

Tourismexpress

L'actualité de l'industrie touristique

Promouvoir votre entreprise hors Québec et interagir avec vos clients

[Distribution](#), [International](#) · publié le 26 avril 2017 · [Commenter](#)

François Jean Viel partage avec vous son expérience personnelle comme **outil de base pour devenir un bon commercial**. Plusieurs années à parcourir le monde, plusieurs anecdotes, plusieurs petits trucs, pour à la fin vous offrir les services qu'il met à votre disposition.



Quelle est la place que vous réservez à la **commercialisation** et au **développement** de votre entreprise touristique ? Avant de monter le premier pilier de votre entreprise, avez-vous pensé comment vous alliez la **promouvoir**, la **faire connaître**, et la **développer** à long terme ? Avez-vous gardé une portion de votre **budget** pour faire la promotion ? Toutes ces questions sont importantes pour les bonnes fondations de votre entreprise et de son développement. Vous pouvez toujours engager une personne qui fera la promotion, **mais à quel prix et avec quelle connaissance du marché et des clients**. Bien souvent, nous avons peur de laisser aux soins d'une personne étrangère la responsabilité de promouvoir notre entreprise, mais nous sommes prêts à le faire sur les réseaux sociaux ou bien nous préférons dépenser des sommes importantes pour des études, **alors qu'il s'agirait d'avoir la bonne personne sur « le plancher des vaches »**.

On peut en rire, mais la réalité est telle que nous suivons les études des grands, pour quelques fois se retrouver à **dépenser beaucoup plus**, pour un **retour sur l'investissement médiocre** ! Il y a encore beaucoup de voyagistes ou agences de voyages, dans notre cour arrière qui ne connaissent pas ce que nous pouvons leur offrir, alors avant de sortir de notre cour et de faire des fabuleux voyages, **posons-nous les bonnes**

questions – connaissons-nous assez bien le réseau de distribution ? Avons-nous établi de bonnes relations avec le réseau dans notre cour arrière ? Sommes-nous assez professionnels dans notre approche pour offrir aux clients une personne contacte de longue durée, qui va mériter leur confiance ?

Et c'est alors que **Viel Marketing** arrive ! VMI est une **firme de consultants, ventes, marketing et de représentation** qui a pour soucis de promouvoir votre entreprise auprès des segments de l'industries touristique et des voyages. Tous ces mots se résument en une personne **François Jean Viel**. C'est moi ! Né à Montréal, a fait sa puberté à Québec, a passé ses étés dans le plus grand centre de vacances du Québec; Saguenay Lac-Saint-Jean, a visité ses grands-parents en Gaspésie, s'est cassé une jambe dans les Laurentides et est devenu adulte en étudiant avec les anglais à York University, Toronto. J'ai commencé ma carrière comme **agent d'information touristique** à Notre-Dame-du-Portage où les champs de blé d'inde sur le bord du Saint-Laurent sont plus riches que l'on pense, pour ensuite devenir **accompagnateur de voyages** à travers le Canada et les États-Unis. Le jeune du groupe devait gérer des voyages pour des groupes de 45 à 50 personnes, d'une durée de 14 à 21 jours; il était alors médecin, psychologue, animateur, prêtre, enfant, amoureux mais surtout curieux de découvrir, comme pour ses milliers de ses passagers de nouvelles régions ! Après mes études universitaires, **il était temps devenir sérieux**, comme mes parents disaient toujours ! Alors, j'ai trouvé un emploi pour un **voyagiste / réceptif** à Toronto. Quand on parle de formation, eh bien la mienne, je l'ai eue dès le premier jour assis à un bureau à répondre aux demandes des clients d'Europe et à faire des devis, quand la personne qui me donnait la formation, me lisait les nouvelles du Toronto Star. C'était le temps du télex avec le ruban... vous savez un coup en avant, deux coups en arrière pour effacer ! **Voilà ma formation, avec de longues journées et des nuits assez courtes.**

Mais bon, je croyais en ce marché, j'avais une **vision à long terme** et une **passion** et les gens le voyaient bien. De nouveaux programmes sont alors venus sur le marché – vous savez le voyage entre Montréal et Québec en passant par les Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec et Chaudière-Appalaches, j'en ai les droits !

Je prends de l'expérience, et je débarque en France – non je m'excuse en **Europe** ! Je vaquais à ma passion, pour répondre à la demande des clients, je montais mon propre **réseau d'hébergement** chez l'habitants francophones en Ontario, avec des familles à Niagara Falls, Penetanguishene, et North Bay. Tandis que mes collègues visitaient la France, moi j'avais des rendez-vous avec l'**O.R.T.F.** en France et signait un contrat qui représentait plus de **2 000 personnes par année** en Ontario et ce pour cinq ans !

Un jour, une grande dame de France m'approchait, lors d'une réception pour me dire : « **Vous savez monsieur Viel que vous êtes très connu sur la place de Paris!** » J'avais 27 ans.

Je continue, je me retrouve en **Chine**, au **Japon**, en **Corée**, en **Russie**, en **Israël**, en **Turquie** sur le coin des rues avec mes cartes et mon sac (nous sommes maintenant rendus au temps des « fax ») que les clients m'envoyaient pour m'indiquer comment se rendre à leurs bureaux; des fois les carte s'étaient à l'envers, et d'autres fois certaines personnes me demandaient si j'avais le temps...mais je me retrouvais !

Alors ceux qui se plaignent d'être partis une semaine, **imaginez-vous être parti pour 5 mois, 3 continents** et deux mois à me réveiller en me demandant où j'étais. J'adorais ce que je faisais et en plus d'avoir lancé de nouveaux programmes, comme « **English can be fun!** » je laissais de côté la tendance à battre les prix d'un voyageur qui vendait des programmes à ± 800 \$ tout compris et qui ravageait le marché – tiens ça me fait penser un marché que l'on essaie d'avoir en 2017, comme l'histoire se répète – on décide alors d'orienter la compagnie sur les **groupes haut de gamme**. On en a passé des Conseils Généraux de France, des compagnies comme Atochem, les boulangers de Strasbourg, des investisseurs de 30 pays dans un même groupe à voyager à travers le Canada en 10 jours, des robes de chambres disparues à la suite de la visite du groupe, des visites à l'hôpital où je devais assister le médecin (homme-homme), etc. de belles histoires !

Et les histoires font le tour, et **Tourisme Canada** (avant avant avant Destination Canada) m'a demandé de faire une **présentation d'une heure** sur le potentiel du marché francophone de l'Europe en Ontario. Il avait entendu par la presse et les fournisseurs, **mes mouvements en Ontario** !

Mes clients **pouvaient voir ma passion dans mes itinéraires**, je ne leurs offrais pas seulement; une arrivée, un départ, on embarque, on débarque, etc. je vivais avec le client le voyage qu'il allait faire. Bien des fois, je ne suis fait reprocher de m'étendre dans le bureau, mais quand je travaillais, non « voyageais » sur un itinéraire; les cartes, les guides tous étaient ouverts. Ainsi, je suis devenu **l'homme aux longs « télex » et**

« **fax** », mais j'avais le respect de mes clients. J'ai toujours respecté les **24 heures d'attente** (même au prix de laisser quelques soirées avec amis ou familles) pour leurs répondre. J'ai acquis leur **confiance** et leur **fidélité** (le mot se trouve encore dans le dictionnaire !)



Il faut dire que je savais aussi parler de ma **région**, de ma **province** et de mon **pays** et je n'hésitais pas à les référer ! J'avais toujours la réponse à une question ou une connerie, et si je ne l'avais pas, je pouvais passer la nuit à la trouver !

Le tourisme était alors avec des hauts et des bas. On ne reconnaissait jamais la valeur du tourisme ou des personnes qui travaillaient en tourisme et les employeurs ne payaient pas. Alors à force de jouer à l'élastique avec le salaire d'un employé, il finit par casser !

Je me retrouve maintenant dans la **fonction publique, parapublique...ouf** ! Je me faisais alors demander quelle vitamine que je prenais, pour les laisser de côté, car j'énervais le monde qui pensait à leur retraite ! Le plus grand défi pour moi a été **comment je peux déjouer le système** et arriver à mes fins. Vous allez être surpris, mais j'y suis arrivé avec **mon troc, mes magouilles, entre deux rapports** ! Mon destin continue, je me retrouve en Uruguay à donner une **conférence de deux jours** sur le tourisme, accompagné d'une « grande » personne de Montréal qui avait donné sa présentation de trois heures et moi, je devais meubler le reste du temps. À la fin de sa conférence, il me regarde et me dit : « Je ne sais pas ce que vous avez dit ou fait, mais **les gens ne jurent que par vous** ! » Mais ceci ne m'a pas donné un job de « grand » ! **Je continue mon petit chemin**, si petit soit-il, à passer des nuits avec des clients asiatiques dans une chambre d'hôtel à fumer (même si interdit et ils ont payé le 250\$), à manger avec eux des spécialités allant des estomacs de grenouille à la salive d'hirondelle (très bon en passant) disposées sur du papier journal, à boire (faire les keon-baie, les kampaï avec eux – j'ai appris un truc !!) et à jouer à leur jeu, pour finir à trois heures du matin. J'ai reçu aussi des clients à la maison, à leur faire des cretons, des crêpes (quand Pierre Faucher n'était pas là), à leurs faire visiter des coins inconnus, etc. Oui, j'en ai passé du temps avec les... non **mes clients**; à les **connaître** et à les **respecter**.

Et je me retrouve à l'heure du démon du midi... quand je prends mes **premières vacances officielles** et que je m'envole pour le **Costa Rica**... Excusez, mais ce n'est pas la fin. J'ai pris quatre semaines, dans une famille costaricaine et j'ai suivi des cours d'espagnol. J'ai fait la même chose à l'année suivante et dans l'avion, je me posais toujours la même question – **pourquoi je ne peux pas prendre des vacances comme tout le monde à me reposer et faire de la plage**... Non, il fallait que je découvre, rencontre du monde, j'échange avec eux et c'était ma vie. Même, les professeurs **s'arrachaient pour m'avoir** d'une semaine à l'autre, car

avec moi, **ils ne savaient jamais à quoi s'attendre**. Alors, vous pouvez-vous imaginer que le professeur qui a décidé de m'apprendre les parties du corps en espagnol a été comblé – les bons et mauvais mots !

J'ai été souvent comparé à un « **WYSWYG** » (*what you see is what you get*) et je ne suis pas un ordinateur, mais combien de fois, les gens me contactaient pour savoir ce que j'en pensais car il savait qu'**avec moi, ils allaient avoir les couleurs justes**. Pas de grandes études, mais présents sur les marchés et sur le plancher des bourses, où se trouve la réalité !

Mais la lourdeur du domaine parapublic et public devenait plus difficile à supporter. C'était le temps de l'Internet où vous deviez attendre que la petite balle du coin cesse de rouler avant d'écrire et j'ai été pris dans l'engrenage; **je suis tombé en amour**. J'aurais pu prendre quelqu'un près de chez moi, mais pourquoi faire si facile ! Marié à Québec, parti pour la **Colombie** pour une année !

À notre retour, j'ai fait face à la réalité des choses ! Il était temps pour moi de me donner le coup pied, dans la partie du dos qui perd son nom et démarrer ma première compagnie. **Viel Marketing International** (VMI) a vu le jour, pour se retrouver à **Vancouver** et par la suite à **Toronto**, où je suis toujours ! Pourquoi ? Le destin, le travail, la vie, les facilités aériennes, **mais mes racines sont encore au Québec**.

Mes réalisations, il y a eu plusieurs. Mes meilleures réalisations furent cependant; O.R.T.F., mon réseau d'hébergement en Ontario, l'accompagnement d'un groupe de 90 personnes en Chine pour chercher quelqu'un dans la Cité Interdite et visiter les hôpitaux de Shanghai, l'organisation de deux post-tournées Rendez-vous Canada en Ontario, du voyage de journalistes pour ELF Atochem lors du lancement de son usine à Bécancour, du Québec City Express Bus, de la soirée du Pass Bureau Association dans un centre congrès en construction; plancher de ciment et sans fenêtre, les soirées gastronomiques aux États-Unis avec les voyageurs, les soirées à l'école Pacific Institute of Culinary Arts à Vancouver, les Discover Québec, l'organisation de la venue du comité de direction de SYTA, American Airlines, mes webinaires et bien d'autres et pourquoi ? **Parce que les gens en parlent encore, après 15, 10, 5 années !**

Le présent maintenant et que l'on fait un site Internet, on utilise les mots du « grand monde »* et les grandes histoires, mais en réalité j'**offre des services de représentation, de bourses touristiques** et j'ai démarré l'idée des « **coûts partagés** ». Bien des grands termes, pour dire quoi ?

Les services de représentation fonctionnent avec un contrat d'une certaine durée. C'est un travail de 7 jours par semaine 24 heures sur 24. Il ne s'agit pas d'un travail d'une fois mais bien d'un **travail continu**; d'une liste de clients à qui vous envoyer un courriel pour parler de votre entreprise, à des journalistes qui veulent en savoir plus sur vos nouveautés, des appels pour demander des renseignements, des clients que vous rencontrez lors de missions commerciales et continuellement être à l'affût des possibilités pour bien faire connaître votre entreprise touristique aux bonnes personnes. Ma compagnie est comme un marchand de légumes; aujourd'hui qu'avez-vous de frais à nous offrir ? **Alors, je lance ma salade !**



Ah ! c'est le fun, vous voyagez beaucoup ! **Un salon comme NTA se gère et prend du temps.** Dès que la liste des acheteurs est sortie, chacun des acheteurs reçoit un courriel de ma part avec la description des entreprises que je représente. Je fais ma liste des rendez-vous, avec ceux que je dois rencontrer et ceux que j'aimerais rencontrer et **je ne mets pas aucune barrière**; ils vendent seulement l'Ontario, d'accord peut-être qu'ils ne connaissent pas le Québec ou ils ont peur... ils vendent seulement des programmes de gastronomie... d'accord pourquoi ne pas faire une tournée gastronomique en découvrant les spécialités des monastères au Québec, etc. À mon retour, je fais parvenir les « **leads** » aux bonnes entreprises et je fais un **rapport** sur chacune des entreprises rencontrées avec mon WYSWYG, tout cela dans une **banque de données**, que vous recevez à la fin de l'activité.

Et bien entendu, quand j'arrive au salon, avant même de m'inscrire, je peux parler à deux, trois ou quatre clients, pour dire « Hello » ou pour parler des tendances du marché, etc. Quand le salon commence, **je ne me contente pas de mes 10 ou 30 rendez-vous...** j'ai des trous, j'ai déjà ma liste d'acheteurs et je me glisse à l'anglaise pour les rencontrer ! Et le tout ne s'arrête pas là ! J'arrive toujours à placer toutes mes entreprises, pendant des interviews ou des rencontres avec les acheteurs, **il suffit seulement d'utiliser son bon sens et de connaître ses entreprises.**

Représentation veut dire aussi **mettre à jour votre site Web** (limité), **annoncer sur les réseaux sociaux, créer une liste de clients et parler de vous quand l'occasion se produit.** C'est un projet à long terme qui suit le développement de votre entreprise et qui la fait connaître simultanément aux clients.

Mais tu ne connais pas le produit ? Humm... **je prends le temps de visiter les entreprises que je représente.** Je ne tiens pas à connaître votre quotidien, mais je tiens à voir **comment je peux la vendre** et dans votre discours de vente, j'arrive toujours à trouver des **points forts** pour le faire. Je ne suis pas obligé d'être dans un bureau 7 jours par semaine pour connaître les forces, les faiblesses, et les chicanes d'une entreprise.

Je me permets aussi de vous donner des **suggestions**, quoi **améliorer** ou faire pour rendre votre entreprise plus intéressante et malheureusement, je n'ai pas encore appris à vendre mes grandes études des marchés ! (En passant, vous êtes-vous déjà demandé qui a été contacté pour faire votre étude de marchés ?) Je vous apporte le sapin de Noël pour votre entreprise, c'est à vous de le décorer pour **attirer le client.**

Nous offrons aussi la **représentation ad hoc**, lors des différents salons. Il s'agit de vous représenter lors d'un salon comme NTA, ABA, « sales calls », etc. Il s'agit d'une représentation plus allégée, sauf que cette dernière **commence avec le salon et se termine avec le salon.** Beaucoup d'entreprises qui veulent garder une

présence (non nécessairement développer) sur ces marchés vont utiliser ces services. **Vous n'êtes pas obligés d'être membre de l'Association.**

Avec une approche différente et comme tout le monde se plaint toujours des prix exorbitants des salons, j'ai commencé à **promouvoir les « Coûts partagés »**. Je fais un salon, j'approche mes clients et ils reçoivent l'information; le prix, ce qu'ils doivent faire, etc. Alors, pour une semaine de « sales calls » en Ontario, le prix peut varier entre **981\$ à 1 635\$** - tout compris, pour un ABA, on peut parler de **1 257\$ à 2 096\$ CAD** - tout compris. Alors calculer combien vous reviendrait d'envoyer une personne sur place, son salaire, ses dépenses, sans pour autant dire sa connaissance de la bourse touristique.

Oui, mais **comment pouvez-vous vendre des entreprises en 7 minutes** ? Première des choses, je ne commence pas par déployer mon iPad, mon iPhone, mon cartable – **je passe aux choses directes** (mon secret). J'utilise aussi mon bon sens, je ne pousserai pas pendant 7 minutes une auberge de jeunesse à quelqu'un qui vend des groupes seniors ! Il faut trouver la balance des choses et ceci se fait par **l'expérience et la connaissance du client.**

Je ne négocie pas de prix ou je ne fais pas des promesses, je garde ceux-ci pour vous !

Nous ne sommes **pas limités aux salons aux États-Unis et Canada seulement**, vous verrez sur notre site Internet que la liste des salons que nous avons faits dans le passé est assez longue ! Oui, je suis en affaires pour faire de l'argent, et vous ? Non, je ne suis pas en affaires pour profiter des gens. **Je respecte mes clients et mes acheteurs** et je garderai toujours ce côté de moi qui fait que mon professionnalisme est reconnu et que je vois à long terme, même si je suis quelques fois WYSWYG !

François Jean Viel
Directeur
T. 647-502-1161
francois@vielmarketing.com



* Sol – La belle Affaire

Tags: [commercialisation](#) [François Jean Viel](#) [hors-Québec](#)