

DÉVELOPPER SA CLIENTÈLE GROUPES

PRÉSENTATION DU GROUPE RICHOU PAR PATRICIA CESBRON - RESPONSABLE PRODUCTION CHEZ RICHOU VOYAGES

LE MARCHÉ DES GROUPES

Le marché des groupes loisirs est toujours fortement représenté par une clientèle de seniors (70 %) ainsi que par des associations (15 %) et des comités d'entreprises (10 %).

Depuis quelques années, nous voyons émerger de nouveaux groupes affinitaires composés de groupes d'amis ou familiaux (5%).

Ces nouveaux groupes sont de moins en moins nombreux et sont composés environ de 15 personnes et sont en attente de nouvelles offres et à la recherche d'un service différent.

Dans les programmes touristiques, les demandes de groupes restent majoritairement orientées vers des visites culturelles, des visites découvertes et des spectacles. Une nouvelle clientèle recherche des produits différents liés à la nature et aux activités ludiques. Ces offres correspondent d'ailleurs aux attentes des mini-groupes qui arrivent sur le marché.

LES ATTENTES ET TENDANCES DES GROUPES

La grande majorité des groupes voyagent à la journée. Quelques groupes recherchent des séjours mais plus à l'étranger avec des budgets moins importants que pour la France.

Les croisières fluviales et maritimes sont quant à elles en pleine expansion aussi bien en France qu'à l'étranger.

Les groupes recherchent des programmes tout compris et animés. La qualité des moyens de transport est également un critère de choix important, notamment pour la clientèle senior.

La restauration reste également une prestation importante dans le programme des groupes. Ils recherchent une restauration 3 plats, boissons comprises (entrée, plat, dessert, ¼ de vin et café minimum). Le budget moyen restauration est de 20 € par personne.

Le tarif d'une journée pour un groupe est d'environ 80 € / pers. pour les visites, la restauration et le transport inclus.

La taille des groupes est de plus en plus restreinte. On estime aujourd'hui qu'un groupe est composé en moyenne de 35 personnes. Les groupes demandent aux organisateurs de voyages de leur proposer des tarifs pour des groupes moins importants (à partir de 15 personnes) ou des solutions pour compléter un groupe avec un autre.

LES RELATIONS PRESTATAIRES / PROFESSIONNELS DU TOURISME

Aujourd'hui, les intermédiaires de voyages (autocaristes, agents de voyages...) recherchent des programmes à la journée et « clés en main » pour pouvoir proposer facilement leurs offres à leurs clients.

Les moyens de communication les plus adaptés pour faire connaître votre offre auprès des intermédiaires, restent l'envoi par mailing postaux associés à des newsletters électroniques trimestrielles.

Les professionnels du secteur apprécient notamment de pouvoir rencontrer les prestataires qui se déplacent pour présenter leurs offres et les voyages d'étude sur place, même s'ils avouent avoir peu de temps à y consacrer.

Concernant les conditions de ventes, les intermédiaires de voyages souhaitent avoir des facilités de paiement notamment après le passage du groupe.

Ils apprécient fortement le fait de bénéficier d'un tarif préférentiel inférieur au tarif groupe public ou d'être commissionnés sur les produits qu'ils pourront vendre (à hauteur de 8% en moyenne).

Ils attendent au minimum une gratuité complète pour le chauffeur et une gratuité supplémentaire pour 30 personnes payantes.

POUR ALLER PLUS LOIN :

Loire-Atlantique développement propose de vous accompagner sur :

- Des préconisations sur l'adaptation de votre offre à la clientèle groupes
- Des conseils sur votre politique commerciale
- Une veille sur les tendances du secteur
- Des moments d'échanges entre professionnels
- Une coordination d'actions partagées
- Une mise en réseau des professionnels du secteur
- La promotion et la commercialisation de votre offre à destination des groupes grâce aux outils de communication de Loire-Atlantique développement.

VOTRE CONTACT

Jérôme BOSGER

T 02 40 99 00 86 // M 06 08 33 05 95
j.bosger@loireatlantique-developpement.fr