

Tourismexpress

L'actualité de l'industrie touristique

Pourquoi participer à une bourse touristique et laquelle?

Distribution, International · publié le 12 juin 2018 · Commenter



Ces dernières années, combien de fois avons-nous entendu parler de **réseautage**? Votre entreprise a 2500 «Like», elle est suivie par plus de 1000 personnes, etc. Il y a même des destinations qui ont fait le virage à 180 degrés pour aller vers les médias sociaux seulement et qui engagent du monde à temps plein, avec un très bon salaire, pour s'occuper seulement de ceux-ci. Pourquoi sommes-nous obligés de nous cacher derrière un écran pour faire notre marketing ou notre réseautage? On dit toujours que **le côté humain doit dominer** dans le domaine touristique. Est-ce que nous manquons de personnel qualifié pour les faire? Vous n'entendrez jamais dire: «J'ai fait une bourse touristique et j'ai rencontré 80 personnes – face à face» ou bien «Dans ma carrière, je dois être rendu à pas loin de 600 bourses et j'ai rencontré pas loin de 48 000 personnes»... et on vous traitera de fou!

Eh bien, je suis fou! Une bourse touristique est la **meilleure locomotive du réseautage** pour l'industrie touristique; vous avez la personne devant vous, qui vous présentera à une autre, et une autre, etc.! Mais j'oubliais, vous ne pouvez pas faire de bêtises, **vous devez être préparé**, pas comme les médias sociaux, et vous ne pouvez pas le faire dans votre bain!

Une bourse touristique est un endroit qui vous permet de rencontrer **plusieurs acheteurs, qui ont tous un intérêt commun**, sous un même toit, durant 8 à 12 minutes, pendant les repas, les soirées, les transferts et autres. Pendant toutes ces rencontres, vous allez apprendre à vous connaître, à savoir ce que le client désire, ce qu'il recherche et un peu de sa vie personnelle. C'est le **meilleur réseautage** que vous ne pouvez trouver au monde, un réseautage « **WYSIWYG - what you see is what you get** » et qui vous permettra de grandir dans la profession, autant que pour votre entreprise. C'est plus que les rendez-vous, c'est l'ensemble de l'événement. Ce sont les attentes entre deux rendez-vous où vous rencontrez un autre vendeur et vous échangerez, ce sont les rencontres imprévues comme au kiosque de fromages avec un acheteur et même aux toilettes! C'est d'apprendre à écouter ce que l'acheteur vous dit et lui répondre: « **J'ai la solution ou je vais vous trouver la solution** ». Si vous n'êtes pas caché derrière votre écran de cellulaire à « réseauter », vous vous rendrez vite compte tous les bénéfices qu'une bourse peut vous apporter, sans oublier le **côté humain** qui est encore important dans notre industrie.



Il y a **plusieurs sortes de bourses touristiques** et je reste loin des salons de consommateurs! (*Je n'ai rien contre les salons de consommateurs qui répondent à la demande pour certaines entreprises, mais ils ne sont pas pour toutes les entreprises et j'ai donné dans les salons de consommateurs – souvenir; Salon Vacances et Loisirs de Montréal!*).

Je qualifie les bourses, comme :

- Bourses avec rendez-vous et membres, comme NTA, ABA, SYTA,
- Bourses avec rendez-vous, comme Bienvenue Québec, RTO,
- Bourses sans rendez-vous comme Chinese Luncheon à la française, Québec Experience

Quelle est la meilleure? Il n'y a pas de meilleure ou de mauvaise bourse, il y a seulement de la mauvaise planification et des mauvais vendeurs! Il faut que vous alliez avec les buts de votre entreprise à court terme et long terme et les respecter avec une bonne préparation. Il faut toujours commencer par les bourses les plus simples, les plus proches et par la suite, varier avec d'autres. En réalité, il faut **grandir et évoluer dans le réseau de distribution**. Trop souvent, nous avons vu des entreprises aller directement à USTOA, ou en Asie, sans jamais avoir fait NTA ou visité les réceptifs locaux, pendant plusieurs années – elles essaient de **sauter les étapes** du réseau de distribution! D'un même côté, combien de vendeurs qui font **la même bourse depuis plus de 20 ans**, rencontrent les mêmes acheteurs depuis 20 ans et sont très heureux d'avoir 20 rendez-vous, ils ne cherchent pas plus – alors pourquoi ne pas prendre le téléphone et les appeler pour économiser de l'argent?! Combien de fois nous arrivons à une bourse annuelle et c'est **encore un nouveau vendeur** qui représente l'entreprise. La dernière, et c'est la meilleure, d'autres vendeurs rencontrent toujours les mêmes acheteurs aux bourses touristiques, **parce qu'ils ne connaissent pas les autres** – sans commentaire!

Le Canada a lancé en 2018 *l'Année Canada – Chine*; je me suis retourné et j'ai organisé une mini-foire spécialement pour ce marché à Toronto qui compte la plus grande concentration de réceptifs chinois au Canada – et pour suivre le réseau de distribution. **Mais Toronto c'est « dull »**, pour 2000\$ c'est ben plus le fun d'aller à Shanghai pour 9000\$! On parle **affaires**, ici, ou de beaux voyages? Où est la direction dans cette décision? Vous savez bien que les voyagistes chinois passent par des réceptifs chinois au Canada et qu'avant d'aller en Chine, vous devez **connaître les réceptifs dans votre cour!**



Hi François, thank you for arranging this event for us. I have already received group requests from some of the agents I met and working on quotes. It was a great event and I look forward to participating again the next time. Thank you. – Saverio Gioffre, Westmont Hospitality Group

Merci beaucoup François! Très content d'y avoir été et très satisfait de ces rencontres. Tu peux compter sur moi pour 2019. Merci encore et à bientôt. – Frédéric Johansen, Valcartier parcs | hôtels | spa

Peu importe la bourse que je vous choisirai, **elle demande beaucoup de préparation avant et après**; les bourses avec rendez-vous et si vous êtes préparé, vous aurez moins l'effet de surprise que les bourses sans rendez-vous qui vous demandent de très bien connaître votre produit/service pour répondre à tous les genres de questions, tant sur votre entreprise que sur votre région.

Maintenant, je sais que la direction regarde seulement les gros signes de \$\$\$\$. Le **Tour & Travel** est toujours considéré comme l'enfant pauvre des marchés, alors qu'il rapporte presque plus, sinon, plus que les autres. La direction vise trop souvent sur le corporatif et les médias, mais quand ceux-ci sont à la baisse, elle revient à la course au **Tour & Travel!** On connaît maintenant votre jeu et ne blâmez pas toujours la qualité de la bourse ou le vendeur! **La direction doit être impliquée dans le processus**, elle doit établir un budget pour les trois et les respecter, elle doit supporter le travail du vendeur à long terme; garder le même vendeur, le supporter dans sa préparation et lui offrir la chance de se développer pour au moins 3 ans. Elle doit équilibrer son budget pour assurer ce qu'elle obtient avec les médias et le corporatif « Bleisure », il y aura quelqu'un à l'autre bout pour l'offrir: **Tour & Travel!**

Dans tout ce texte, on peut se rendre compte que non seulement la préparation, la continuité et le réseautage dans une bourse sont importants, mais dans le fond, il s'agit d'**avoir aussi le bon vendeur qui fait la bourse de façon régulière**. Il y a des vendeurs présents sur les bourses qui ne connaissent pas ce qu'ils vendent, ne savent pas parler ou ne savent pas écouter l'acheteur, et qui sont fixés sur leur tablette électronique défilant des photos et bien souvent leur habillement ne projette pas l'image de l'entreprise; **n'oubliez pas, vous n'êtes pas derrière un écran**. J'ai rencontré comme acheteur des vendeurs à qui on était obligé de dire « Il nous reste 2 minutes de rendez-vous, peut-on savoir ce que tu as à nous proposer? » **Bourse Touristique = préparation + réseautage + vendeur + humain!**

Pourquoi ne pas faire affaire avec un **vendeur d'expérience**? Après tout, vous investissez sur cet événement. Hautement qualifié dans la préparation et la réalisation des bourses, avec un nombre d'année d'expérience, j'ai eu de bons professeurs, j'ai appris « sur le tas » et j'ai toujours fait mes suivis seul; on vient à connaître

l'historique de l'acheteur et même son adresse! **Pourquoi croyez-vous que je reçoive encore des courriels de la part de voyagistes aux Philippines, au Japon, aux États-Unis, etc., qui m'écrivent parce qu'ils recherchent des produits ou services au Canada? Je leurs réponds, j'envoie des « leads » à titre gracieux aux vendeurs; les mercis sont rares de leur part, pour satisfaire mon client qui lui me remercie! J'apprends continuellement, je modifie mon profil après chaque bourse selon les questions que les acheteurs me posent et le déroulement de mon « speech » de vente. Oui, je suis un des meilleurs! **Alors pourquoi ne pas utiliser mes services** – au lieu de payer ± 8 000\$ pour NTA, changer de vendeur à chaque année, perdre tous les contacts, **ne désirez-vous pas avoir l'esprit tranquille pour ± 2 600\$ et avec une continuité?****

Je vous souhaite un bon été 2018 et je vous laisse avec un exercice: prenez une personne de votre entourage et pendant 5 minutes, sans images, sans ordinateur et sans feuilles, vendez-lui votre service/produit. Regardez-la et suivez ses expressions, lors de votre énoncé. Si ses expressions sont négatives, changez de dialogue rapidement. Vous verrez, ce n'est pas aussi facile qu'on le pense!

François Jean Viel

Viel Marketing International inc.

francois@vielmarketing.com

(Je donnerai pour Bienvenue Québec plusieurs [webinaires de formation](#) en français)

Lire aussi: [Préparation et coûts reliés à une bourse touristique](#)

Tags: [distribution](#) [François Jean Viel](#) [consultant](#)