

# Nouvelle plateforme internet de Jura & Trois-Lacs

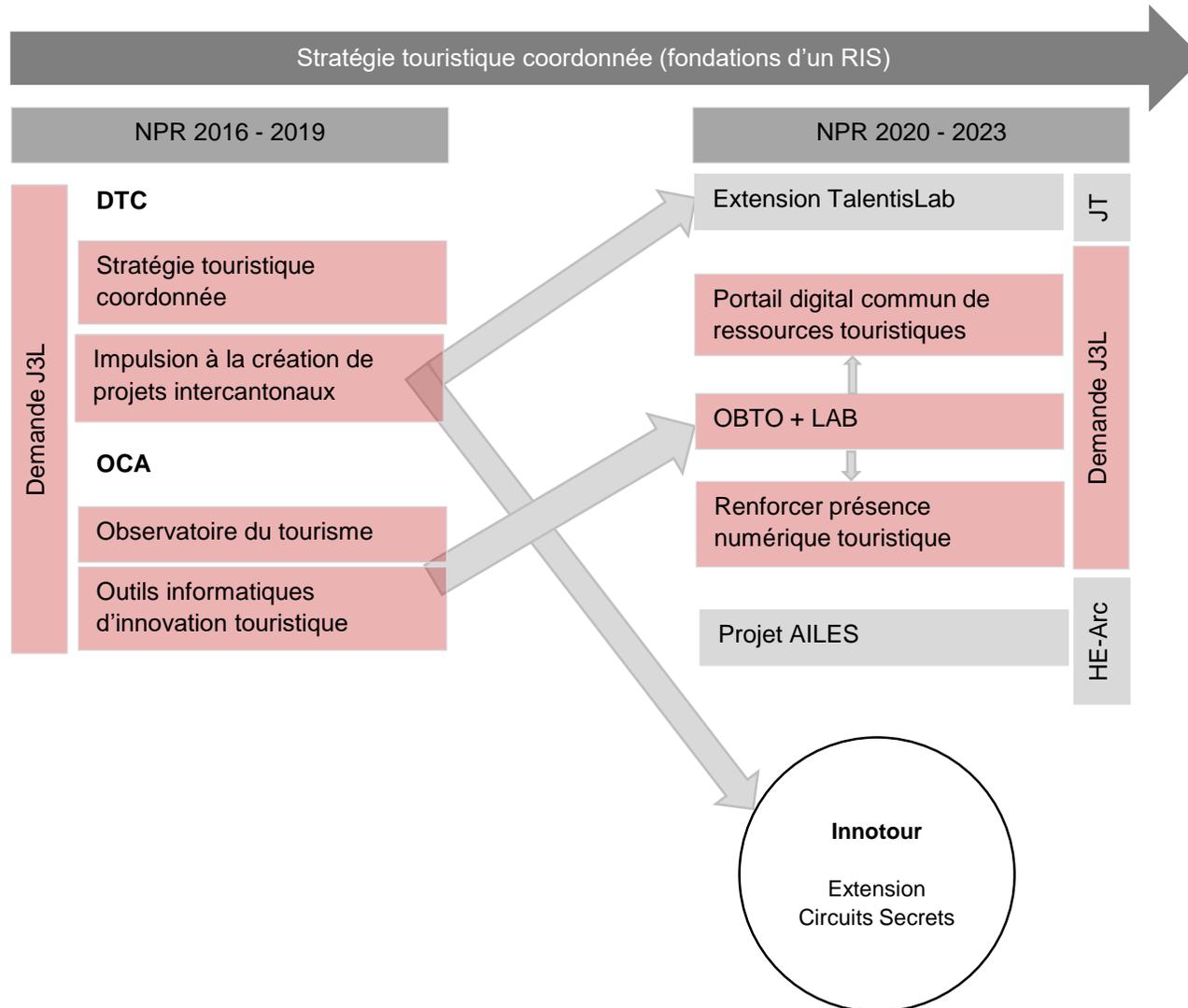
et ses développements pour une meilleure  
commercialisation

10.12.2019

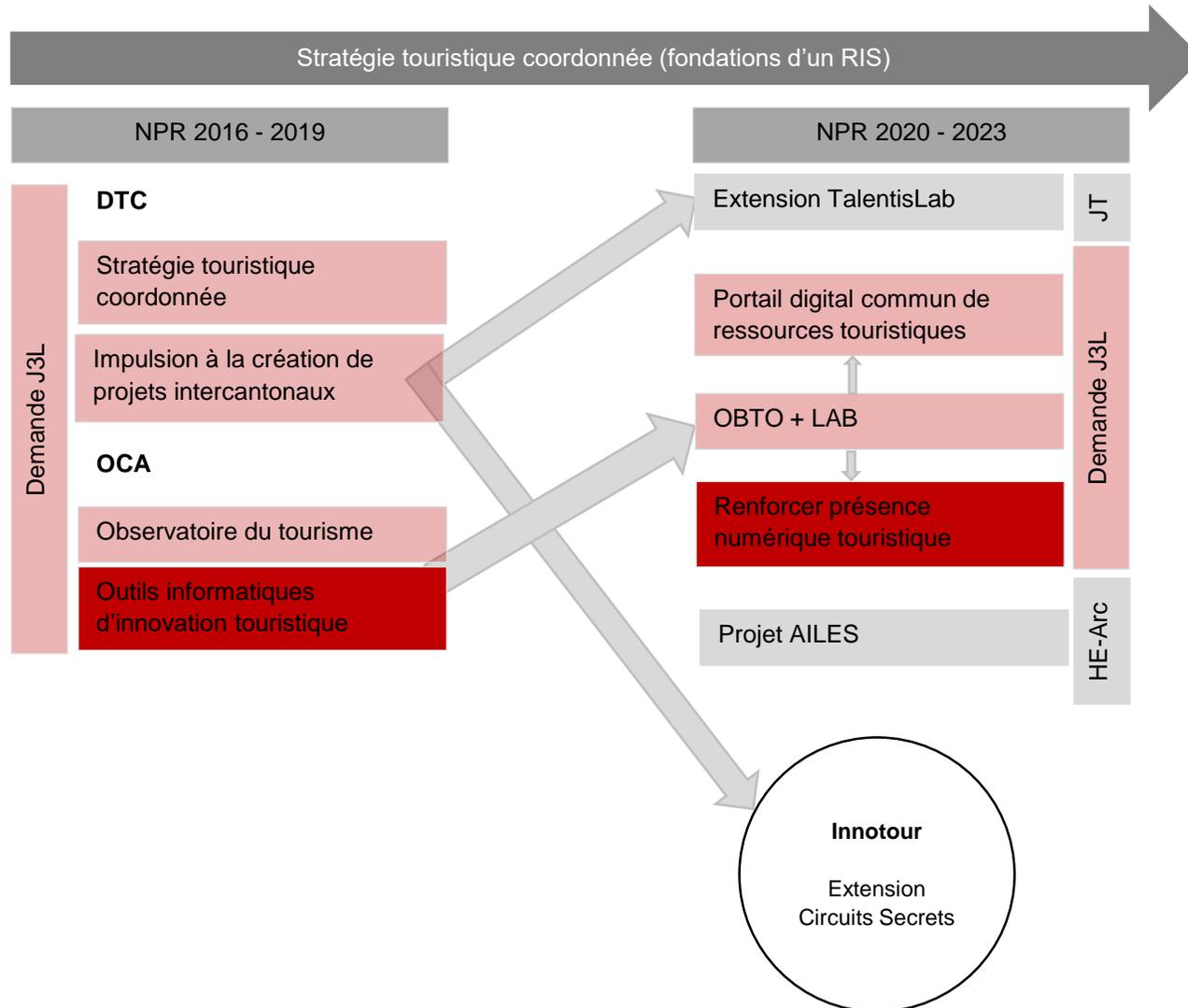
# Périmètre



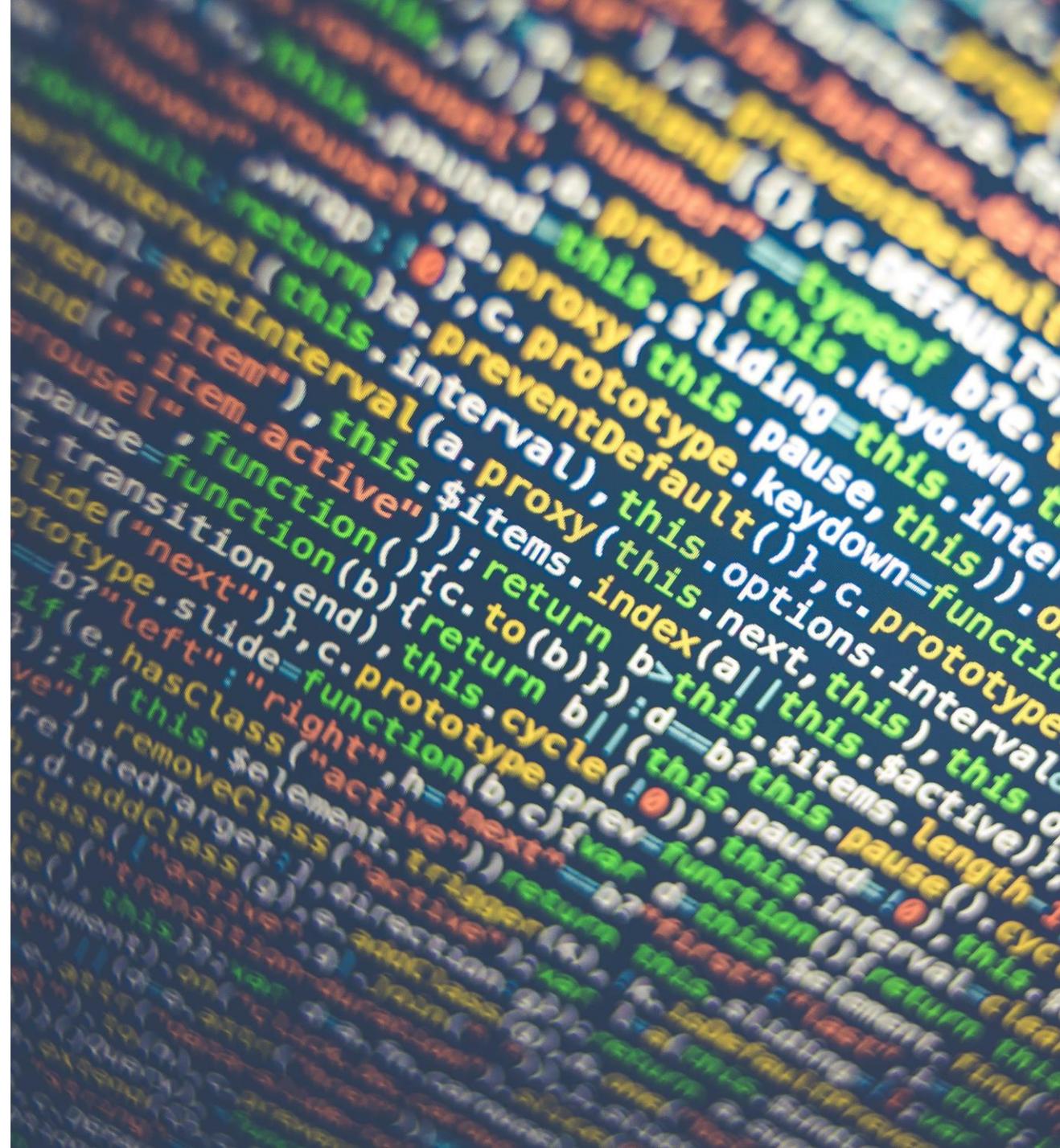
# Demandes NPR



# Demandes NPR

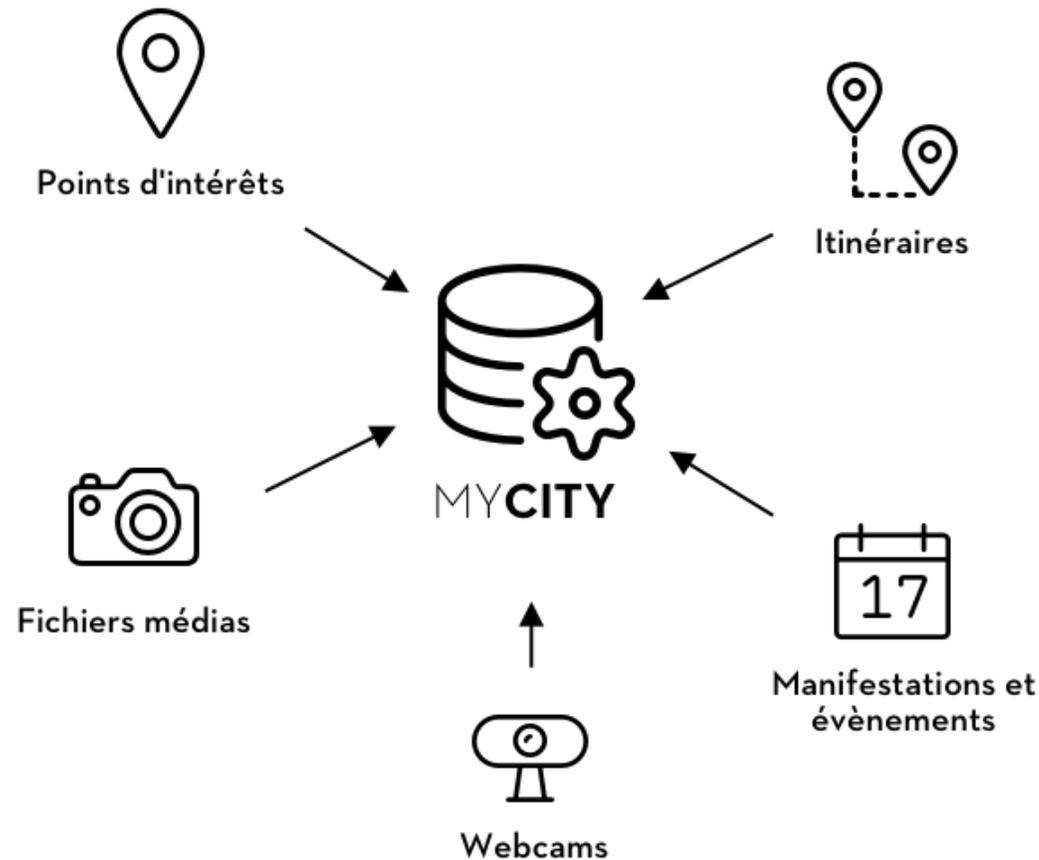


# Période 2016-2019



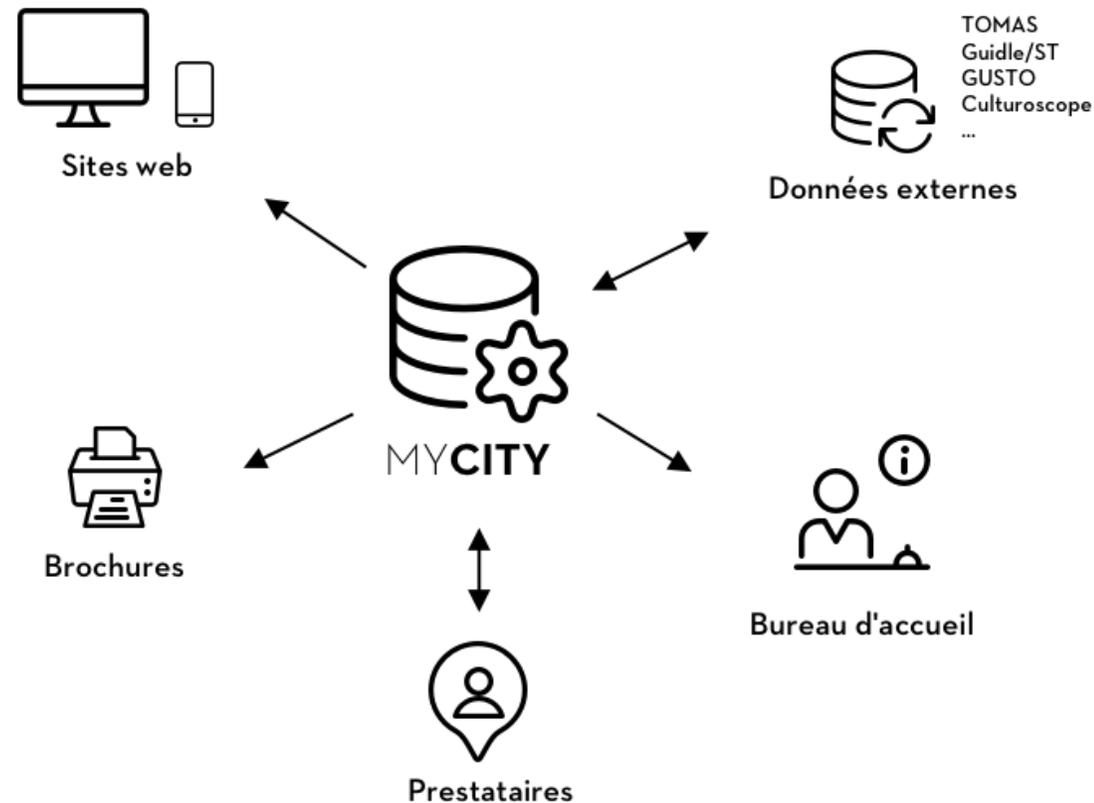
# Systeme d'information touristique

Centraliser toutes les données touristiques

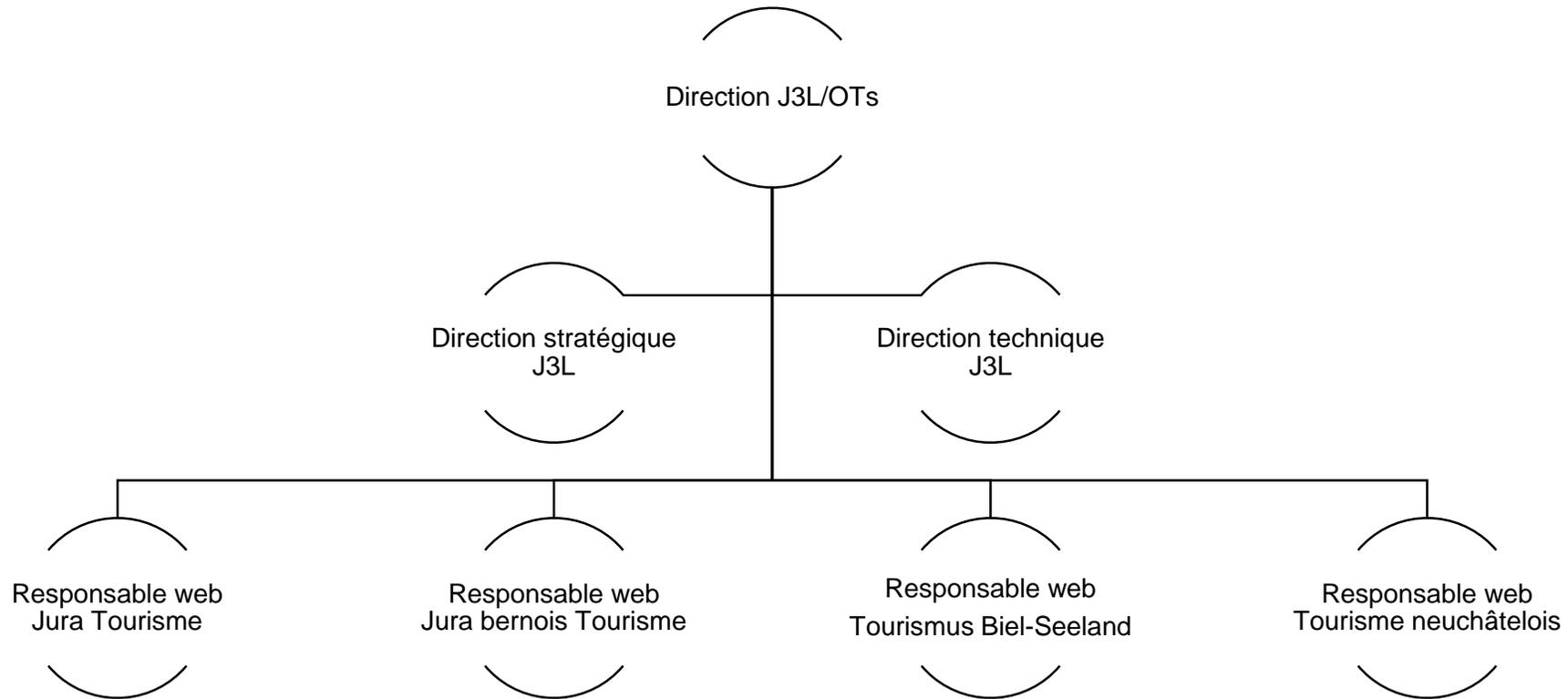


# Systeme d'information touristique

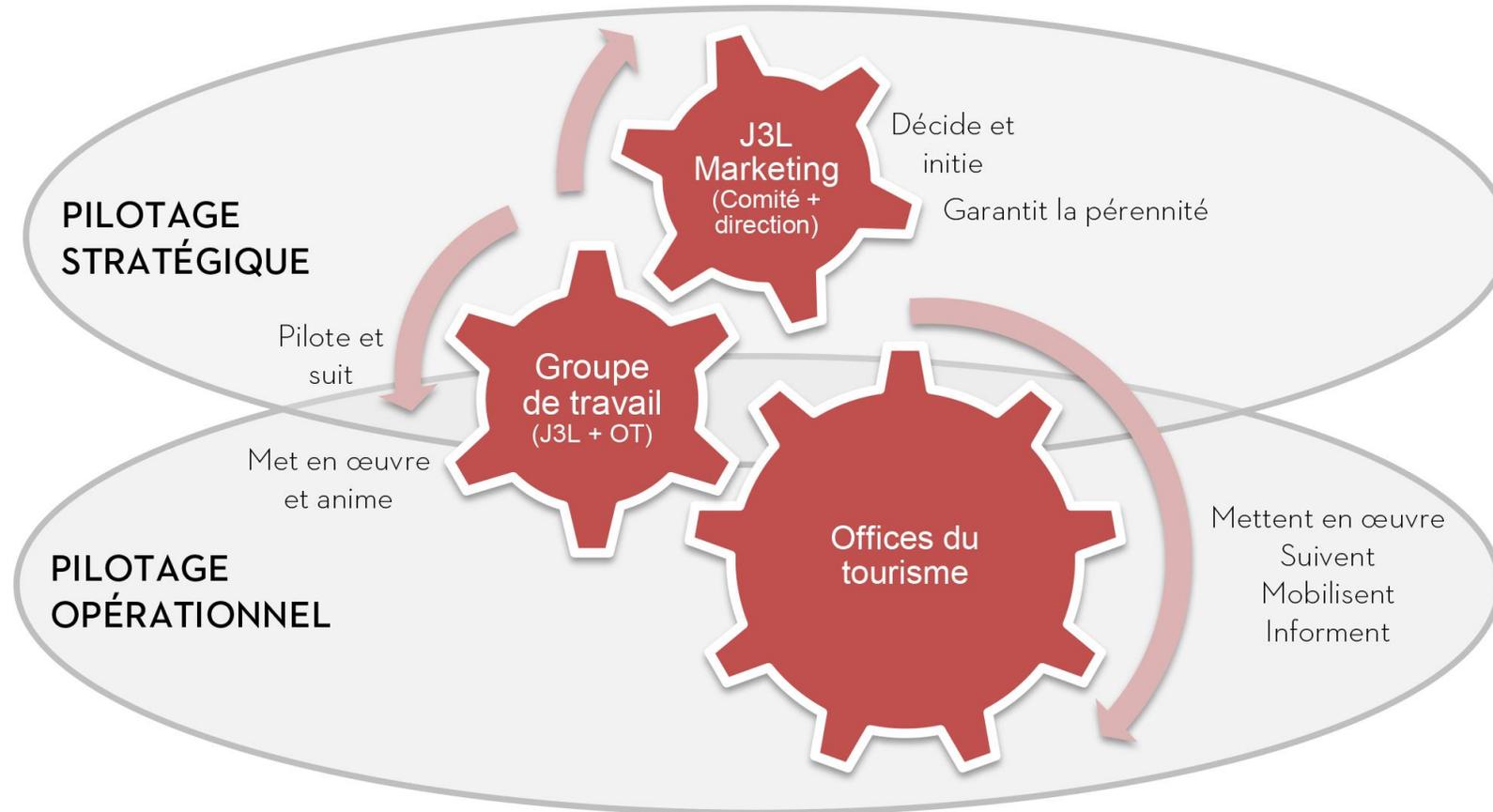
Diffuser les informations touristiques sur tous les supports numériques



# Organigramme



# Gouvernance



# Dates-clés

	2017				2018				2019			
Planification, conceptualisation	■	■	■	■								
Sélection des entreprises partenaires				■	■							
Mise en place groupe stratégie VD/FR					■							
Mise en place structure SIT / site web					■	■						
Formation des collaborateurs						■						
Saisie							■	■	■	■	■	■
Design Front-End							■	■	■			
Intégration Back-End								■	■	■		
Mise en ligne V1										■		
Mise en ligne V2												■

# BALADE À CHEVAL GRATUITE !



# Statistiques website

Du 9 avril 2019 au 8 décembre 2019

Visits

1 050 664

Page Views

2 207 859

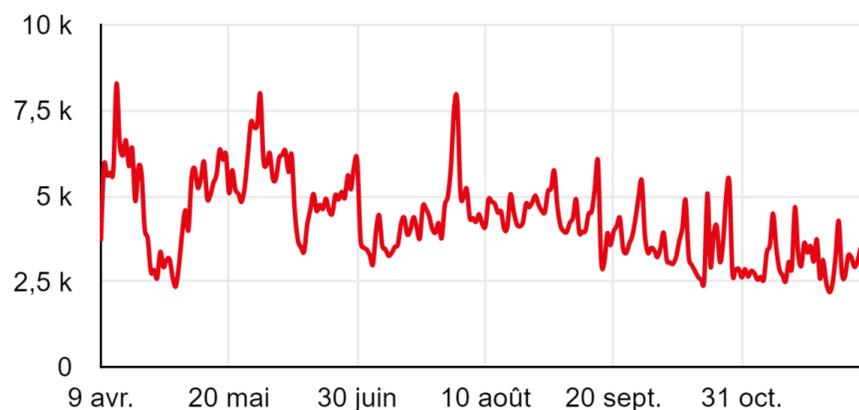
Bounce Rate

23,1 %

Avg. Time on Page

01:29

## VISITS



## DEVICES



Desktop  
45,95 %

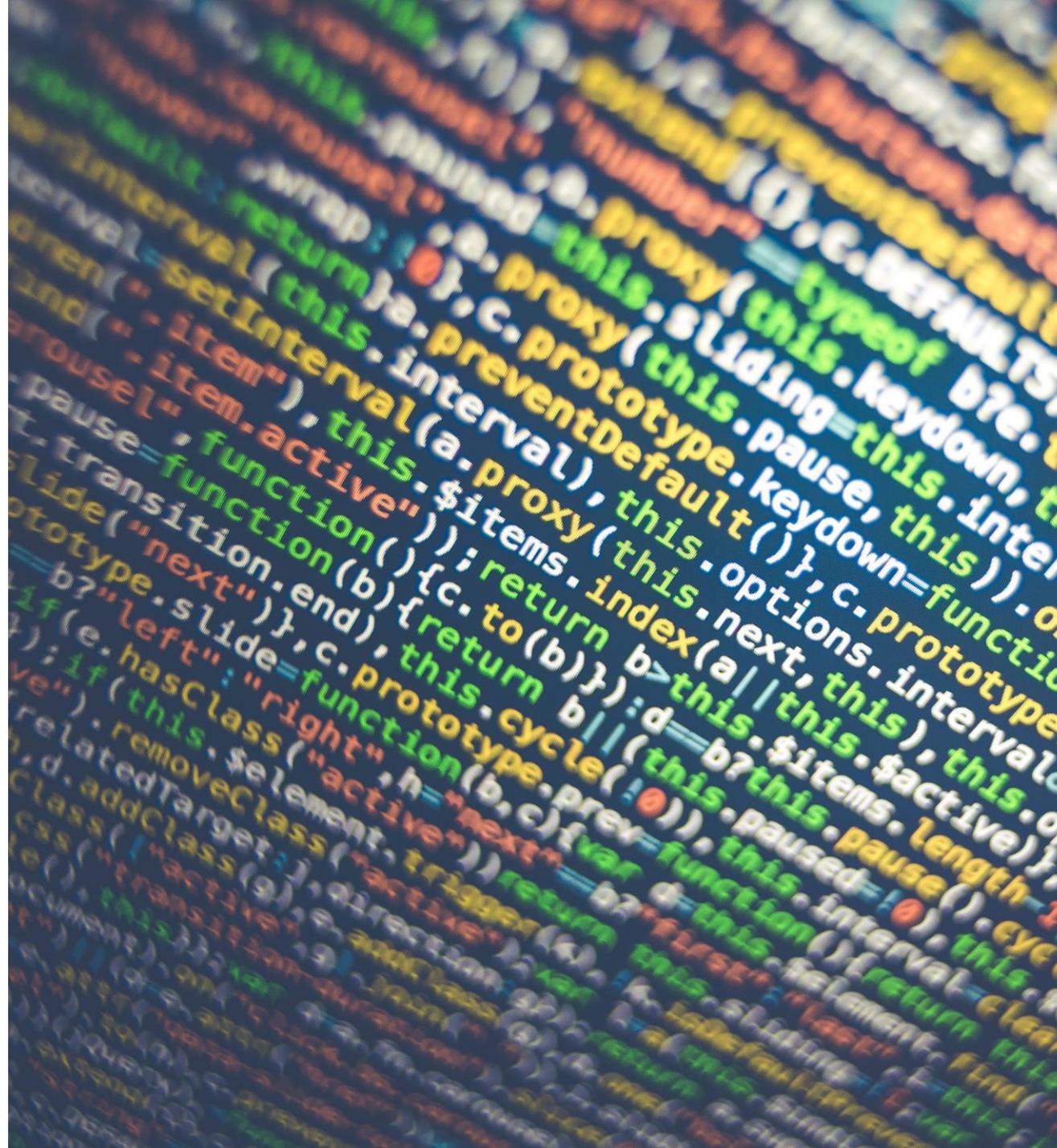


Mobile  
42,45 %



Tablet  
11,61 %

**Période  
2020-2023**



# Objectifs visés

- Atteindre un niveau de performance digitale concurrentiel: veille digitale et acquisition de la technologie.
- Mieux répondre aux besoins et attentes des clients par la digitalisation.
- Renforcer la présence numérique des offres et encourager la consommation des offres touristiques de la destination en les rendant facilement accessibles.
- Développer les coopérations par la mise en réseau des compétences (national – régional).

# Contexte de la demande

## Le produit au centre de la communication

- Stratégie 20-23 J3L

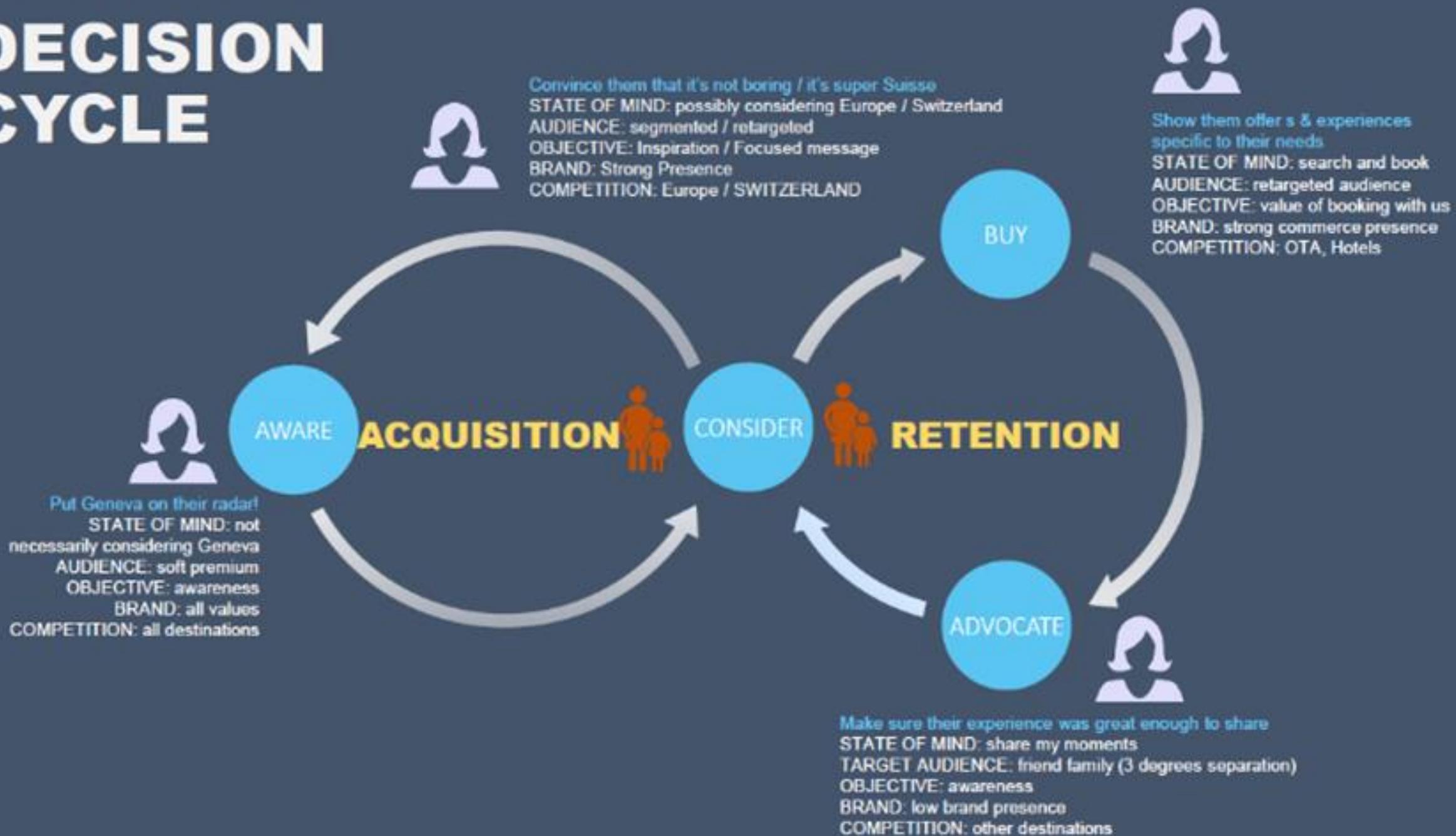
## Passage du macro > micro

- De la notoriété au produit
- Mise en avant des produits

## Promotion digitale des produits : situation qui doit évoluer

- + que des prestations d'hébergement
- Générer des ventes pour les activités touristiques Loisirs/Affaires
- Projet national en route
- Une situation qui se généralise en Suisse (compétitivité)

# DECISION CYCLE



# Programme 20-23

**Objectif**

Atteindre un niveau de performance digitale concurrentiel

**Moyens**

Outils informatiques  
d'innovation touristique

Veille  
touristique  
digitale

Mise en  
réseau des  
compétences

**Actions**

**INFORMATION  
NUMERIQUE**  
Renforcement pour  
mieux répondre aux  
attentes des clients

**ACHAT EN LIGNE**  
Présence numérique  
des offres d'activités  
touristiques et  
encouragement à la  
consommation.

**LAB**  
Analyse des tendances  
digitales

**PRO.J3L.CH +**  
Portail digital commun  
de ressources  
touristiques

# Information en ligne

## Les défis

- Données de base au centre de l'information client
- Investissement conséquent dans la numérisation de l'offre de J3L (NPR 16-19) → en tirer profit pour la suite en continuant le développement.
- Interconnectivité des informations (et des bases de données)
- Evaluation l'open data
- Personnalisation de l'information
- Partenaires pertinents : EDSI-Tech

# Vente en ligne

## Les défis

- Rendre l'expérience du client claire, simple et confortable
- Proposer une offre coordonnée et des activités pertinentes
- Garantir la fiabilité et l'actualité des informations →  
interconnectivité
- Optimiser les Call to Action
- Analyser les parcours et les retours client
- Garantir la protection des données
- Développer le réseau de vente (T-Booking)

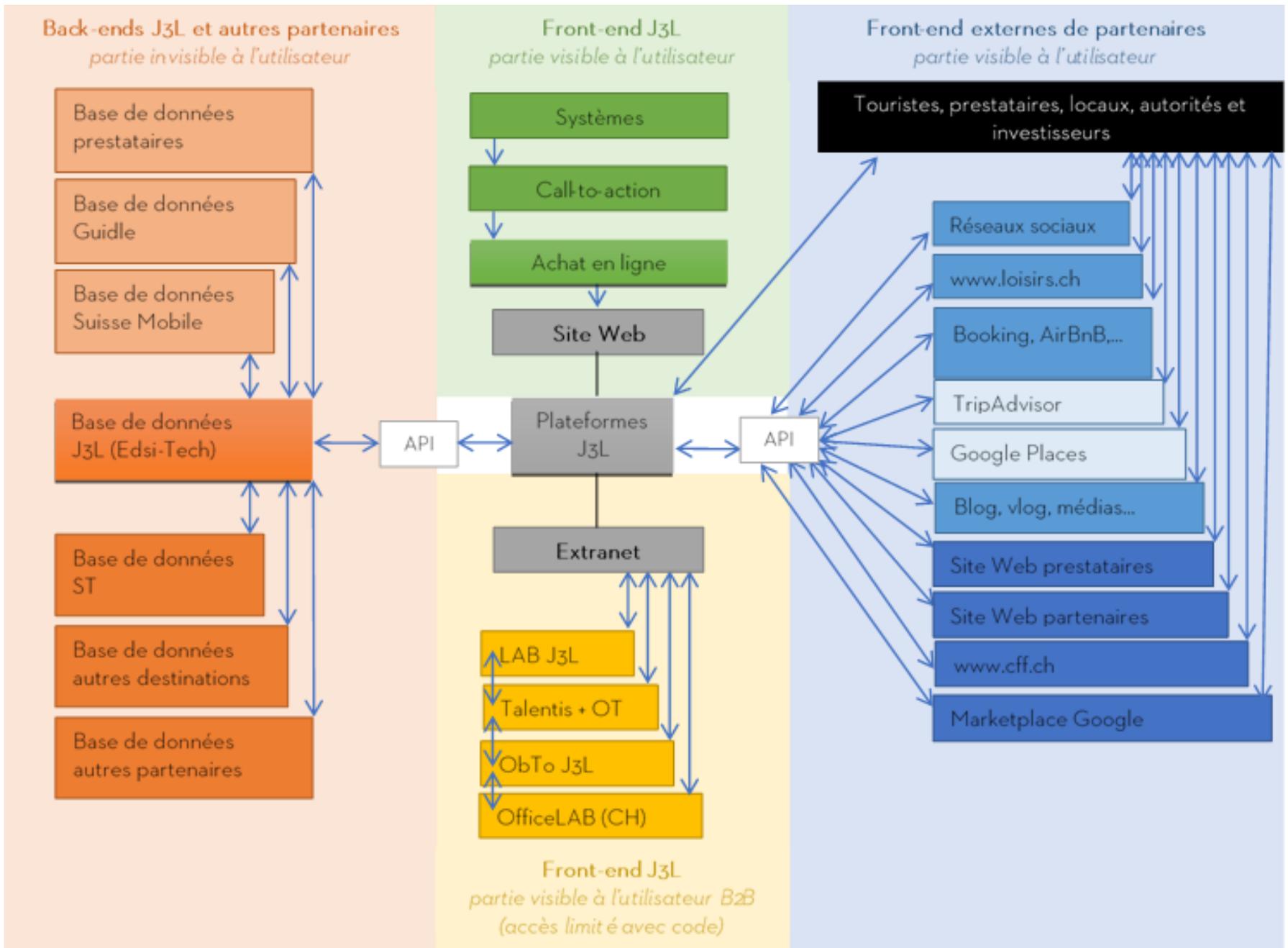
# Vente en ligne

## L'outil

- La demande contient un benchmarking des outils de vente
- Le partenaire pertinent identifié : TouristDataShop (TDS) en particulier TOMAS
- Investissement dans l'optimisation de cet outil que J3L utilise déjà

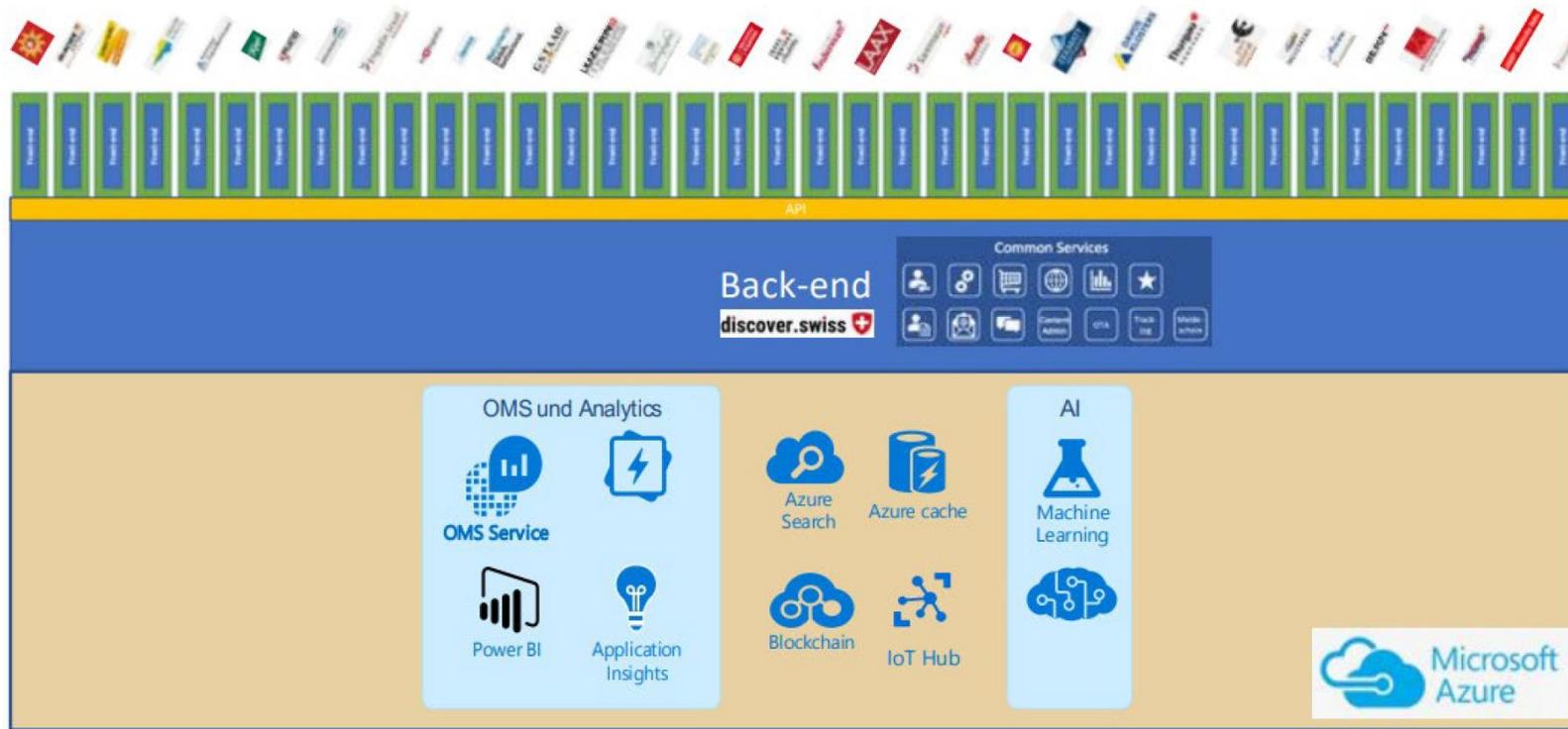
## Étapes pour la réalisation

- Définir les produits et la stratégie de vente
- Rôle important des offices pour représenter leurs prestataires
- Importance des connexions avec la partie informationnelle + autres plateformes
- Grand travail sur le front-end



*Une destination touristique intelligente est une destination connectée, qui utilise le digital pour rendre l'expérience du client simple et confortable (Rollier, 2019).*

# Discover.swiss



# Intérêts économiques

- Compétitivité de la destination sur le marché suisse
- Coordination touristique digitale intercantonale
- Innovation et système technique à jour permettant l'interconnexion avec les plus grands (discover.swiss, Booking, AirBnB, GAFA, etc...)
- Amélioration du SEO
- Augmentation du volume de vente et revenus en amont des séjours
- Un client moins enclin à changer de destination
- Un client plus enclin à consommer des produits annexes
- Récolte de données
- Renforcement d'un système touristique intégré