

Nouvelle plateforme internet de Jura & Trois-Lacs

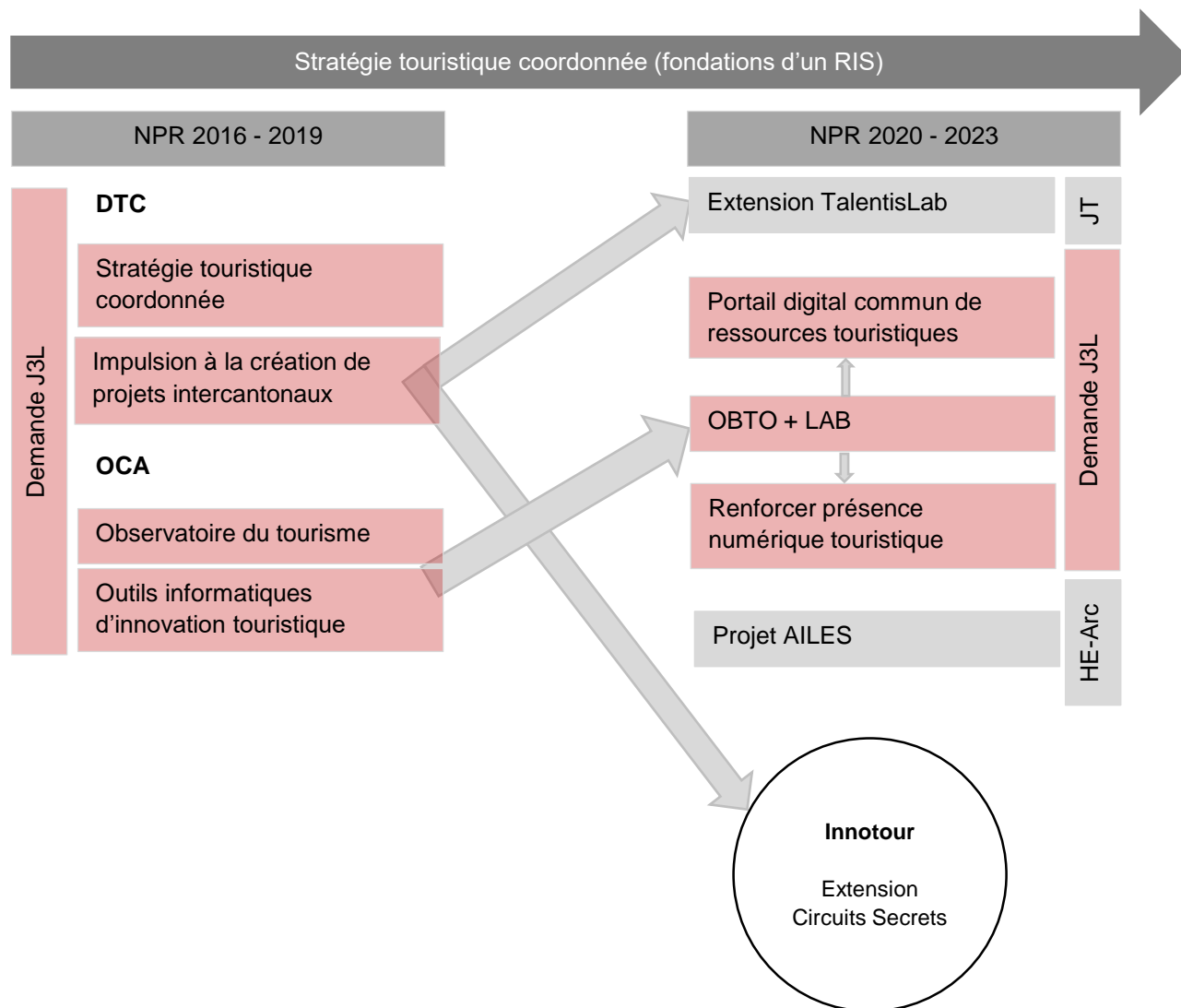
et ses développements pour une meilleure
commercialisation

10.12.2019

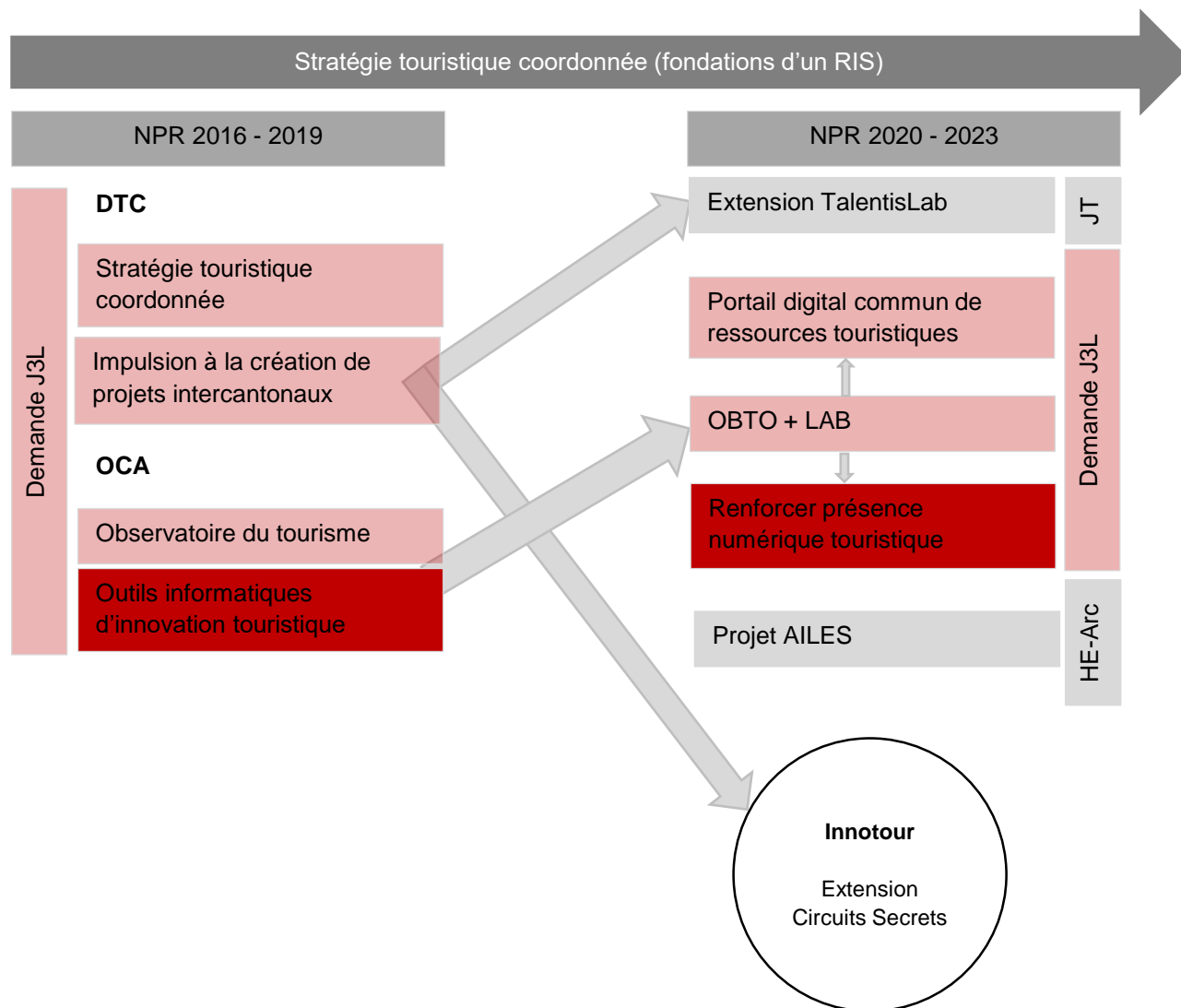
Périmètre



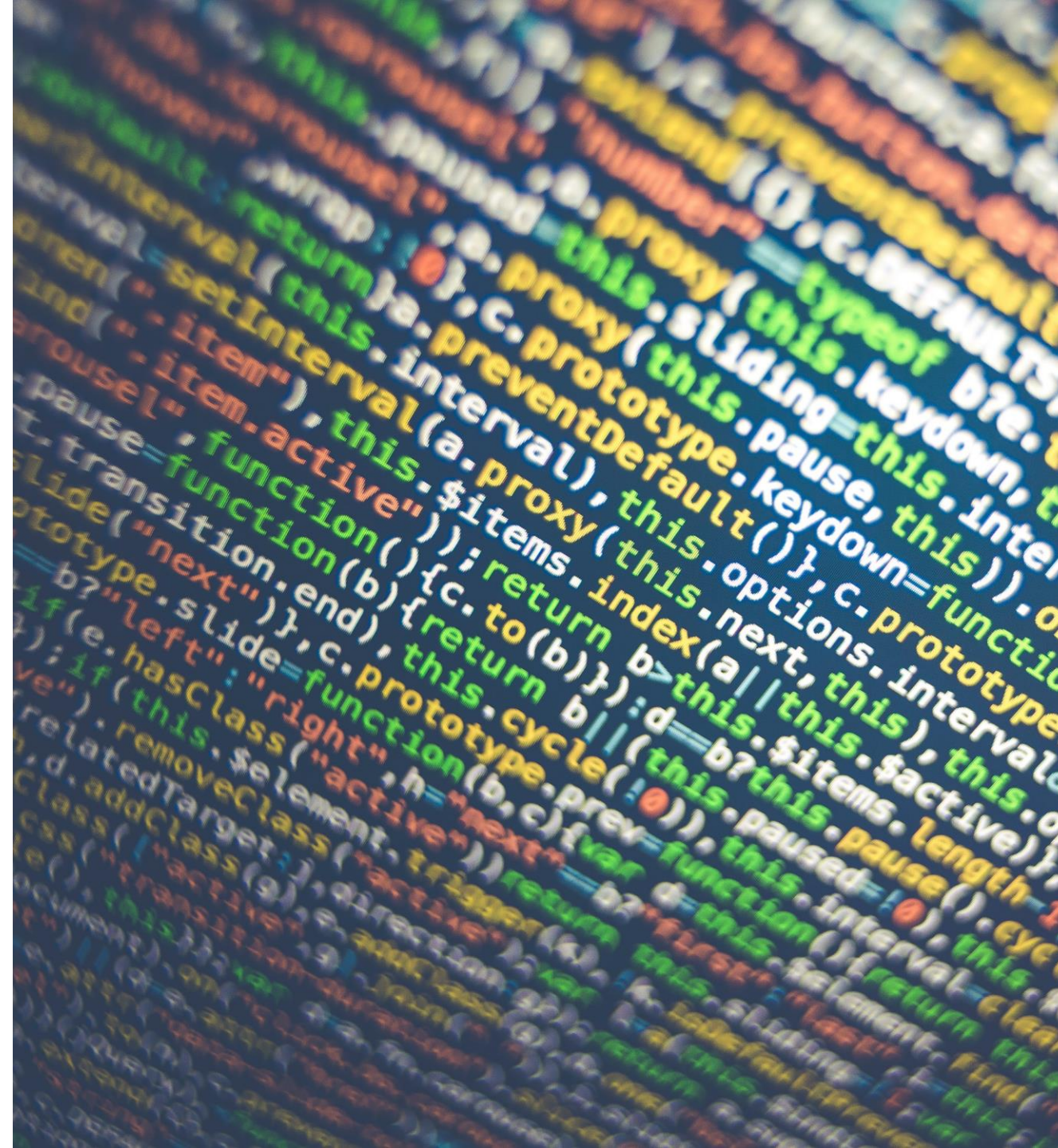
Demandes NPR



Demandes NPR

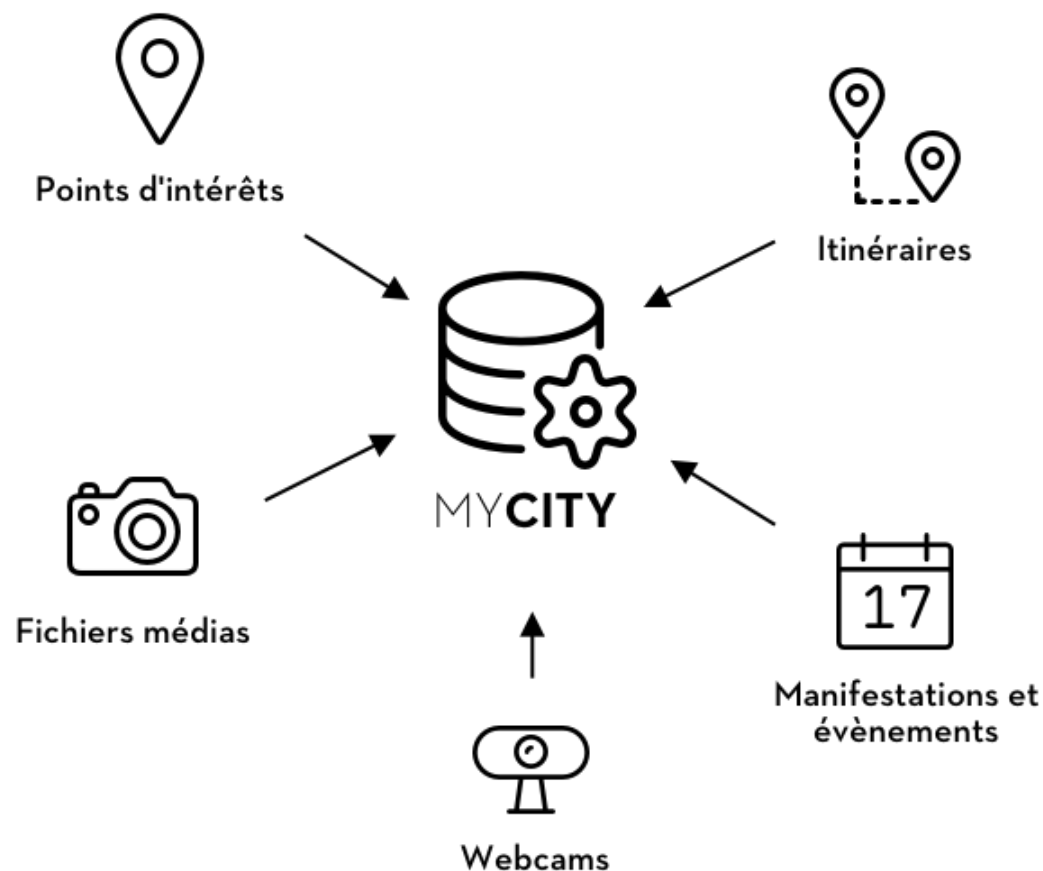


**Période
2016-2019**



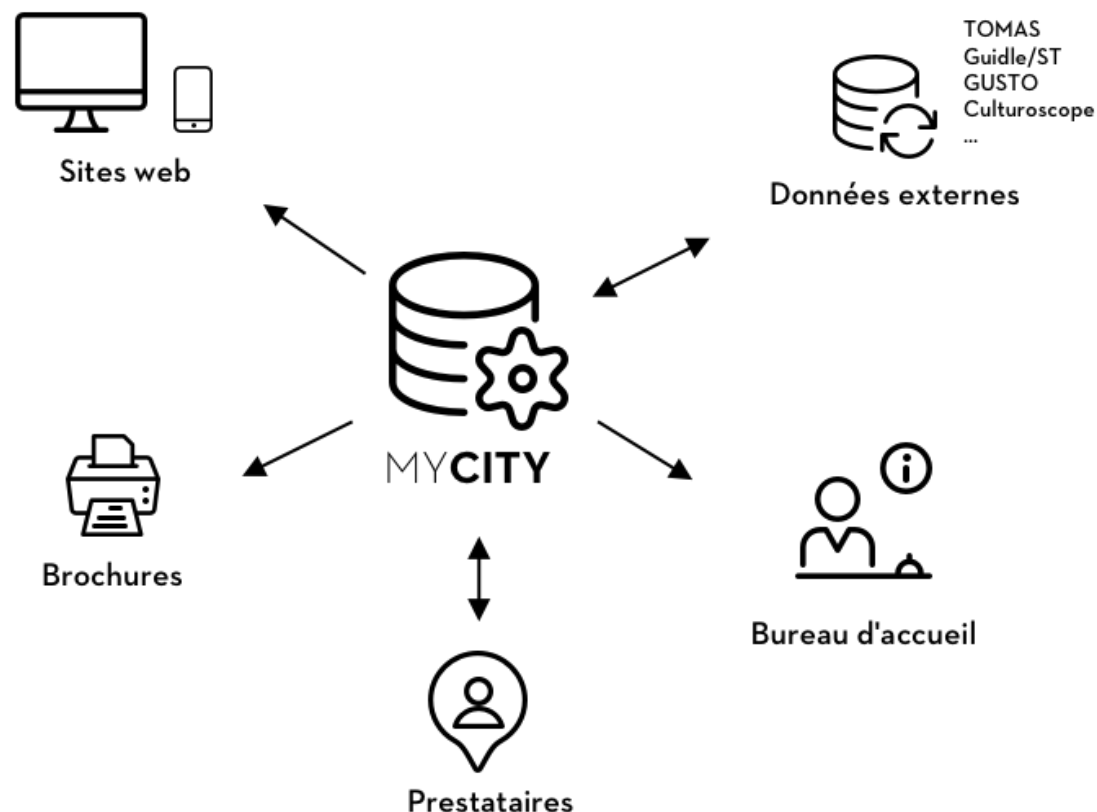
Système d'information touristique

Centraliser toutes les données touristiques

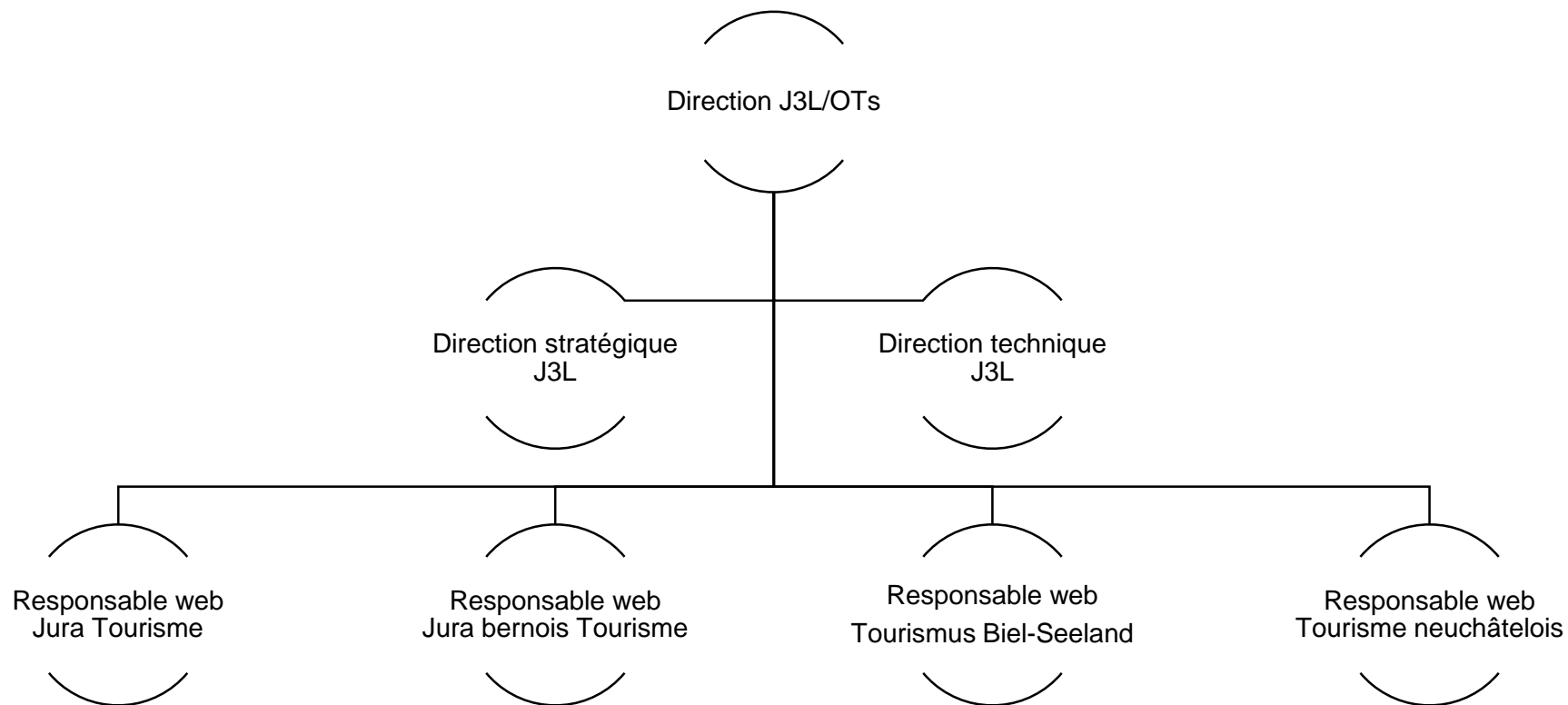


Systeme d'information touristique

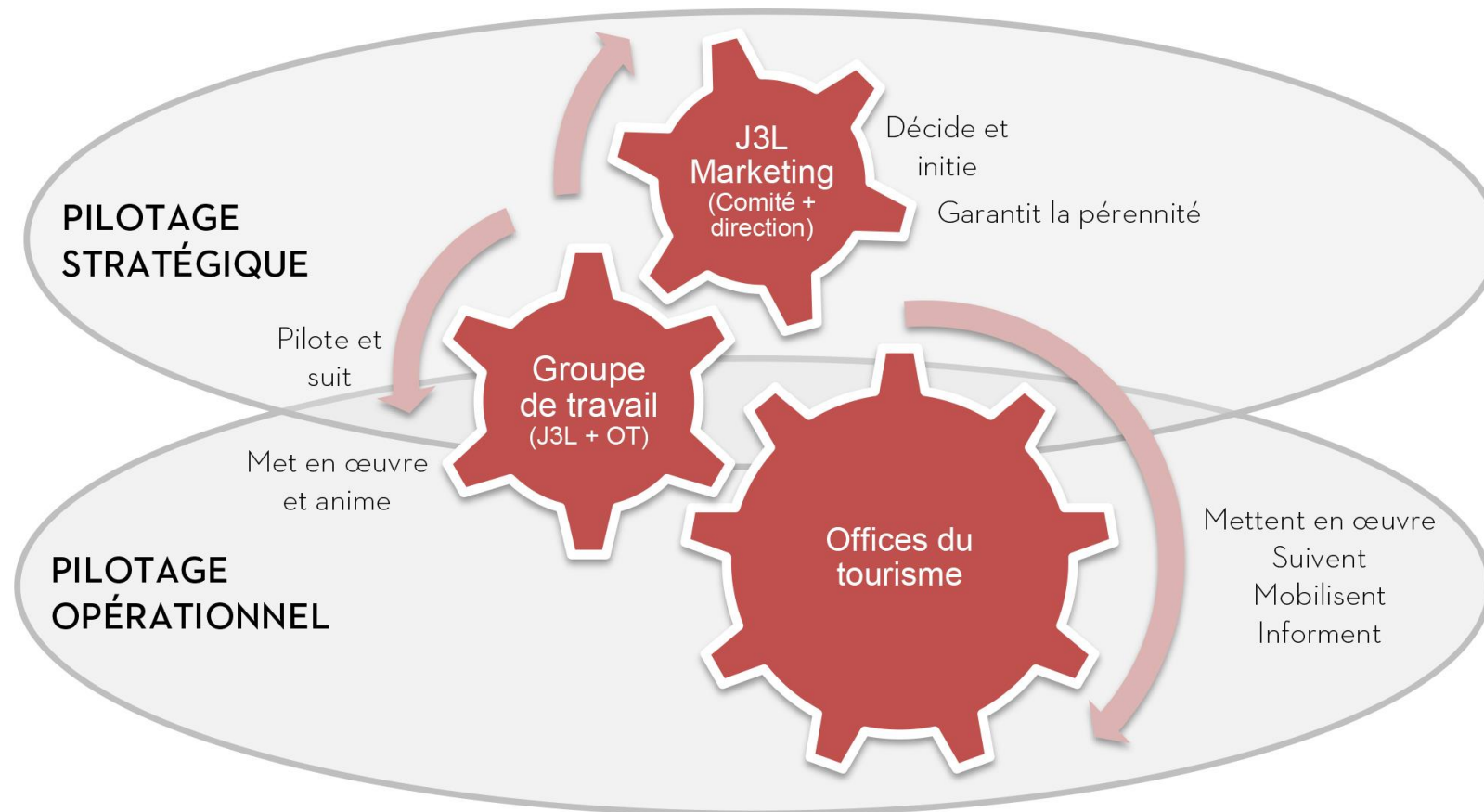
Diffuser les informations touristiques sur tous les supports numériques



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

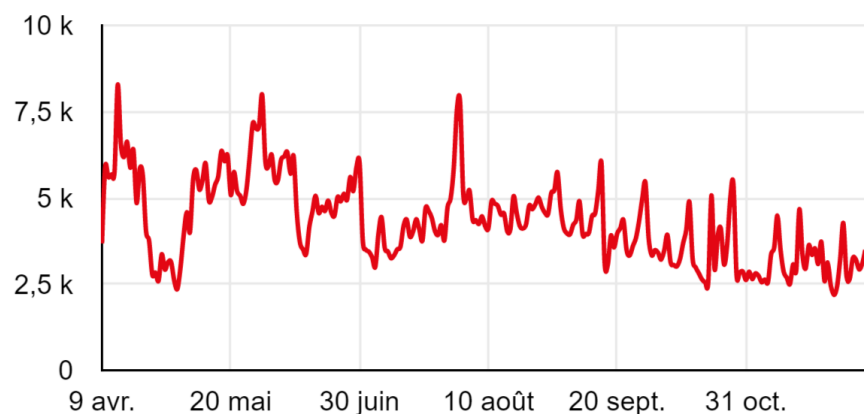
Bounce Rate

23,1 %

Avg. Time on Page

01:29

VISITS



DEVICES



Desktop

45,95 %



Mobile

42,45 %



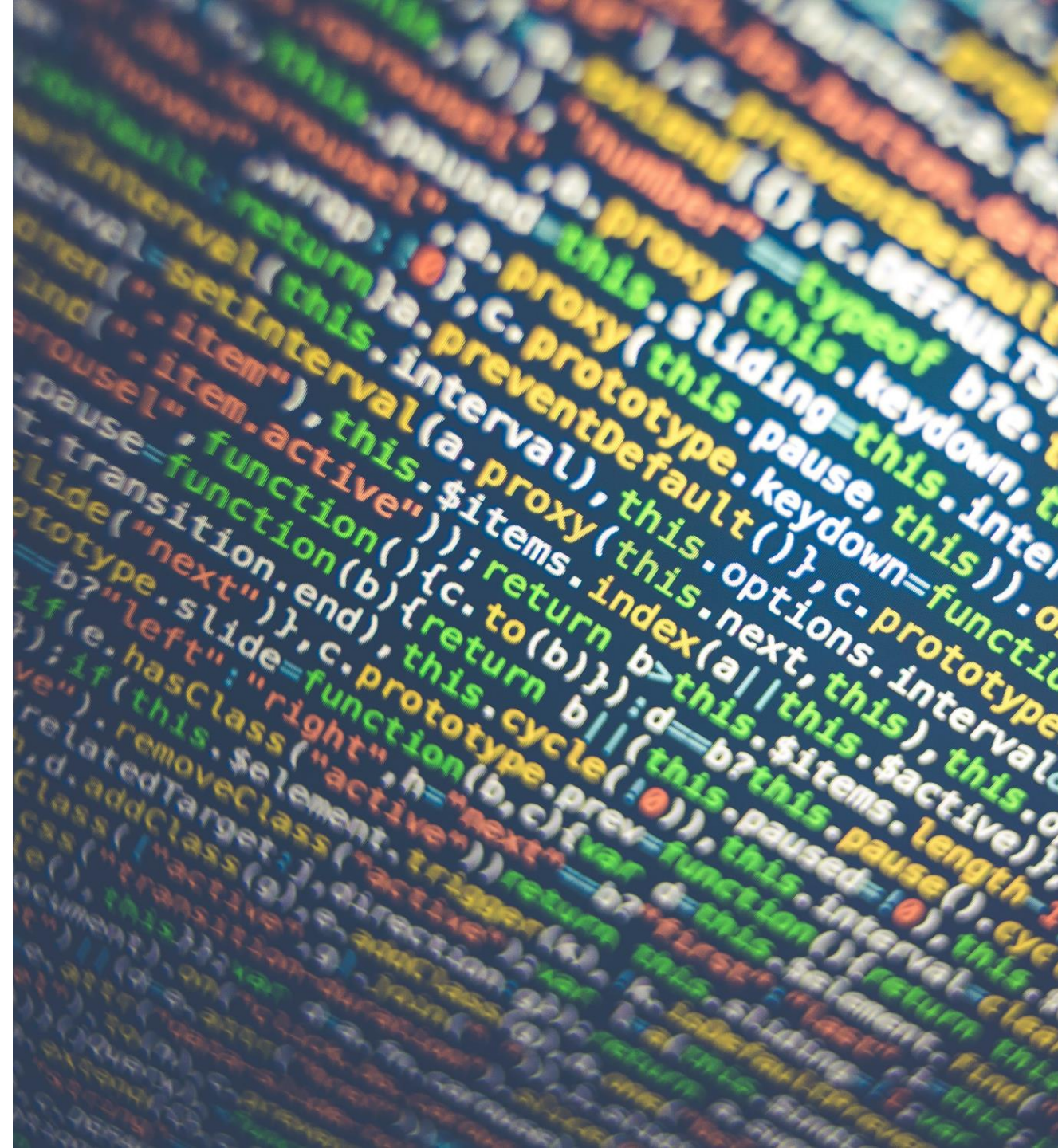
Tablet

11,61 %



JURA
TROIS-LACS
DREI-SEEN-LAND

**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

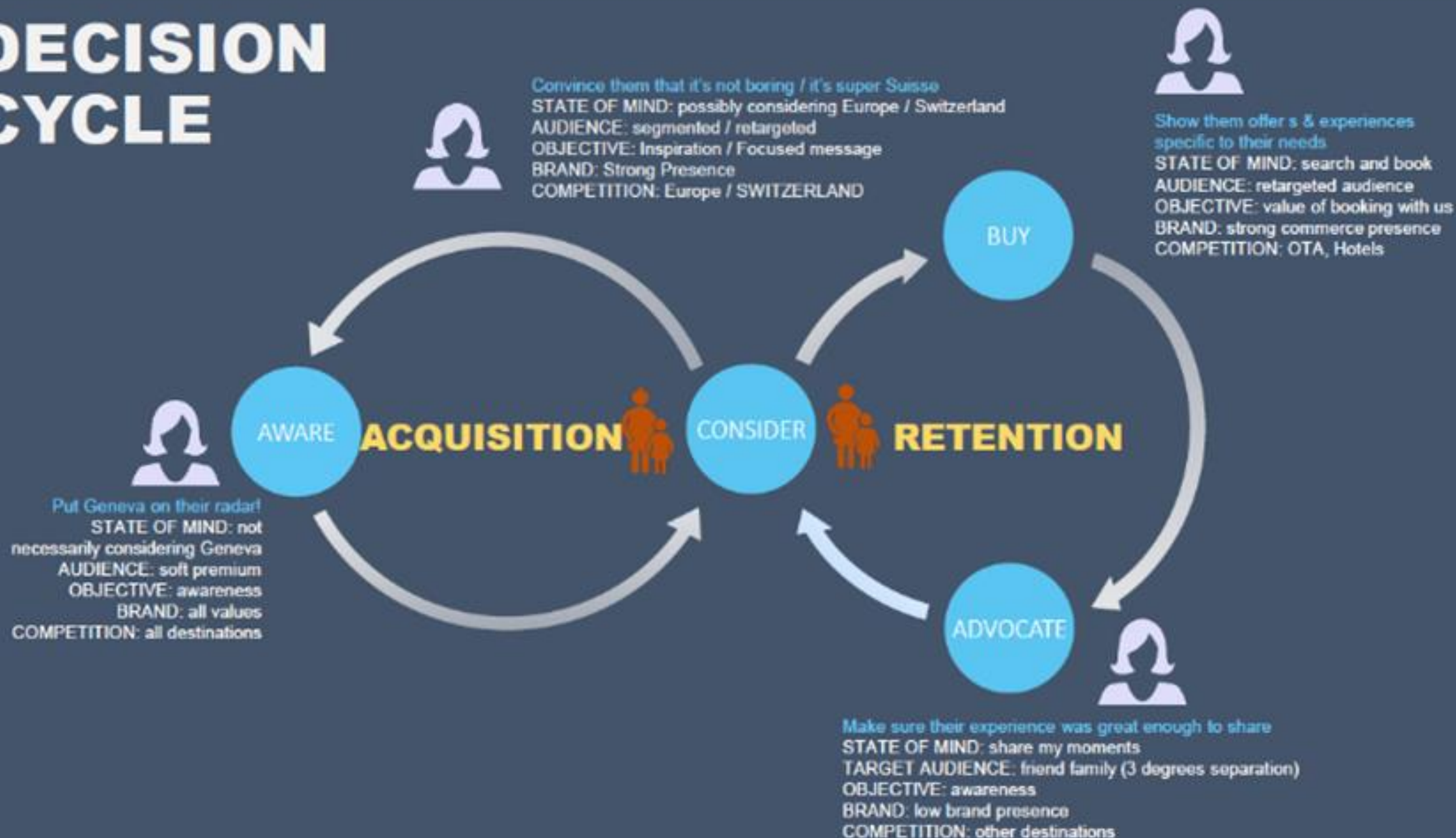
Passage du macro > micro

- 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)

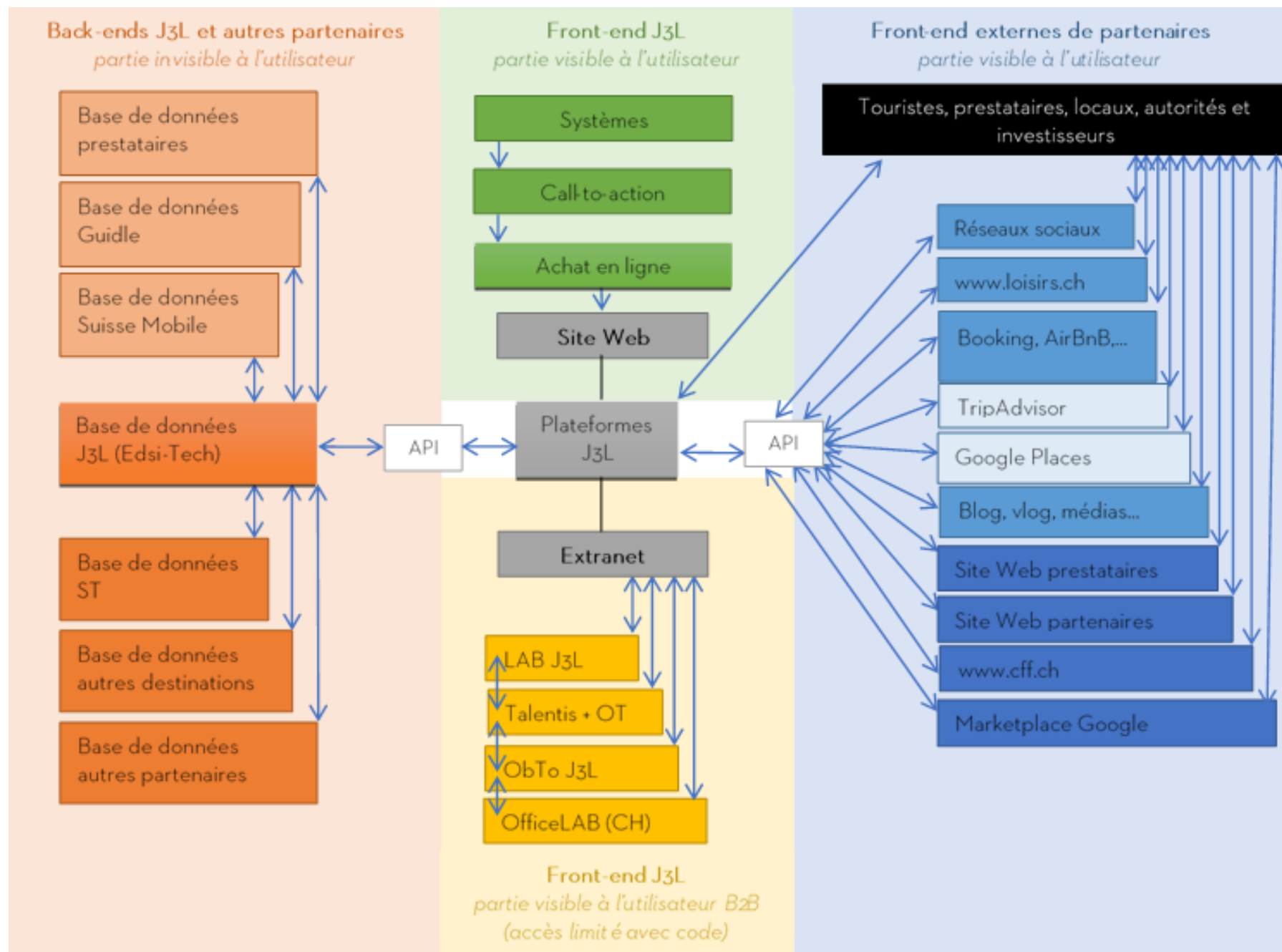
Vente en ligne

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

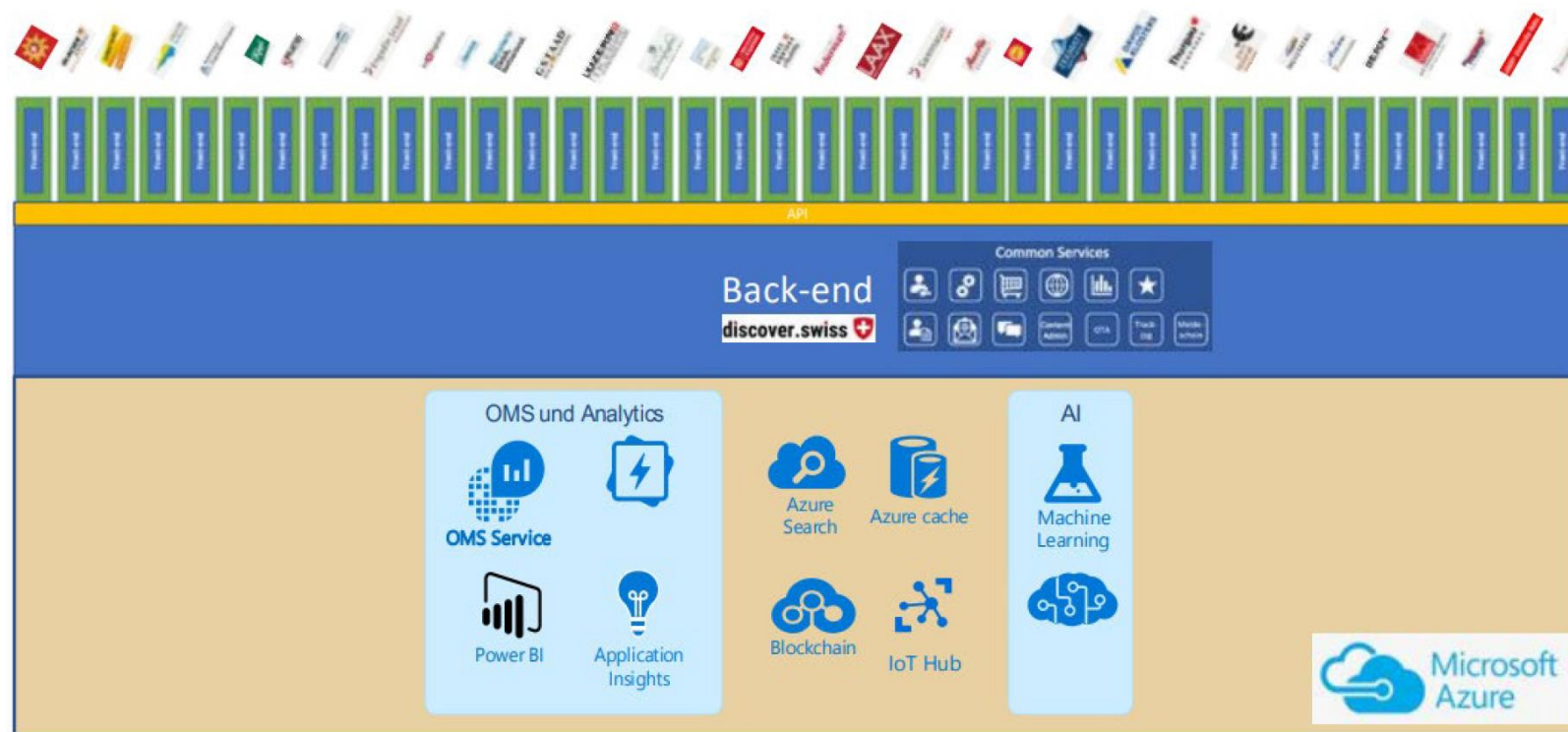
Etapes pour la réalisation

- 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