

2ND SEMINAIRE
DES MEMBRES DU
RESEAU SIT₃₄

Jeudi 13 décembre 2018

...*Tourin Soft*

ATELIER
SAISIE ET
QUALIFICATION DE
LA DONNÉE

QUALIFICATION DE LA DONNEE - INTRODUCTION

- SITI 34 fortement concurrencé certes mais un risque majeur reste la non qualité des données.
- des cibles intéressées par nos données : touristes, résidents, ré-utilisateurs Datatourisme, elles ont des attentes => qualité de la donnée = la finalité.
- Une ambition : être utile et reconnue par nos cibles pour la qualité de nos données
- Des objectifs qualité à ré-hausser, avant tout pour les offres prioritaires : l'offre "à voir/à faire", les hébergements en lien avec les grands itinéraires, Fêtes-manifestations + les adhérents OT
- Votre atelier aujourd'hui : plusieurs thèmes avec des problématiques variées (ex : pour les ouvertures accueil, problème de données absentes, pour les descriptifs, pb de qualité éditoriale) + résultats qualité données aujourd'hui + résultats attendus + comment améliorer.



LES TARIFS

QUALITÉ DES TARIFS

- ▶ Pourquoi c'est important (enjeux) : cela peut déclencher un acte de consommation.
- ▶ Saisir au moins 1 tarif de référence par type d'offre :



TARIFS DE RÉFÉRENCE

Hébergements locatifs Chambres d'hôtes	Nuitée par personne
Hébergements locatifs Meublés	Semaine
Hébergements collectifs	Tarif groupe ou Tarif par personne ou Gestion libre
Villages de vacances	Location 2/4 personnes par semaine ou Tarif chambre double
Hôtellerie	Nuitée chambre double ou Nuitée chambre double avec petit déjeuner
Résidences de tourisme	Appartement 2 pièces 4 personnes
Hôtellerie de plein air	2 adultes + 1 voiture + 1 emplacement par jour ou Location 2/4 personnes par semaine
Aires naturelles de camping	Emplacement nu par jour
Parc résidentiels de loisirs	Pas de tarif de référence, saisir au moins 1 tarif
Aires de service camping-cars	Tarif service
Aires de stationnement camping-cars	Tarif stationnement par nuit



TARIFS DE RÉFÉRENCE

Equipements de loisirs	Plein tarif ou Gratuité
Prestataires d'activités	Adulte plein tarif ou Tarif en fonction de la durée
Producteurs du terroir	Pas de tarif de référence, saisir au moins 1 tarif
Restauration	Menu adulte / Formule
Patrimoine naturel	Pas concerné
Patrimoine culturel	Plein tarif ou Gratuité
Fêtes et manifestations	Plein tarif ou Gratuité





QUALITÉ DES TARIFS

- Résultat sur les tarifs : 49% des offres ont au moins un tarif significatif, tous bordereaux confondus :



OFFRES AVEC AU MOINS UN TARIF MINIMUM SIGNIFICATIF

HOT (314)	249	79%
HPA (246)	169	69%
HCO (80)	58	73%
ACC (49)	27	55%
RETOU (110)	63	57%
VIL (23)	16	70%
HLO (7495)	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation
LOI (956)	147	15%
PA (964)	202	21%
PT (1354)	309	23%
RES (2105)	463	22%
PCU (419)	225	54%
TOTAL/MOYENNE	1 928	49%



QUALITÉ DES TARIFS

➤ On peut et il faut mieux faire :

Toutes les offres marchandes doivent avoir un tarif significatif et même plusieurs.

Aller vers une mise à jour par mois des tarifs pour les hébergements => par e.mailing automatique avec saisie directe (ou correction) des tarifs depuis le mail

➤ Voici quelques solutions pour trouver l'information :

- recherche sur les sites web ou sur la page Facebook du pro.
- phoning auprès des pros.
- collecte ADT mutualisé spécifique pour les tarifs, par e.mailing (questionnaire web qui permet la saisie des tarifs depuis le mail reçu).



LA GEOLOCALISATION

GEOLOCALISATION

Onglet "accès-localisation" - granule "Google maps" - 2 champs :
"Longitude" - "Latitude"

Enjeu : en particulier, la consultation en mobilité de l'offre autour de soi, très demandée par les ré-utilisateurs.

Résultats : des erreurs de géolocalisation mesurées sur nos musées par IGN (50 m à + 5 kms) => forte probabilité qu'il y ait des erreurs sur d'autres types d'offres.

Résultat attendu :

précision absolue

saisir en degrés décimaux : exemple 43,58308 et non Nord 43 ° 15'
43 ''



GEOLOCALISATION

► Solutions :

- Bien saisir l'adresse 1
- Contrôle manuel sur la carte (onglet "Google maps") et si besoin déplacer le point =>



GEOLOCALISATION

TOURINSOFT

LOILAR034V516ITM : ACCROISSABLE AVENTURE
Création : 24/06/2017 16:30 - Dernière modification : 17/04/2018 10:51

Altitude

GoogleMap

Rechercher une adresse

Plan Satellite

Le Pont du Diable, Puechabon, Saint-Jean-de-Fos, Arzane, Montpeyroux, Lagamas

Modification manuelle

Oui Non Non renseigné

Longitude: 3.57584909

Latitude: 43.6905116

Date: 24/06/2017

Activer Windows
Accédez aux paramètres de l'ordinateur pour activer Windows.

Complément accès localisation

Complément accès/localisation



Souvent l'offre est déjà symbolisée sur le fonds de carte, il suffit de placer le point rouge dessus.



GEOLOCALISATION

- ▶ Solutions si l'offre n'est pas symbolisée sur le fonds de carte :
 - Consultation de la géolocalisation sur site des pros



LES PERIODES ET HORAIRES D'OUVERTURE

OUVERTURE ACCUEIL

- ▶ Période (date début - date fin) + horaires par jour (lundi, mardi...)
- ▶ Enjeu : internet mobile et demande très forte des ré-utilisateurs datatourisme (ex : guide du routard)
- ▶ Résultats actuels :



OFFRES AVEC PÉRIODE D'OUVERTURE

HOT (314)	176	56 %
HPA (246)	177	72 %
HCO (80)	51	64 %
ACC (49)	28	57 %
RETOU (110)	67	61 %
VIL (23)	18	78 %
HLO (7495)	1504	20 %
LOI (956)	233	24 %
PA (964)	299	31 %
PT (1354)	525	39 %
RES (2105)	790	38 %
PCU (419)	150	36 %
MOYENNE/TOTAL	4018	48 %



OUVERTURE ACCUEIL

► **Résultats attendus :**

des périodes saisies dans toutes les offres (date début - date fin) sauf si accès libre comme les patrimoines naturels ou les itinéraires ou certaines fêtes-manifestations

Les 4 Champs horaires doivent être remplis pour chaque jour de la semaine

► **Erreur courante :** saisie des horaires sous forme de texte dans le champ "complément d'infos accueil" sans saisie des champs horaires



OUVERTURE ACCUEIL MAUVAISE PRATIQUE

TOURINSOFT

LOIAR34V5161TM - ACCROISSABLE AVENTURE
Création : 24/06/2017 16:30 - Dernière modification : 17/04/2018 16:51

Enregist... Enregistrer et quit...

Ouverture accueil

Masquer tout les champs

Date début	Date fin	Complément d'infos accueil
07/04/2018	04/11/2018	En avril, mai, juin, septembre et octobre : ouverture pendant les vacances scolaires et les weekend de 10h à 18h30. Possibilité d'accueillir des groupes (à partir de 20 personnes) en dehors de ces périodes d'ouverture. En juillet et août : ouvert tous les jours de 10h à 18h30.

2018

	Période 1	Période 2	Jours fermés
Horaires généraux	de [] à []	de [] à []	<input type="checkbox"/> Tout cocher
Lundi	de [] à []	de [] à []	<input type="checkbox"/>
Mardi	de [] à []	de [] à []	<input type="checkbox"/>
Mercredi	de [] à []	de [] à []	<input type="checkbox"/>
Jeudi	de [] à []	de [] à []	<input type="checkbox"/>

Appliquer à toute la semaine

Activer Windows
Appuyez sur les paramètres de l'ordinateur pour
activer Windows.

1

OUVERTURE ACCUEIL

► Solutions :

- recherche site web, facebook du pro
- phoning auprès des pros
- collecte ADT mutualisé spécifique tarif par e.mailing
(questionnaire web permet la saisie des tarifs depuis le mail reçu)





CONTACTS PUBLICS

tél, adresse mail, site web, page FB, Twitter...

Résultat attendu :

mail (collecte en ligne), tél, site web => plutôt de bons résultats
allers vers la saisie des url des pages FB

Solutions :

depuis le site web du pro, accès à FB...
recherche google=> "inurl:chateau de cassan"



LES MEDIAS

QUALITE DES MEDIAS (photos/vidéos)

- ▶ Enjeux => inciter à la consommation, séduire, donner envie, mettre en valeur, rassurer le client ⇒ référencement par Google, notoriété, meilleure qualification de l'offre d'où l'importance d'avoir des visuels attractifs
- ▶ Constat photos => Pour la plupart, les offres ont au moins une photo, mais pas suffisamment par offre, et pas toujours avec la qualité éditoriale attendue
- ▶ Saisie du "crédit photos" => © année + personne physique => donc collecte obligatoire du nom de l'auteur (encore beaucoup trop de saisie avec le nom de l'OT ou le nom de l'établissement)
- ▶ Contrat cession des droits prestataires vers OT / CGU
- ▶ Constat vidéos => Données Url quasiment absentes



QUALITE DES MEDIAS (photos)



► **Qualité attendue photos => Mise en valeur d'un produit touristique**

=> Faire ressortir les informations importantes tout en ajoutant une touche émotionnelle



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS



QUALITE DES MEDIAS (photos/vidéos)



- Qualité attendue vidéos => Url pro sur Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=YHty7cy51ls>

- Solutions

- Ne pas accepter des photos de médiocre qualité technique et/ou peu valorisantes
- OT produit lui-même des photos (fonction de “reporter de territoire”)
- Co-financement Région pour reportage photos par un professionnel ([PDF SDF](#))
- Url vidéos : collecte sur les plateformes spécialisées (lien = pas de problème de droit)



LE DESCRIPTIF

QUALITÉ ÉDITORIALE DU DESCRIPTIF

Descriptif : “général” et “synthétique” (pour e.brochure)

enjeux : donner envie de consommer

résultat :

Meublés/chambres d'Hôtes : 2128 offres sans descriptif, surtout pour les meublés (pour les chambres d'hôtes 74 sans descriptifs sur 874 soit 9 % et pour les meublés 2062 sans descriptifs sur 6641 soit 31%), soit trop centré sur les équipements/services..., soit trop sur l'ambiance et ce qu'il y a autour et pas assez sur la location en elle-même sans parler de tous les équipements.

LOI 553 offres sans descriptifs

qualité éditoriale à améliorer
résultat attendu, 3 exemples :



QUALITE EDITORIALE DU DESCRIPTIF

PRESTATAIRES D'ACTIVITES

SPORTS NATURE 34 – CERS

Venez découvrir, dans la convivialité, les plus beaux sites touristiques de la région, par les sentiers ombragés, en vous initiant à la Marche Nordique (marche active avec bâtons, qui fait travailler en douceur 80% des muscles). 1h30 de découverte, en pleine nature, pour admirer les plus beaux panoramas, avec un animateur diplômé. Nous organisons aussi, au départ de Béziers, ou de votre lieu de vacances des randonnées pédestres tous niveaux et des sorties raquettes à neige. Initiation à la lecture de cartes, orientation. Initiation marche nordique, accompagnement randonnées pédestres, sorties raquettes à neige.

PRODUCTEURS DU TERROIR

CHATEAU CASTIGNO – ASSIGNAN (cave particulière)

Dans un vignoble qui semble avoir été posé là comme un jardin de l'antiquité, avec ses murs de pierres, ses vignes torturées... retrouvez l'expression du temps passé et l'histoire d'un terroir. Un terroir qui s'inscrit dans l'appellation Saint-Chinian auquel Marc Verstraete, viticulteur est très attaché. A Assignan découvrez ce domaine unique, un lieu vrai sur lequel trône également le Village Castigno. Le vignoble de Castigno, labellisé vignobles et découvertes respire dans un micro-climat très singulier, entre bois et roches, entre chênes truffiers et garrigue dense. Au sein de cette nature sauvage et préservée, la vigne puise son concentré aromatique, sa spécificité, sa richesse. Tantôt elle se défend contre la violence des vents et des pluies ravageuses, contre le froid ou la chaleur de plomb, tantôt elle bénéficie de la sérénité méditerranéenne, et ce combat lui donne tout son caractère.

QUALITE EDITORIALE DU DESCRIPTIF

LOCATION DE VACANCES

Ouvert en 2011, Farigoule est notre premier essai de fusion en termes de déco: on garde le caractère rustique du hameau tout en introduisant certains éléments design et en introduisant la couleur dans les chambres! Extrêmement charmant, rustique et moderne à la fois donc, confortable, totalement équipé, il est aussi... la fusion de deux maisons du hameau pour proposer trois belles chambres, deux salles de bain (et WC), un grand séjour, une belle cuisine. Deux cheminées s'ajoutent encore au charme de l'endroit. Son jardin est ombragé par un grand noyer.



QUALITE EDITORIALE DES DESCRIPTIFS

Critère 1 Qualité rédactionnelle

Niveau 1	pas de descriptif
Niveau 2	expression passe partout vocabulaire du quotidien (limité), idées sans ordre logique fautes de grammaire, de syntaxe, d'orthographe
Niveau 3	contenu structuré, vocabulaire recherché
Niveau 4	idem 3 + Rédaction professionnelle (journaliste)

Critère 2 : attractivité du contenu

Niveau 1	pas de descriptif
Niveau 2	texte très court ou blabla sans intérêt, ou description reprenant des éléments saisis par ailleurs ou descriptif qu'on voit partout ou qui pourrait s'appliquer à plein d'autres offres de même type
Niveau 3	offre est contextualisée présentation des points forts, preuve, bénéfice client
Niveau 4	On comprend ce qui fait l'identité de cette offre, sa singularité. récit expérientiel, les émotions à vivre sont suggérées.



QUALITE EDITORIALE DU DESCRIPTIF

Comment faire si le prestataire touristique ne fournit pas un descriptif de qualité :

- L'OT produit un descriptif et lui propose pour validation
- l'OT peut s'appuyer sur les avis clients pour choisir des mots clés et identifier les points forts. Si possible l'OT visite le lieu ou teste le produit et échange avec le professionnel pour identifier ce qui a séduit les clients.
- L'OT peut s'appuyer sur le contenu du site du prestataire mais pas de copier-coller
- L'OT conseille aux prestataires de faire rédiger son descriptif par un professionnel (journaliste), Prestation payante, éventuellement, trouver des co-financements
- L'OT suit une formation rédaction web si besoin.



FETES - MANIFESTATIONS

QUALITE DES DONNEES : LES FÊTES ET MANIFESTATIONS

► **Enjeux** : très fort, contenu très demandé (presse locale, presse quotidienne régionale, Datatourisme, etc...), peu de concurrence à notre réseau.

► **Résultats actuels** :

- Beaucoup de manifestations recensées : plus de 12 000 en 2018. Super !
- Descriptif souvent trop succinct et peu attractif.
- Horaires pas souvent saisis dans les champs "Horaires" mais uniquement dans le champ "complément ouverture" et même parfois dans le descriptif.



QUALITE DES DONNEES : LES FÊTES ET MANIFESTATIONS

► Résultats attendus :

- Manifestations récurrentes avec plusieurs dates : si plus de trois dates, faire une fiche par date (duplication) sauf pour les marchés annuels (une seule fiche du 1er janv au 31/12)
- Saisie des types, catégories et thèmes (utile notamment pour les agendas thématiques et e-brochure FMA) : ne saisir que le critère prépondérant (ex : un marché n'est pas un rassemblement)



QUALITE DES DONNEES : LES FÊTES ET MANIFESTATIONS

- **Importance de saisie du champ “Évènement national/multi-régional/départemental” :**

Il permet de créer des agendas ou des liens sur un site regroupant toutes les manifestations héraultaises d'un événement national. Ex : Journées du patrimoine, 14 juillet, etc...)

► **Solutions pour améliorer :**

- Pour les manifestations drainant un public autre que local, en cas d'absence d'information, contacter l'organisateur pour pouvoir rédiger un descriptif attractif et singulier (même court).
- Saisie à déléguer par les OT aux “gros organisateurs” (VIT) sur chaque territoire : formation et accompagnement nécessaires (ex : OT Cap d'Agde Méditerranée)



FETES-MANIFESTATIONS

Quelques exemples de FMA bien saisies :

[LA NOCTURNE DE NOËL - Montpellier](#)

[CASSE-CROÛTE VIGNERON AU DOMAINE DES CONQUÊTES - Aniane](#) (sauf les horaires)

Avec vidéo :

[SOIREE BASS PRESSURE - St Jean de Védas](#)

Avec document pdf :

[REVEILLON ST SYLVESTRE ZINGA ZANGA](#)



Associer les organisateurs dans la saisie des données

Site Oenotour et agenda



A CHAQUE SUPPORT SON CONTENU

1- Atteindre la cible et mutualiser :

Trouver un compromis entre les champs automatisés et la saisie personnalisée

2- Diffuser de l'info vérifiée :

Nécessité d'associer des contributeurs dans la saisie des données



OENOTOUR

DOMAINE HAUT LIROU

Informations Liaisons

Identifiant TOURINSOFT DEGLAR034FS001DE

Titre DOMAINE HAUT LIROU

En ligne Oui Non

Destination Pic Saint-Loup Cévennes

Visuel CMS Aucun fichier choisi

Diaporama photo (Tourinsoft)



   

Diaporama CMS [Ajouter](#)

Description Tourinsoft
Situé à Saint-Jean-de-Cuculles, sur le versant sud du Pic Saint-Loup, le Domaine Haut Lirou est l'un des derniers vignobles historique de l'appellation. A sa tête, Mireille et Henri-Pierre Rambier sont deux frères d'une longue lignée de vigneron. La famille est en effet installée sur ce magnifique terroir depuis plus de cinq générations. Aujourd'hui les 110 hectares de vigne y sont choyés. La vendange est effectuée à la main et en cagettes afin de préserver le raisin. La vinification quant à elle s'effectue cépage par cépage, clos par clos. Un travail d'orfèvre régulièrement mis à l'honneur !

Description CMS

Styles





Site web développé grâce aux données collectées via Tourinsoft

AGENDA OENOTOUR



- Importance des photos
- Fiabilité des informations
- Saisir localisée déterminante
- L'utilisation mutualisée demande de mettre en place des filtres. C'est la saisie optimisée qui permettra de mieux diffusée

