d'une infrastructure de service à la clientèle, d'un référencement optimisé, de supports marketing et d'outils d'analyse.

Choisir votre nom de domaine personnalisé : achetez un nom de domaine personnalisé pour établir une identité en ligne tout à fait unique et mémorable, améliorer la reconnaissance de la marque, renforcer la crédibilité auprès de la clientèle et améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche.

Vente incitative et vente croisée : implantez des stratégies de vente incitative et de vente croisée pour encourager les clients à acheter des produits ou des services supplémentaires au cours du processus de réservation. Tirez parti de l'intégration d'une application pour automatiser les recommandations personnalisées de produits ou d'expériences sur votre site Web de commerce en ligne.

Robot conversationnel dédié au service à la clientèle : offrez un service à la clientèle 24/7, des recommandations personnalisées, des processus de réservation efficaces et la génération de leads. Vous pouvez également obtenir des informations sur le comportement des clients et les exploiter dans le cadre de votre stratégie marketing.

Système d'exonération numérique : rationalisez le flux de travail et simplifiez les formulaires de décharge de responsabilité pour les clients. Les formulaires de décharge numériques intégrés à votre système de commerce en ligne et de réservation en ligne aideront les clients à arriver préparés, ce qui améliorera leur expérience et fera gagner du temps à votre personnel.



Implantation de solutions de commerce en ligne

Programmes pour les points de vente : des programmes de point de vente (PDV) efficaces sont essentiels pour gérer efficacement les transactions, les inventaires et les données relatives à la clientèle. Que vous exploitiez une boutique de souvenirs, un restaurant ou une billetterie, le choix du bon système PDV peut rationaliser les opérations et améliorer le service à la clientèle. Prenez en compte les éléments suivants :

- Solutions PDV mobiles : utilisez des solutions PDV mobiles pour traiter les transactions n'importe où dans votre établissement, réduisant ainsi le temps d'attente et contribuant à une plus grande satisfaction de la clientèle.
- Gestion de l'inventaire : implantez des systèmes PDV dotés de solides fonctions de gestion des stocks afin de suivre les niveaux de stock, d'automatiser les commandes et d'éviter les ruptures de stock. Une solution de commerce en ligne est une plateforme qui permet la vente en ligne de produits, de services et d'expériences directement à vos clients. Que vous proposiez des excursions, des hébergements ou de la marchandise, la mise en place d'un système de commerce en ligne peut vous aider à élargir votre champ d'action et à augmenter vos revenus.

Ressources essentielles pour bâtir une solide présence en ligne

Solutions d'exonération

source: jotform

Design Web et ergonomie

source: HubSpot

Robots conversationnels en tourisme en 2024

source: HubSpot

Exemples inspirants de réussites dans le commerce en ligne

Commerce en ligne de petites entreprises



[Cliquez ici pour en apprendre plus sur Paglione Estate Winery.](#)



[Lire l'étude de cas de Ocean Sports ici.](#)



[Lire l'étude de cas de Rocky Mountaineer ici.](#)



Révéler l'importance du marketing numérique dans le tourisme

Une stratégie marketing est un plan complet décrivant la manière dont vous allez attirer, engager et fidéliser vos clients par le biais de divers canaux et tactiques de marketing.

Des stratégies marketing efficaces sont essentielles pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants, accroître la notoriété de la marque et différencier vos offres de celles de vos concurrents.

72 %

des Canadiens affirment qu'une présence accrue sur les réseaux sociaux les a aidés à mieux connaître les petites entreprises et les entreprises locales

Source

30 %

de taux de conversion grâce aux vidéos d'achat, car elles réduisent les obstacles à l'achat et font ressentir la convivialité de la boutique en ligne sur les réseaux sociaux.

Source

Considérations essentielles pour l'implantation

Marketing de contenu : créez des contenus attrayants tels que des blogues, des vidéos et des infographies afin d'attirer l'attention de votre public et fournir des informations précieuses sur votre destination ou vos services.

Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) : optimisez votre site Web et son contenu pour les moteurs de recherche afin d'améliorer la visibilité et d'attirer le trafic organique.

Marketing par courriel : créez une liste de courriels et envoyez régulièrement des infolettres, des promotions et des mises à jour ciblées afin de tenir votre public informé et engagé.

Publicité payante : augmentez la visibilité auprès d'un public cible en dehors de votre base de clients existante, obtenez des résultats immédiats et mesurables.



Tirer profit des réseaux sociaux : les plateformes de réseaux sociaux offrent aux entreprises touristiques d'excellentes possibilités d'entrer en contact avec des clients potentiels, de présenter leurs offres et de faire connaître leur marque. N'hésitez pas à envisager les stratégies suivantes :

- **Présence active** : maintenez une présence active sur les plateformes de réseaux sociaux populaires telles que Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn.
- **Engagement et interaction** : interagissez avec votre public en répondant rapidement aux commentaires, aux messages et aux critiques. Encouragez le contenu généré par les utilisateurs en organisant des concours ou en présentant des photos et des avis de clients.
- **Contenu visuel** : partagez des contenus visuellement attrayants tels que des photos et des vidéos pour présenter votre destination, votre hébergement et vos activités.
- **Publications achats** : connectées à votre boutique en ligne et à votre inventaire, elles permettent aux clients d'acheter vos produits ou expériences directement à partir de leur fil d'actualité.

Des ressources pour alimenter votre stratégie marketing numérique



Cours de Digital Main Street : des cours en ligne gratuits, sur demande, qui fournissent une formation et des conseils pratiques pour le marketing de votre entreprise.

- **Marketing de votre entreprise** : création d'un plan marketing, d'un contenu attrayant et d'un trafic en ligne.
- **Formation sur la transformation numérique** : SEO, réseaux sociaux, marketing par courriel, marketing de contenu et Google Insights.

Études de cas inspirantes de triomphes du marketing numérique

Exemple de petite entreprise



[The Studio Art Gallery,](#)
jetez un œil à [leur page](#)
[Instagram](#)

Marketing par courriel et segmentation de la clientèle



[Lire cette étude de cas de MailChimp.](#)



Comprendre l'impératif de cybersécurité en tourisme

La protection des données sensibles des clients et le maintien de la cybersécurité sont essentiels dans le paysage numérique d'aujourd'hui. Une atteinte à la protection des données ou un incident de sécurité peut nuire à votre réputation et entraîner des pertes financières.

La sensibilisation des petites entreprises à la cybersécurité est essentielle pour protéger leurs données sensibles, réduire les risques et les coûts, préserver leur réputation et rester en conformité avec les réglementations relatives à la protection de la vie privée, telles que la loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (« LPRPDE »).

Compte tenu de la fréquence et de la sophistication croissantes des cybermenaces, la formation à la sensibilisation à la cybersécurité devient un aspect essentiel du fonctionnement de chaque petite entreprise.

La protection des données sensibles des clients et le maintien de la cybersécurité sont primordiaux dans le paysage numérique actuel. Une atteinte à la protection des données ou un incident de sécurité peut nuire à votre réputation et entraîner des pertes financières. En cas de violation, la réputation de votre entreprise pourrait être considérablement atteinte.

Statistiques clés

94 %

des cyberattaques sont causées par une erreur humaine.

70 %

des victimes de cyberattaques sont des petites entreprises.

91 %

des cybercrimes sont initiés par le biais d'un courriel.

600 %

d'augmentation de la cybercriminalité depuis la pandémie.

5,64 millions \$

coût moyen d'une cyberattaque au Canada (par rapport à la moyenne mondiale de 4,34 millions \$).

8,1 %

d'augmentation de la cybercriminalité dans le secteur du commerce électronique depuis l'année 2018.



Considérations essentielles pour l'implantation

Traitement sécurisé des paiements : utilisez des passerelles de paiement cryptées et conformez-vous aux exigences de la norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement (PCI DSS) pour garantir la sécurité des transactions en ligne.

Audits de sécurité réguliers : effectuez régulièrement des audits de sécurité et des évaluations des vulnérabilités afin d'identifier et de traiter de manière proactive les risques potentiels en matière de sécurité.

Formation des employés : formez votre personnel aux meilleures pratiques en matière de cybersécurité, incluant la gestion des mots de passe, la sensibilisation à l'hameçonnage et les procédures de traitement des données.

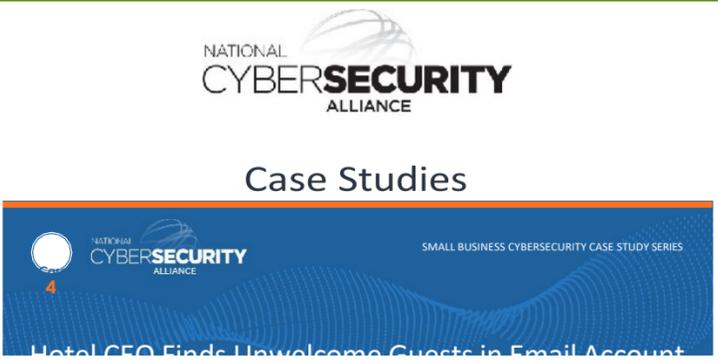
Assurance responsabilité cybernétique : protégez votre entreprise et obtenez de l'aide pour gérer les pertes liées à la cybercriminalité, telles qu'une violation des données, une cyberextorsion ou des perturbations technologiques. La plupart des polices d'assurance responsabilité civile des entreprises ne couvrent pas les cyberincidents. Investir dans une assurance responsabilité civile des entreprises peut donc aider à couvrir de nombreux coûts, notamment ceux liés à la représentation juridique, à la notification des parties concernées, à l'embauche d'une société chargée d'enquêter sur les causes de la violation et à la restauration des données endommagées ou corrompues.

Des ressources pour fortifier votre stratégie de cybersécurité

Formation en cybersécurité de la Digital Main Street : des cours en ligne gratuits, sur demande, qui fournissent une formation et des conseils pratiques pour le marketing de votre entreprise.

Mastercard's Trust Center est conçu pour différents niveaux de sensibilisation et d'adoption de la cybersécurité.

Kit de démarrage sur la cyberpréparation : cette trousse de démarrage gratuite sur la cyberpréparation contient les premières étapes essentielles pour protéger votre entreprise et ses employés.



NATIONAL CYBERSECURITY ALLIANCE

Case Studies

SMALL BUSINESS CYBERSECURITY CASE STUDY SERIES

4

Hotel CEO Finds Unwelcome Guests in Email Account

SCENARIO:
The CEO of a boutique hotel realized their business had become the victim of wire fraud when the bookkeeper began to receive insufficient fund notifications for regularly recurring bills. A review of the accounting records exposed a serious problem. At some point a few weeks before, the CEO had clicked on a link in an email that they thought was from the IRS. It wasn't. When they clicked the link and entered their credentials, the cyber criminals captured the CEO's login information, giving them full access to intimate business and personal details.

ATTACK:
Social engineering, phishing attack.
A phishing attack is a form of social engineering by which cyber criminals attempt to trick individuals by creating and sending fake emails that appear to be from an authentic source, such as a business or colleague. The email might ask you to confirm personal account information such as a password or prompt you to open a malicious attachment that infects your computer with malware.

[Lire ce cas et d'autres ici.](#)

Insurance BUSINESS

Un organisme à but non lucratif d'Edmonton intente une action en justice à la suite d'une escroquerie par hameçonnage
Une organisation a été piégée par un pirate informatique qui s'est fait passer pour un vendeur

[Lire l'article complet ici.](#)



Prochaines étapes



Maintenant que vous avez terminé votre évaluation et feuilleté ce guide, vous vous demandez probablement quelle est la prochaine étape?

[**POSTULER**](#)

Nous vous recommandons de jeter un œil à la bourse « **Grow Your Business Online** » du CDAP.

Obtenez jusqu'à **2 400 \$** pour mettre en place votre commerce en ligne.

Accédez à un réseau de **plus de 11 000 conseillers en commerce numérique**





**PRÉPARATION AU
NUMÉRIQUE**
MEMBRES DU COMITÉ CONSULTATIF

L'AITC est reconnaissante de pouvoir compter sur des professionnels aussi accomplis qui apportent une expérience, une expertise et une passion des plus riches, ce qui fait d'eux une partie intégrante du succès de notre organisation.

Le **Comité consultatif PRÊTS POUR LE NUMÉRIQUE** soutient l'AITC en offrant des possibilités d'éducation et de formation aux entreprises et organisations touristiques canadiennes afin qu'elles obtiennent la certification PRÊTS POUR LE NUMÉRIQUE.

Brenden Branscombe

Consultant en développement de l'industrie, Tourism Saskatchewan

Carol Alderdice

Président du conseil d'administration, Musée de l'aviation du Nouveau-Brunswick

Jessica Ng

Directrice, recherche et affaires gouvernementales, TIAO - Tourism Industry

Association of Ontario

Sushant Trivedi

Directrice générale, Fresh Tracks Canada

Tanya Bennett

Propriétaire, Vancouver Mysteries Inc.

Digital Main Street est un programme qui aide les entreprises de la rue principale à réaliser leur transformation numérique. Le programme s'articule autour d'une plateforme d'apprentissage en ligne, de programmes de formation structurés et de la Digital Service Squad, une équipe de membres qui aident les entreprises de la rue principale à se développer et à gérer leurs activités par le biais de la technologie.

Digital Main Street a été créé par la Toronto Association of Business Improvement Areas (TABIA) avec le soutien direct de la ville de Toronto. DMS est également soutenu par un groupe de partenaires commerciaux stratégiques, dont Mastercard, Google, Shopify, Microsoft, Facebook, Intuit, QuickBooks, Square et Lightspeed.

Le programme est mis en œuvre dans tout le Canada pour soutenir les petites entreprises grâce à l'appui des trois paliers de gouvernement. www.digitalmainstreet.ca



À propos de notre adhésion

Nous représentons :

- Des milliers de membres
- 1,8 million d'emplois canadiens qui dépendent du tourisme
- De petites entreprises, grandes entreprises jusqu'aux multinationales
- L'ensemble des secteurs du tourisme, incluant : aéroports, attraits, salles de concert, centres de congrès, boutiques hors taxes, festivals et événements, restaurants et services de restauration, arènes, transports, services de voyage, agences de voyage, organisations de marketing de destination et agences provinciales/territoriales, fournisseurs, médias de voyage et établissements d'enseignement.



**TOURISM
INDUSTRY
ASSOCIATION OF
CANADA**



NUMÉRISEZ POUR

**Devenir
membre!**

[EN SAVOIR PLUS](#)

Envie d'en savoir plus? **L'AITC est là pour vous aider.**

Veillez contacter :

Jennifer Taylor

Vice-présidente, Développement des affaires et relations
avec les membres

téléphone : 902 698-0984

courriel: jtaylor@tiac-aitc.ca