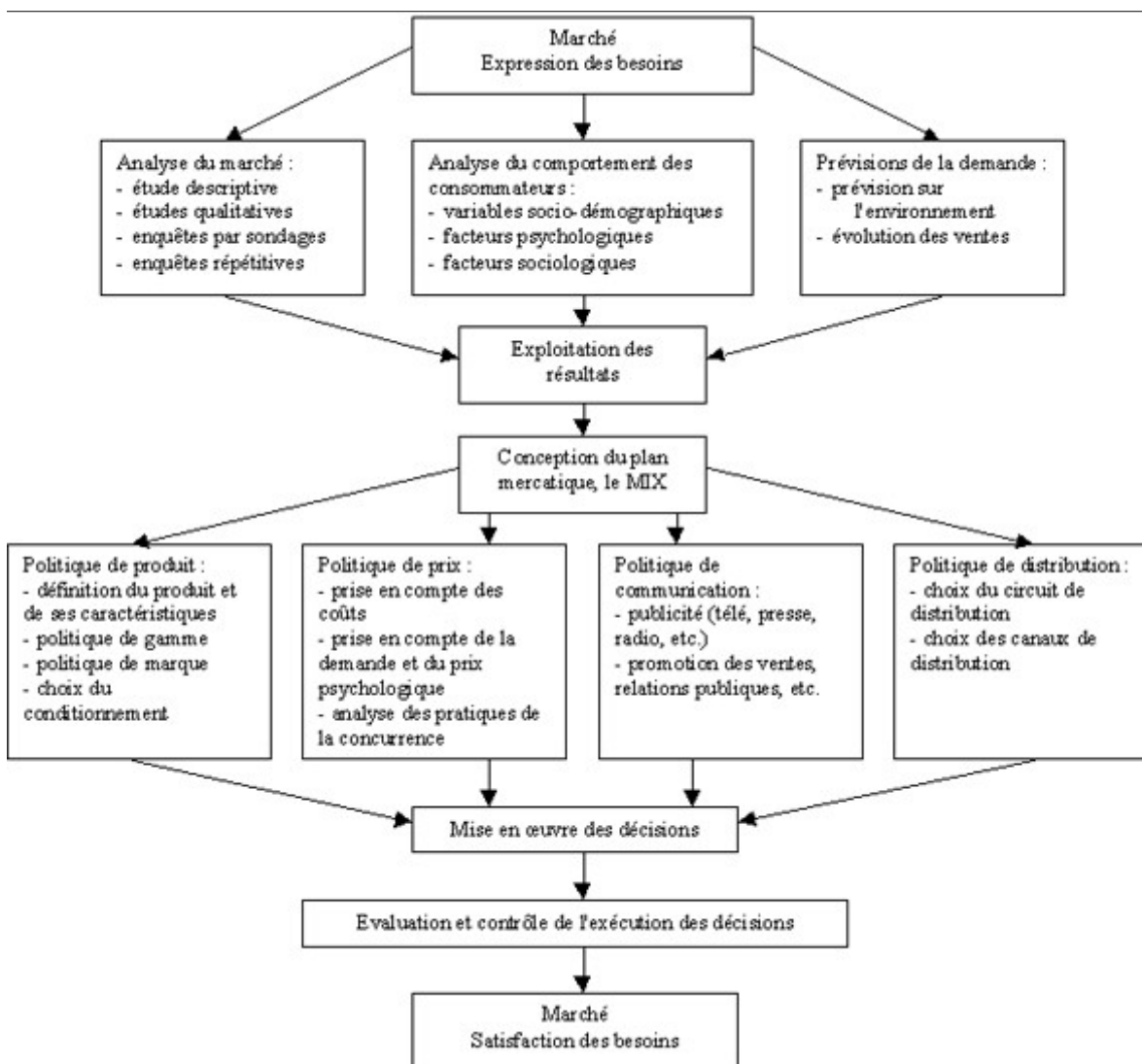


# Le produit touristique

## Procédure de conception du produit



## I. Première partie : La notion de produit touristique

### a. Rappels des concepts de base de la mercatique

La prise en compte et l'analyse des éléments entourant un PROBLEME MERCATIQUE, analyse d'un marché, son offre, sa demande et son environnement. Nous avons appris à segmenter et faire des recherches d'informations et notamment en utilisant les enquêtes. Cette première étape était donc consacrée à la REFLEXION et la CONCEPTUALISATION. Les chapitres qui vont suivre vont s'attacher à nous fournir des outils OPERATIONNELS, pour répondre au marché. C'est la partie technique, la MISE

EN PLACE TECHNIQUES sur le marché des réflexions et décisions prises dans les premiers chapitres. Ainsi nous allons maintenant fabriquer le produit (le service ou la prestation) comme nous l'avions imaginé, lui appliquer un prix, le distribuer et le communiquer. C'est ce que l'on appelle le MIX-MERCATIQUE ou LE MARCHEAGE.

STRAGETIE ou  
POLITIQUE PRODUIT

STRAGETIE ou  
POLITIQUE PRIX

STRAGETIE ou  
POLITIQUE  
DISTRIBUTION

STRAGETIE ou  
POLITIQUE  
COMMUNICATION

## b. Les produits touristiques

Depuis bien longtemps, les professionnels du tourisme utilisent le concept de « PRODUIT TOURISTIQUE » pour désigner leur offre. Ce concept regroupe un ensemble de productions pourtant bien différentes. Un produit touristique peut être :

Exemples de produits touristiques

**PRODUITS TOURISTIQUES**  
un week-end à Tozeur  
une randonnée dans les montagnes de Tabarka  
Pèlerinage à la Mecque  
Une station balnéaire (Thaïlande)  
Le musée du Louvre  
Une nuit d'hôtel à Londres  
La location d'un bateau sur le Nile

**OFFRES PROFESSIONNELLES**  
organisé et vendu par une agence de voyages  
proposée par un gîte rural  
proposé par l'organisme d'état chargé de la promotion (ex : Ministère des affaires religieuses)  
proposé par un T.O.  
proposé et géré par une Société d'Economie Mixte  
proposé par un hôtelier  
proposé par un loueur de bateau

A la lecture du tableau ci-dessus, le produit touristique désigne des services uniques (une nuit d'hôtel) ou un ensemble de prestations assemblées (un week-end avion, hôtel restaurant et golf) offerts à une clientèle pour la satisfaire. Pour tenter de définir maintenant un produit touristique, il faut étudier sa structure et considérer, ensuite, les différents éléments qui le composent.

## c. La structure des produits touristiques

En réalité, on vient de le voir, les produits touristiques sont des services. Cependant, il convient de déterminer leur structure à l'aide des trois niveaux de concepts auxquels se rattachent les produits touristiques. Le premier des trois concepts - et le plus fondamental - est **le produit central**. C'est le noyau de l'offre faite au client. Le produit central est la représentation concrétisable d'une idée, d'un désir ou d'une pratique. C'est l'avantage essentiel que le client peut retirer d'un service. Au fond, cela revient à répondre favorablement à ce que le client désire véritablement. La commercialisation porte sur les **avantages** et non pas les caractéristiques du produit. Exemples : la station thermale de Hammam Bourguiba, la station de Ski d'Innsbruck, le rallye pédestre de 21 jours dans le Cachemire, la croisière sur le Club Med 2 sont des produits centraux. Le **produit global** est le second concept. C'est le produit comprenant toutes ses **caractéristiques** tel qu'il apparaît aux yeux du client. Le produit global est le produit commercialisable, c'est à dire l'offre de service telle que la reconnaît le client. Exemple : Monsieur PAN achète un billet d'avion en agence à 12 heures pour un vol Paris - Toulouse à 18 heures. Le produit central est le transport aérien, le produit global est l'ensemble des caractéristiques du produit, les

horaires, le billet, la porte d'embarquement, la classe de voyage. Les caractéristiques du VVF de Groix (doc 1) représentent le produit global. Le troisième niveau de conception du produit touristique est le **produit élargi ou périphérique**. C'est le produit qui incorpore d'autres éléments ou services pour personnaliser l'offre faite au client. Un séjour en Iran avec le Tour Opérateur CLIO est commenté par des guides professionnels qui s'adressent à la clientèle avec un discours soutenu en histoire de l'art. L'image, les bénéfices psychologiques, la distinction par le bon goût ou le luxe sont des éléments qui permettent à un produit de satisfaire une clientèle particulière. Un produit élargi peut incorporer d'autres services comme, par exemples Singapour Airlines met à disposition de ses clients un hôtel lorsque les escales sont de plus de 12 heures.

#### d. Les éléments de base et particuliers des produits touristiques

Le concept de produit élargi a mis en évidence la diversité des éléments ou services qui composent les produits touristiques. Ces derniers possèdent comme particularité, d'être étroitement liés à des productions de services plus ou moins intégrées. Les éléments de base des produits touristiques qui permettent les différents niveaux d'intégration sont :

LE TRANSPORT	<b>T</b>
L'HEBERGEMENT	<b>H</b>
LA RESTAURATION	<b>R</b>
L'ANIMATION LOISIRS	<b>AL</b>
LES AUTRES SERVICES (assurance, livret voyage, transfert, etc.)	<b>AS</b>

En additionnant, ou non, ces éléments qui renvoient au fondement de la pratique touristique, on obtient alors **les produits secs, combinés ou intégrés** : **Les produits touristiques secs** sont ceux qui ont pour objet exclusivement l'un ou l'autre des éléments de base. Il existe une infinité de produits touristiques secs.

<b>Combinaisons</b>	<b>Exemples de Produits touristiques secs</b>
<b>T</b>	Billet d'avion Paris - Bruxelles, Billet traversée de la Manche en bateau
<b>H</b>	Nuit d'hôtel deux étoiles, nuit d'hôtel quatre étoiles, nuit en gîte d'étape
<b>R</b>	Repas gastronomique
<b>AL</b>	Stage de Voile, apprendre à faire des fromages, visite d'un écomusée
<b>AS</b>	Réservation en agence de voyage,

**Les produits combinés** sont des produits secs auxquels on ajoute, de façon complémentaire, un ou plusieurs autres éléments afin de satisfaire la clientèle et lui faciliter sa démarche.

<b>Combinaisons</b>	<b>Exemples de Produits touristiques combinés</b>
<b>T + AS</b>	Billet T.G.V. + Réservation
<b>H + R</b>	Nuit en chambre d'Hôte + Déjeuner
<b>T + H</b>	Billet P&O traversée Calais Douvres Hôtel Londres, Train Couchette
<b>AL + H</b>	Musée + nuit hôtel, VTT + gîte
<b>AL + R</b>	Une journée au ClubMed

**Les produits intégrés ou à forfait** sont aujourd'hui les produits les plus répandus. C'est la formule « *package* » ou « *tout compris* ». La presque totalité des éléments de base sont présents dans les produits à forfaits.

Combinaisons	Exemples de Produits touristiques intégrés ou à forfait
AL + R + H	Week End Vieilles Voiles (Nioulargue) à Saint Tropez
T+R+AL	Une journée à Disneyland (SNCF A/R, Entrée, Déjeuner)
T+H+R+AL+AS	USA OUEST, 12 jours, Avion, Hôtels, Restaurants, Visites parcs à thème et naturel, Guide francophone

Les produits à forfait sont devenus avec le temps beaucoup plus souples. Les professionnels laissent aujourd'hui le client combiner « *à la carte* » les éléments de base de son séjour selon ses souhaits et ses objectifs. Le client peut choisir le degré de confort de son hôtel et de son transport. Il peut également choisir sa formule de restauration (complète ou demi pension) comme le niveau des activités de loisirs qu'il souhaite pratiquer (surf débutant ou confirmé). Cependant, nous pouvons dégager des éléments particuliers aux produits touristiques. La combinaison des éléments du produit touristique (transport, hôtellerie, etc.) ne suffisent pas à la réalisation d'une production de services touristiques. Les produits touristiques comportent d'autres éléments plus particuliers aux modèles et formes de tourisme pensés, souhaités et pratiqués par les touristes. **Le thème ou l'objet** du voyage est très important. Le voyage de noces à l'île Maurice, le safari photo au Kenya, la découverte du Metropolitan Muséum de New York, les bains de mer à la Baule ou la cure thermale à Amélie les Bains sont autant de thèmes et d'objets qui fondent l'essence d'un produit touristique. Le motif est donc essentiel. C'est en le découvrant et en le prenant en compte que l'agent de voyage pourra satisfaire pleinement son client.

**Le site** touristique fréquenté, comme la côte de Vénétie, le site culturel, comme le centre G.Pompidou, le site historique, comme Berlin, ou celui du recueillement et de l'émotion à Verdun, le « *dernier site* » non fréquenté par les touristes, le site des grottes de Lascaux, le site de la vallée du Mont Blanc et le Canal du Midi sont des exemples de l'importance de cet élément dans la composition des produits touristiques. Le site est en réalité très souvent à l'origine du thème du produit touristique.

**Les conditions climatiques** sont l'un des éléments qui rentrent dans la conception et la réalisation d'un produit touristique. Si les seniors partent aujourd'hui plus que les autres catégories d'actif en basse et moyenne saison, c'est parce qu'ils combinent les avantages pécuniers avec une moindre pression touristique et surtout des conditions climatiques d'arrière saison très convenables.

**L'image et l'imaginaire collectif** pour une destination, un motif de séjour particulier sont des éléments très importants du produit touristique. Longtemps laissé aux foules « vulgaires », la station de Megève retrouve un peu de son image d'antan avec les courses de Horse-Ski pratiquées comme le polo sur neige pour et par une élite. L'imaginaire collectif, c'est par exemple les vacances en Provence, l'image, c'est celle d'un apéritif sous un platane sans mistral. L'imaginaire collectif, c'est encore le désert rouge d'Australie avec une tribu aborigène plantée sous un arbre, l'image, c'est le boomerang. Ces éléments sont en fait la médiation entre la représentation mentale et le raccourci auquel le touriste et l'offreur de produits se livrent lorsque l'un demande des informations et l'autre crée des brochures. Il existe bien d'autres

éléments que les années d'expérience permettront de préciser et de catégoriser. Citons pêle-mêle, le niveau des infrastructures de transport (aéroport, autoroute), ou d'accueil (Agences réceptives), le niveau des équipements de loisirs (base nautique, plage, piste, tennis) ainsi que l'animation continue (club et village de vacances) ou événementielle (festival).qui jouent un rôle sur la programmation et la qualité d'un produit touristique.

#### e. Les spécificités des produits touristiques

Un constat s'impose, les produits touristiques représentent un ensemble hétérogène et hétéroclite de productions de la part des professionnels du tourisme. Cependant, quelque soit la structure ou les éléments qui composent le produit touristique, il est possible d'en dégager communément un ensemble de spécificités.

- 1- **L'intangibilité** La première spécificité des produits touristiques est leur **intangibilité**. A l'inverse d'un produit industriel manufacturé, la voiture par exemple, le produit touristique n'est pas palpable. Il se réalise et prend forme exclusivement lors de sa consommation par le client. Cette notion d'intangibilité suggère la recherche constante d'un standard de production du service. Si un client se présente dans deux agences de voyages d'une même enseigne pour acheter un même voyage à Venise au printemps, elles ne lui fourniront jamais la même prestation même si elles y tendent fortement. Le professionnel à la vente, comme le fabricant du produit, doit s'imposer et respecter un cahier des charges pour que la production de son service soit le plus standard possible. Par ailleurs, il est difficile pour les professionnels d'identifier et de contrôler la qualité d'un produit avant qu'il ne soit réalisé, et il est tout aussi difficile de connaître les critères d'évaluation de la qualité pour chaque client sachant qu'il peut lui même en changer. Au début des années soixante, les Baléares étaient considérées comme la destination des clientèles européennes à hauts revenus. Ces clientèles ont migré vers d'autres destinations lorsque de nouvelles clientèles ont pu partir pour les Baléares.
  - 2- **La variabilité** La seconde spécificité des produits touristiques est leur **variabilité**. Non seulement les produits touristiques sont hétérogènes entre eux, mais un même produit peut l'être lorsqu'il est vendu plusieurs fois. Exemple : un forfait Week End à Nice au mois de mai peut être vendu à une personne deux années de suite et être totalement différent dans son contenu. Le mauvais temps, un mauvais accueil à l'hôtel, une chambre d'hôtel très confortable ou un guide de musée excellent sont des éléments qui peuvent rendre ce produit touristique différent. Un nombre considérable d'éléments et facteurs rendent les produits touristiques variables dans la production et dans le temps.
  - 3- **L'inséparabilité** La troisième spécificité des produits touristiques est leur **inséparabilité**. Les différentes prestations d'un produit touristique ne se réalisent que lorsque le client les consomme les unes après les autres. La qualité d'un produit touristique dépend de l'exécution de chaque prestation et de leur cohérence.
  - 4- **La saisonnalité** La quatrième spécificité des produits touristiques est leur **saisonnalité**. Les produits touristiques ne sont pas stockables. Ils dépendent fortement de l'environnement géographique, climatique, et de la période à laquelle ils sont proposés. Les coûts et les prix des services varient fortement en fonction de la saisonnalité. Cette notion temporelle affecte les produits touristiques dans leur durée de vie. Ainsi, une manifestation programmée à date fixe, une chambre d'hôtel réservée par un tour opérateur sont des valeurs services perdues si les clients ne les achètent pas. Inversement, on note très souvent, pour une même place de bateau ou d'avion plusieurs personnes enregistrées, c'est le « surbooking » dû en partie, au problème de la saisonnalité des produits touristiques. Les professionnels préfèrent être surs que leur prestation sera achetée.
- f. Fiche méthodologie, analyser et décortiquer un produit touristique

Reconnaître la structure, les éléments et les spécificités d'un produit touristique permet à l'agent de comptoir et au forfaitiste de mener à bien une vente ou une action mercatique auprès du client. Il est possible en utilisant la fiche ci - dessous de reconnaître et de déterminer les composantes d'un produit touristique. Il faut pour cela se poser les questions suivantes :

- |   |   |                                   |
|---|---|-----------------------------------|
| 1 | QUEL EST LE PRODUIT                     | CENTRAL ?<br>GLOBAL ?<br>ELARGI ? |
| 2 | QUELS SONT LES ELEMENTS<br>DE BASE      | T, H, R, AL, AS                   |
| 3 | S'AGIT-IL D'UN PRODUIT                  | SEC ?<br>COMBINE ?<br>INTEGRE ?   |
| 4 | QUELS SONT LES ELEMENTS<br>PARTICULIERS | THEME, SITE<br><br>ETC.           |

#### Exercices et TP

Complétez la fiche de méthodologie ci-dessous en analysant le forfait Tamadi de la page suivante.

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| QUEL EST LE<br>PRODUIT                     | CENTRAL ?<br><br>GLOBAL ?<br>ELARGI ? |
| QUELS SONT LES<br>ELEMENTS DE<br>BASE      | T, H, R, AL, AS                       |
| S'AGIT-IL D'UN<br>PRODUIT                  | SEC ?<br><br>COMBINE ?<br>INTEGRE ?   |
| QUELS SONT LES<br>ELEMENTS<br>PARTICULIERS | THEME, SITE, ETC.                     |



# « déBROUSSE en FAMILLE »

**TAMADI**  
des voyages solidaires en milieu rural  
CIRCUIT 15 JOURS

Plusieurs familles avec de jeunes enfants ont manifesté leur intérêt pour découvrir le Mali « à la façon Tamadi », proche des gens, de leur quotidien, de leurs préoccupations, de leur environnement. Pour répondre à cette demande, nous avons construit avec l'AOPP un circuit, plus lent, plus paisible, qui diminue le nombre de déplacements et s'installe plus longuement dans les villages afin de laisser à tous, petits et grands, plus de temps pour des rencontres en douceur !

**☉ Jour 1**  
Arrivée en soirée à Bamako, nuit à l'hôtel.

Le bogolan est une étoffe en coton utilisée dans l'habillement traditionnel. Le bogolan est teinté puis décoré avec des décoctions à base d'argile et de plantes.

**Circuit spécial famille :** Ce circuit répond plus particulièrement à la demande de familles voyageant avec des enfants de 8 à 12 ans car il réduit les déplacements et ne s'éloigne pas trop des axes routiers ou fluviaux qui mènent à Ségou. Les séjours dans les villages sont prolongés afin de permettre aux enfants (et aux parents) de nouer des liens.

**☉ Jour 2**  
Présentation du séjour, change. Départ en car pour Niono. Nuit chez l'habitant.

Certains appellent cette région le grenier à riz du Mali. Dans le Delta intérieur du fleuve Niger, 75 000 ha de cultures irriguées où la maîtrise de l'eau est assurée par le barrage de Markala et une multitude de canaux, drains, vannes,...

**☉ Jours 10**  
Découverte de la ville de Ségou. Dans l'après-midi, traversée du Niger en pinasse collective et randonnée en charrette pour se rendre à Kalabougou. Nuit chez l'habitant.

Ancienne capitale du royaume Bambara, Ségou est aujourd'hui la deuxième ville du Pays. Bâtie le long du fleuve Niger, Ségou est une ville calme et reposante. La couleur rouge brique du banco utilisé pour crépir certaines maisons lui confère un charme particulier.

**Réduction famille :** A partir de 5 personnes d'une même famille effectuant ce circuit, une réduction de 50 % sera accordée au plus jeune membre de la famille.

**☉ Jours 3 à 5**  
En matinée visite de Niono. Départ dans l'après-midi pour Bakay-Were (petit village de brousse). Vous pourrez y découvrir la vie du village et les activités quotidiennes de vos hôtes, partir à la rencontre d'un campement Peulh tout proche ou vous balader le long des canaux. Nuits en bivouac.

**☉ Jours 11 à 13**  
Découverte des activités du village, randonnées autour du village, visite des ateliers de poteries des femmes de Kalabougou. Possibilité de réaliser des objets qui seront « brûlés » avec la production de la semaine. Soirées avec les membres de l'OP. Nuits chez l'habitant.

Au village de Kalabougou, chez les forgerons, l'art de la poterie se transmet de mère en fille depuis des générations. Leurs productions sont les plus réputées du Mali.

**Conseils :** Le Mali n'est pas une destination facile, les conditions de voyages sont très éloignées des repères habituels des enfants (confort, culture, hygiène, accès aux soins,...) la préparation au voyage est donc importante ainsi que la prévention santé.

**☉ Jour 6**  
Découverte de la zone rizicole et visite d'un village au cœur de celle-ci. Déplacement en minibus vers le Macina, nuit chez l'habitant. Macina se situe au bord du fleuve Niger. Vous serez accueillis par les membres de la coopérative des agro-pisciculteurs.

**☉ Jours 14**  
Départ pour Ségou avec les pinasses qui se rendent au marché hebdomadaire. Visite du marché de Ségou. Départ dans l'après-midi pour Bamako. Nuit à l'hôtel.

**Nos prix comprennent :** l'encadrement par un accompagnateur malien francophone, les transferts aéroport, les transferts (transports publics) en car, mini-bus, taxi-brousse, pinasse, les repas, les nuitées (en chambre double) chez l'habitant, à l'hôtel, en bivouac ou sous tente, une assurance assistance-rapatriement MAIF.

**☉ Jour 7**  
En matinée, ravitaillement au marché de Macina en prévision du voyage sur le Niger. En fin de matinée, départ de la randonnée en pinasse vers Ségou. Bivouac sur les rives du fleuve vers Markala. Le Niger arrose le Mali sur 1700 km. Toutes les villes du Mali (sauf Sikasso et Kayes) ainsi que soixante-quinze pour cent de la population malienne sont concentrés dans les régions que traverse le fleuve.

**☉ Jour 15**  
Journée libre à Bamako, découverte de la ville, du musée national, des marchés,... Transfert en soirée à l'aéroport.

**Ne sont pas compris :** les boissons, l'eau minérale - les frais du J15 : repas du midi, les déplacements et les entrées payantes - l'assurance annulation/interruption.

**☉ Jour 8**  
Fin de la balade en pinasse et arrivée à Ségou. Possibilité de rencontres avec des Bozos et découverte de leurs activités liées à la pêche. Nuit en famille.



**Condition physique :** pas de difficulté majeure. Vous n'aurez pas à transporter vos bagages et lors des randonnées, vous pourrez vous reposer dans la charrette si vous le souhaitez.

**NB :** Ce circuit peut s'effectuer en sens inverse et pour des raisons climatiques ou organisationnelles voir ses étapes modifiées.

**☉ Jour 9**  
Visite d'un atelier de bogolan et possibilité de participer à une initiation. Nuit en famille.

## Exemples des produits touristiques

### 1) Le produit congrès

- Il est vendu sous forme de forfait généralement.
  - Les hôtels sont toujours de bonne qualité.
  - En demi-pension.
  - Le transport est quasiment toujours en avion.
  - Il faut trouver sa clientèle en prospectant via le marketing direct.
- Le séminaire est réservé aux employés d'une même entreprise.

L'hôtel doit :

- Être confortable et vaste.
- Avoir une salle de travail comprise dans l'hôtel ou de conférence.
- Organiser des pauses café brunch.
- Proposer des activités sportives.

### 2) L'organisation de soirée

- Il faut trouver un lieu ou une salle. (bateau ou château)
- Il faut trouver un thème.

Le choix du traiteur est très important et déterminant pour la soirée.

### 3) Le produit croisière

Le produit croisière est détenu par Costa et MSC essentiellement.

- C'est un produit de luxe
- La moyenne d'âge est de 60 ans
- Prix moyen 1200 euros
- Durée 8 jours environ

C'est une nouvelle clientèle : voyage de noce

- Les lieux des croisières sont les caraïbes, la Méditerranée ou les pays nordiques, la scandinavie.
  - Un bateau contient 3780 personnes environ.
  - L'argument : c'est hôtel club itinérant
- Prix de la croisière selon la cabine varie de 1 à 10  
Il y a toujours de l'animation à bord (sport, gym, piscine, tennis, spectacle, cinéma)  
On navigue de nuit car les escales sont le jour.  
Les boissons ne sont pas comprises généralement.

### 4) La location de voiture

Prix moyen semaine environ 500 euros  
Les premiers clients sont des hommes d'affaire.

### 5) Le produit événements sportifs

match de foot, de rugby, Carnaval Festival concert exposition anniversaire bicentenaire

### 6) Voyage seniors 3eme âge + 60 ans

C'est une clientèle très mobile et majorité à but culturel.  
Il y a beaucoup de femme.  
Le repas est très important  
Souvent long séjours pour les seniors TO pendant les périodes creuses



Il faut aménager l'animation  
Il se couche très tôt.

#### 7) Le produit hôtel club

- Transport (souvent inclus)
- Hébergement (inclus)
- Animation sportive (inclus)
- Tous les TO font hôtel club

Les différents hotels club chez les TO

Jet tours : Eldorado  
Look voyage : Lookea  
Nouvelle frontière : Paladiens  
Fram : Framissima

#### 8) Le produit circuit

- Pour les seniors 8 a 10 jours sauf chine et usa, il faut un circuit un peu plus long
- Si le circuit est bien conçu 3 stops hôtel
- C'est un produit en perte de vitesse, très fatiguant
- Le plus important ce sont les excursions culturelles

Meilleurs TO c'est Kuoni

3 destinations circuit les plus vendus

- Grèce
- Egypte
- Italie

#### 9) Le produit court séjours

- Week end jusqu'à 5 jours
- Londres 1ere destination
- Amsterdam
- Prague, Vienne, Budapest, Moscou, Saint Petersburg, Madrid, Athènes, Rome, Venise et Florence
- Toujours le transport
- hébergement avec petit déjeuner seulement le plus souvent

Clientèle jeune donc 30 50 ans

#### 10) Le tourisme vert

- Très apprécié en France
- C'est d'abord un tourisme familial
- Sport et nature beaucoup de VTT
- Vacances très bon marché
- Formule Gîte ruraux ou chambre d'hôte

#### 11) Les hôtels club pour célibataires

- Interdit aux enfants
- Rencontre
- Destination California / grece Mikonos

#### 12) Location de vacances

- N°1 Pierre et vacance

- N°2 LaGrange
- N°3 VVF location de vacance

### 13) Les séjours linguistiques

- Produit très chère
- N°1 Grande Bretagne
  - N°2 Espagne

### 14) Le produit thermalisme, thalasso ou spa

Produit de luxe : semaine 1200 euros

### 15) Le produit aventure

Les TO principaux sont

- Le vieux campeur
- Terre d'aventure
- Explorator
- Il faut avoir un bon niveau physique beaucoup en Asie, Tibet, Inde ou désert
- Clientèle jeune 40 -50 ans

### 16) Le voyage pour les handicapés

La personne paye son voyage et le demi de l'autre de l'accompagnateur.

Petit groupe : maximum 15 pour des questions de sécurité

Les hôtels doivent être équipés pour chambre handicapé

### 17) Le voyage de noce

Souvent anniversaire de voyage  
Un séjour en hôtel ou en croisière

Première destination les îles

- 1ère Ile la plus chère Polynésie
- 2ème Ile Maurice, la Réunion, les Seychelles
- 3ème Caraïbe République Dominicaine ou Cuba

### 18) L'incentive

Voyage de stimulation pour les entreprises.

Organisation d'un concours de ventes et les meilleurs vendeurs gagnent un voyage

Très haut de gamme avec grand hôtel de luxe et repas compris

Boisson pendant les repas

Le logo de la société est partout pendant le voyage.

## **Action professionnelle comment faire une action production ou un montage de produits**

Pour faire cette action, il suffit de suivre les étapes

Temps de réalisation environ 2 mois minimum

Nous allons prendre l'exemple d'un groupe de sénior qui désire faire un voyage en Écosse ou un groupe scolaire de deux classes de seconde qui desirent faire un voyage en Vénétie.

Les contraintes étaient :

- Pour le voyage scolaire en Vénétie faire un voyage le moins cher possible avec visites, repas, et voyage compris.
- Pour le voyage sénior en Écosse faire un voyage avec des contraintes de confort , d'accessibilité et de qualité sans que cela revienne trop cher.

### 1) la page de garde

Les pages de garde doivent être toutes identiques pour toutes les actions. La page de garde doit comporter comme titre :

- le type d'action
- le lieu

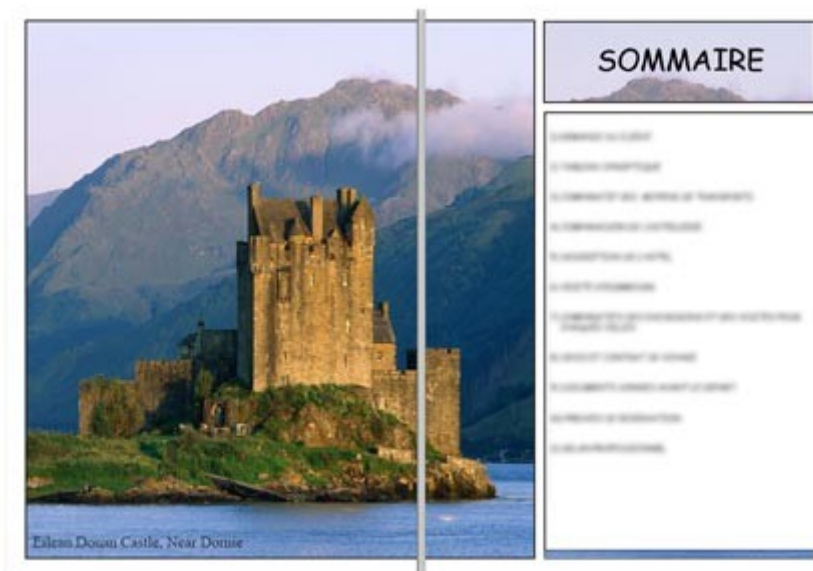
Exemple:

- Actions Professionnelles Montage d'un produit touristique en Écosse
- Actions Professionnelles Montage d'un produit touristique en Vénétie
- Actions Professionnelles Vente d'un circuit au Japon
- Actions Professionnelles Langue A - Séjours Workshop à Berlin puis vente d'un séjour en agence



### 2) La page de sommaire

Elles doivent être toutes identiques pour toutes les actions.



### 3) La page récapitulative du montage de produit

Cette page peut paraître inutile, mais elle sert lors de la présentation des actions professionnelles à l'oral. De plus mes professeurs m'avaient demandé de la faire.

Elle doit comporter

- le période du voyage
- la durée du voyage avec les jours et les nuits
- le type d'hébergement
- le nombre de pax
- le prix par personne



### 4) Le cahier des charges

Le cahier des charges décrit la méthode que vous allez employer pour réaliser ce montage de produit. Il doit comporter sous forme de tableau les questions essentielles au montage :

- Qui ? : à qui s'adresse le montage

- Quoi ? quel type de voyage  
Exemple : séjour scolaire

- Quand ? Mettre la période de la demande  
Exemple : Printemps Avril ou Mai

- Où ? Le lieu ou les lieux du voyage  
Exemple : Vénétie

- Comment ?

Exemple : Comparatif de l'hôtellerie, comparatif des moyens de transports, choix des visites, établir un questionnaire de satisfaction

- Combien ? Reprendre les termes de la demande du client  
Exemple : pas de prix fixe mais le plus attractif possible

- Sous le tableau du cahier des charges faire une rapide description du client ou demandeur
- Exemple : ce groupe, ce client ou cette école nous sollicite chaque année pour organiser ce voyage
- 5) La demande du client

Elle peut être sous forme d'email ou fax. Elle doit comporter au moins les éléments suivant :

- date du voyage ou période (exemple : printemps)
- le lieu
- le type de voyage que le client désire
- le prix ou les contraintes budgétaire

Si la demande est sous forme d'email vous pouvez joindre votre réponse

Exemple :

Bonjour,

Merci pour votre mail.

Je vous envoie le devis pour votre voyage scolaire. Je vais essayer de vous trouver une journée à l'intérieur de la Vénétie pour que les élèves ne restent pas tout le temps sur Venise.

Cordialement

6) Rédiger le programme du voyage

SECHNEN IN BOLOGNE	
Paris - Bonnaberg - Paris (10 jours) - Luch - Paris - Strasbourg	
Hébergement à Bonnaberg - 7 jours / 6 nuits - voyage en avion	
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Départ de Paris 08:00 en avion Bonnaberg par Air France.</li> <li>2. Arrivée à Bonnaberg vers 12:00 avec hébergement à l'hôtel dans tout le ville.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du dimanche à Bonnaberg. Déjeuner du dimanche à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du samedi de Bonnaberg. Déjeuner du samedi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du vendredi de Bonnaberg. Déjeuner du vendredi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du jeudi de Bonnaberg. Déjeuner du jeudi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du mercredi de Bonnaberg. Déjeuner du mercredi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du mardi de Bonnaberg. Déjeuner du mardi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<b>PROGRAMME DU VOYAGE</b>
<b>DEUTSCH / FRANÇAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Paris - Bonnaberg à l'hôtel avec déjeuner pour le matin du lundi de Bonnaberg. Déjeuner du lundi à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg pour le week-end à Bonnaberg. Déjeuner à Bonnaberg. Hébergement à Bonnaberg.</li> <li>2. Départ vers 12:00 en avion à l'hôtel de Bonnaberg. Arrivée à Bonnaberg en avion vers 18:00. Hébergement à Bonnaberg. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> <li>3. Dîner au hotel à l'hôtel.</li> </ul>

7) Faire le tableau synoptique

**TABLEAU SYNOPTIQUE :**  
23 jours / 21 nuits

Day / Date	B	A. m.	L	P. m.	D	After Dîner	N	Accommodation / Lieux	Base
<b>Vendredi</b> 22/12/2006						Vol TAM Paris CDG 22h20/ Sao Paulo 05h20	≈	(Nuit dans l'avion)	BB
<b>Samedi</b> 23/12	≈	Vol TAM Sao Paulo 12h30/ Florianopolis 15h35	≈	(location de voiture)			X	<b>La Poussada « Barratur »</b> à FLORIANOPOLIS	BB
<b>Dimanche</b> 24/12	X	libre		libre			X	FLORIANOPOLIS	BB
<b>Lundi</b> 25/12	X	libre		libre			X	FLORIANOPOLIS	BB
<b>Mardi</b> 26/12	X	libre		libre			X	FLORIANOPOLIS	BB
<b>Mercredi</b> 27/12	X	libre		libre			X	FLORIANOPOLIS	BB
<b>Jeudi</b> 28/12	X	libre		libre			X	FLORIANOPOLIS	BB
<b>Vendredi</b> 29/12	X	libre		(fin de location voiture)	≈	Vol TAM Florianopolis 18h30/ Rio 21h25 + T	X	<b>Hôtel Le Parthénon</b> Rua Joao lira 95 Leblon 22 430210 RIO DE JANEIRO	BB
<b>Samedi</b> 30/12	X	Place Pio X cathédrale		Eglise ND da Camdelaria			X	RIO	BB
<b>Dimanche</b> 31/12	X	Corcovado, Statue du Christ rédempteur		Pain de sucre + vue panoramique Rio	X	Repas spécial « Nouvel An »	X	RIO	HB
<b>Lundi</b> 01/01/2007	X	Navigation dans les îles tropicales		îles tropicales + baignade			X	RIO	BB
<b>Mardi</b> 02/01	X	Visite de Pétropolis		Maison de cristal			X	RIO	BB
<b>Mercredi</b> 03/01	X	Vol TAM Rio 11h15/ Sao Paulo 12h45/ Iguaçu 15h20	≈	(location de voiture)  libre			X	<b>Hôtel Mercure</b> Rua Almirante Barroso 2006 85851010 FOZ DO IGUACU	BB
<b>Jeudi</b> 04/01	X	Chutes d'Iguaçu Côté brésilien		Chutes d'Iguaçu Côté brésilien			X	Mercure / IGUACU	BB

8) Réaliser le comparatif des moyens de transport  
Le comparatif doit se faire sur plusieurs critères

a) Pour un voyage en avion comparer :  
Les compagnies aériennes

- la durée de vol
- l'aéroport de départ
- le nombre d'escale
- l'aéroport d'arrivée
- le prix du vol
- le prix des taxes aéroportuaire
- le prix total
- les services à bord

Les transferts aéroports villes

- durée
- type ( car, train)
- Prix aller ou aller/ retour

Pour un voyage en car comparer :

- la marque du car
- la catégorie de confort
- la capacité
- le confort
- le prix
- inclus dans le voyage en car
- non inclus

Chaque prestataire offre des prestations différentes.

Mettre à la fin du comparatif un commentaire sur le moyen de transport que vous avez retenu

Conseils : surlignez les éléments, les plus importants de votre tableau pour les retrouver rapidement pendant l'oral et colorez la colonne avec le prestataire que vous avez retenu.

#### 9) Réaliser le comparatif de l'hôtellerie

Le comparatif doit se faire sur plusieurs critères :

- localisation de l'hôtel
- la catégorie norme pays
- le prix par chambre ou par personne par nuit
- capacité d'accueil de l'hôtel
- confort et équipement de la chambre
- confort et équipement de l'hôtel
- inclus dans la prix
- la restauration
- la disponibilité

Ne pas oublier de choisir l'hôtel en colorant la colonne pour se rappeler lors de l'oral.

10) Pages de description de l'hôtel ( facultatif si vous avez réussi à obtenir la brochure de l'hôtel mais ne pas oublier d'inclure la brochure en annexe )

Dans ces pages vous pouvez y inclure :

- des photos des chambres
- le menu du restaurant
- des photos de l'hôtel
- localisation de l'hôtel par rapport aux lieux touristiques de la ville

#### 11) Pages comparatives des visites

Cette partie est assez délicate à réaliser et dépend de la destination et de la demande du client.

Je vous conseille de prendre une destination facile et de vous limiter à une ville avec des excursions supplémentaires en dehors de la ville pendant une journée.

##### a) Les visites guidées

J'avais réalisé un premier comparatif des guides locaux avec les prix par personne.

Étapes à suivre :

- 1- Repérer les lieux les plus importants de la ville
- 2- Trouver 2 ou 3 guides qui proposent ces lieux
- 3- Établir le comparatif en précisant le prix par personne et les lieux que chaque guide propose
- 5-** Choisir le meilleur guide

##### b) Création d'une excursion avec le car

J'avais réalisé un petit parcours autour de Venise pour les deux classes

- Bassano del Grappa (la ville de la Grappa liqueur)
- Treviso ( Treviso en Italien)

Contactez les offices de tourisme pour récupérer le maximum d'informations.

##### b) Pour les excursions

- une page comparative des différents prestataires

- nom du circuit
- durée
- jour disponible

- inclus
- non inclus
- prix
- etc..

- une page excursion comparant, les tours organisés et les transferts de ville à ville avec comme élément de comparaison le prix

### **Action professionnelle comment faire une action vente ?**

Action professionnelle comment faire une action vente

Pour faire cette action, il suffit de suivre les étapes

Temps de réalisation environ 1 mois maximum

Nous allons prendre l'exemple d'un couple de sénior qui désire faire un voyage au Japon.

Objectif initial à atteindre :

Vente d'un circuit au Japon pour 2 pax sénior puis retourner dans l'agence à la fin du circuit pour recueillir les satisfactions des clients.

Les contraintes étaient :

- Trouver le meilleur circuit suivant les besoins et le budget des clients

#### 1) la page de garde

Les pages de garde doivent être toutes identiques pour toutes les actions. La page de garde doit comporter comme titre :

- le type d'action
- le lieu

Exemple:

- Actions Professionnelles Montage d'un produit touristique en Écosse
- Actions Professionnelles Montage d'un produit touristique en Vénétie
- Actions Professionnelles Vente d'un circuit au Japon ( dans ce cas)
- Actions Professionnelles Langue A - Séjours Workshop à Berlin puis vente d'un séjour en agence

#### 2) La page de sommaire

Elles doivent être toutes identiques pour toutes les actions. Elles doivent comporter :  
le sommaire

#### 3) La page récapitulative de la vente

Cette page peut paraître inutile, mais elle sert lors de la présentation des actions professionnelles à l'oral. De plus mes professeurs m'avaient demandé de la faire.

Elle doit comporter

- le nom du circuit
- le période du voyage
- la durée du voyage avec les jours et les nuits
- le type d'hébergement
- le nombre de pax
- le prix par personne

#### 4) Page de présentation de l'agence ou du TO



#### 5) Page comparative des différents circuits de l'agence ou du TO

Cette page permet de comparer les différents circuits proposés par l'agence ou le TO. Elle montre que vous savez regrouper par thèmes les circuits et les comparer pour mieux les vendre.

Pour la ligne du tableau "thèmes", j'ai repris les 3 critères que l'on utilise souvent en géographie ou pour l'examen de vente.

- nature ( paysage, coucher de soleil, panorama réserve, lac , foret etc..)
- culture ( musées, ruines, archéologie, temples, lieux religieux etc...)
- tradition ( visite d'une ferme, dégustation, danses traditionnelles, théâtre, concert etc...)

Pour trouver les critères dominant d'un circuit, il faut les comptabiliser dans le circuits et vous obtiendrez le thème

#### 6) Page de proposition des deux circuits

A partir de la demande du client et de la découverte du besoin , on sélectionne les deux circuits que l'on va proposer au client. Il faudra ensuite les comparer plus en détails

Les critères de comparaison sont :

- le prix
- les prestations
- les thèmes
- la période
- la durée
- le transport
- l'hébergement
- les visites touristiques ( culturel, nature et tradition )

#### 8) Fin de la vente

Cette page comporte le choix final du client

- le nom du circuit retenu par le client
- la date de départ
- la proposition d'assurance refusée ou acceptée
- la vérification de la disponibilité
- l'établissement de la facture.
- mentionner si accompte du client ou s'il a payé en une fois

**Exemple d'une lettre d'une agence de voyage proposant ou démarchant des comités d'entreprise pour vendre un voyage à Amsterdam.**

lettre

Entête agence de voyage  
+ n° licence

Destinataire :  
1 pax ou 1 lettre circulaire.  
« lettre adressée à tous les horticulteurs d'IDF »

Objet : Proposition de voyage à Amsterdam.

Monsieur, Madame,

Développement de l'objet :

Nous vous prions de bien vouloir trouver ci-joint le programme de voyage que nous proposons à tous les horticulteurs d'Ile-de-France.

Le voyage aura lieu du ... au ... .

Arguments de vente :

- Pays-Bas : destination spéciale concernant les fleurs + époque des tulipes, formidable pour les horticulteurs.
- Entre gens d'une même profession, possibilité d'échanger des techniques, déontologie, d'en parler... déontologie.
- Hôtel luxe catégorie maximale, chambre + salle de bain.
- Pension Complète : climat de Mai agréable, 1 accompagnateur.
- Bon rapport qualité/prix : pont du 1er Mai, variété des excursions...
- Restaurant : à Amsterdam, les meilleurs restaurants indonésiens d'Europe !!

Ouverture commerciale :

Nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire

Ou pour venir en parler avec nous.

Nous espérons vous compter parmi nos participants à ce voyage.