

Déterminer vos clients types à l'aide du QE	Peaufiner vos produits à l'aide du QE	Offrir des forfaits d'expériences à l'aide du QE	Décrire votre expérience à l'aide du QE	Évaluer et choisir des images à l'aide du QE	Promouvoir et vendre votre expérience à l'aide du QE
---	---------------------------------------	--	---	--	--

Préambule : Un aperçu de la boîte à outils sur le QE

Vous voulez rendre votre produit plus attrayant aux yeux des consommateurs et stimuler vos ventes?

Se fondant sur l'outil de recherche primé de la CCT, la boîte à outils sur le QE vous aidera à trouver et à conserver vos clients types. En plus de vous fournir les renseignements vous permettant de mieux comprendre vos clients, la boîte à outils propose des stratégies concrètes qui vous aideront à améliorer vos activités de marketing et à augmenter vos ventes.

La conception modulaire de la boîte à outils vous permet de choisir les sujets qui vous intéressent, qu'il s'agisse de la création d'un excellent produit ou forfait, du choix de descriptions et d'images efficaces pour votre site Web ou votre brochure, ou de l'intégration du QE à vos stratégies de médias sociaux.

Cet aperçu vous aidera à établir votre propre parcours d'apprentissage pour l'utilisation du QE, qui commence par une bonne compréhension de vos types de QE cibles.

Qu'est-ce que le QE?

Élaboré pour la CCT, le Quotient explorateur^{MD}, ou QEMD, est un système novateur de segmentation du marché qui vous donne accès à des études de marché primaires de grande qualité.

La segmentation du marché est une technique d'analyse marketing regroupant les clients en « segments » selon des critères communs, comme les facteurs démographiques et géographiques, les intérêts ainsi que les comportements de voyage. Elle permet aux spécialistes du marketing de cerner et de comprendre les segments les plus susceptibles d'être interpellés par le produit ou l'expérience qu'ils vendent.

La méthode du QE se fonde quant à elle sur la science de la psychographie, qui est issue des analyses démographiques. Ne se limitant pas à segmenter les voyageurs selon l'âge, le revenu et l'origine, la psychographie s'intéresse aussi aux valeurs sociales et aux visions du monde, qui influencent profondément les décisions d'achat et de voyage. En tenant compte de tous ces facteurs, le QE brosse un tableau détaillé non seulement des renseignements démographiques, de l'origine, des comportements et des motivations des voyageurs, *mais aussi* de leurs valeurs sociales et touristiques. Il répartit ces voyageurs en différents groupes psychographiques, soit les types d'explorateur.

Avant de commencer...

Vous avez besoin d'un petit rappel? La [vidéo sur le QE](#) propose un survol de l'élaboration du QE et une présentation des types d'explorateurs.

Avant d'utiliser la boîte à outils, vous auriez avantage à vous familiariser avec les [profils du QE](#). Ce guide de référence vous aidera à comprendre les caractéristiques des types de voyageurs, y compris les valeurs personnelles, les attitudes et les motivations de voyage qui influencent leurs décisions d'achat.



*Toutes les ressources mentionnées peuvent être consultées sur le site Web d'entreprise de la Commission canadienne du tourisme au canada.travel/entreprise, sous l'onglet « Ressources ».

Vous préparer à apprendre

Voici quelques suggestions qui vous aideront à vous préparer à cette expérience d'apprentissage et à mettre en pratique les idées qui en découleront.

Réunir votre équipe

Envisagez de travailler en équipe pour apprendre comment utiliser le QE. Réunissez des membres du personnel, puis creusez-vous les méninges ensemble pour parcourir les modules et chercher des réponses aux questions des feuilles de travail. Les idées qui germeront seront ainsi bien soutenues au sein de l'organisation.

Vous pouvez aussi solliciter l'aide d'intervenants qui s'intéressent à votre organisation. En invitant des fournisseurs à participer, par exemple, vous vous assurez de leur compréhension du QE et de leur collaboration quand vous apporterez des changements. Pensez aussi à consulter vos clients; ils savent mieux que quiconque en quoi consiste l'expérience de votre produit!



Vous montrer créatif

Apprendre peut être amusant, surtout si l'on s'y prend de façon créative. Trouvez des manières d'encourager le personnel ou vos fournisseurs à se familiariser avec le QE. Chaque personne pourrait incarner un type de QE pour une journée (en se basant sur les [profils du QE](#)), puis devenir l'expert de ce type tandis que vous étudiez les modules. Faites un jeu de rôle pour vous mettre dans la peau de vos clients types. Pourquoi ne pas changer l'environnement d'apprentissage? Vous pourriez décorer la salle de réunion d'immenses photos de vos clients en train de goûter pleinement votre produit afin d'inspirer votre équipe.

Élaborer un plan de mise en œuvre

Tandis que vous parcourez les modules, vous serez submergé d'idées géniales d'améliorations à apporter à votre produit et à vos stratégies de marketing. Mais soyez réalistes : il faut gérer ces changements et adopter un rythme que votre organisation peut suivre. C'est pourquoi il est utile d'établir un plan de mise en œuvre s'échelonnant sur un à trois ans et de confier à un membre de l'équipe la responsabilité de le garder à jour. Commencez par de petits changements significatifs qui donneront un élan à votre organisation alors qu'elle emprunte une voie d'avenir inspirée du QE.

Responsabiliser le personnel

Chaque membre du personnel, qu'il travaille à la réception ou à l'administration, verra ses fonctions influencées par le QE. L'organisation mettra de plus en plus l'accent sur le client. Les responsables des ventes choisiront des salons correspondant aux valeurs de leurs types de QE cibles. En s'appuyant sur le QE, les administrateurs établiront des budgets axés sur les priorités des clients. Durant les réunions d'équipe, vous pourriez donc demander aux employés de relater en quoi le QE a changé leur façon de travailler. Leur enthousiasme pourrait être contagieux!

Il est maintenant temps d'entamer le parcours d'apprentissage sur le QE

Savez-vous qui sont vos clients types?

Pour mieux répondre aux besoins de vos clients types, vous devez d'abord les cerner et les comprendre. C'est ainsi que vous serez en mesure d'améliorer votre développement de produits et votre positionnement.

Grâce au QE, vous pourrez déterminer les types d'explorateurs qui correspondent le mieux à votre produit ou à votre expérience. En connaissant vos types de QE cibles, vous serez prêt à relever n'importe quel défi de développement de produits ou de marketing.

C'est pourquoi [Déterminer vos clients types à l'aide du QE](#) est le module de base de la boîte à outils.

[Déterminer vos clients types à l'aide du QE](#) vous aidera progressivement à trouver les types de QE que vous devriez cibler, la première étape consistant à définir les principaux arguments de vente de votre organisation et à les associer aux types de QE correspondants.

Survol des autres modules de la boîte à outils sur le QE

Peaufiner vos produits à l'aide du QE

Repensez votre offre de produits en adoptant le point de vue de vos clients types. Trouvez des idées en vous appuyant sur ce qu'ils recherchent lorsqu'ils voyagent, et augmentez l'attrait de votre produit. Concevez une expérience à laquelle vos clients ne pourront pas résister!

Offrir des forfaits d'expériences à l'aide du QE

En vous fondant sur les préférences de voyage de vos types de QE cibles, créez un forfait axé sur des expériences qui les interpellent. Choisissez un thème pour harmoniser l'expérience et une pièce maîtresse pour l'ancrer. Puis concevez, nommez et établissez le prix du forfait selon les valeurs de vos clients.

Décrire votre expérience à l'aide du QE

Définissez et rédigez des descriptions attrayantes de votre expérience en tenant compte des valeurs et des préférences de voyage de vos types de QE cibles. Apprenez à attirer leur attention et à les inciter à répondre à votre appel à l'action!

Évaluer et choisir des images à l'aide du QE

Dans l'optique du QE, choisissez des images qui capteront l'attention de vos types de QE cibles. Découvrez en quoi les images jouent un rôle critique pour communiquer à ces clients l'attrait de votre produit ou de votre expérience, et le plaisir qu'il ou elle suscite.

Promouvoir et vendre votre expérience à l'aide du QE

Augmentez vos profits en concevant des messages promotionnels efficaces qui interpellent vos clients types. Apprenez à influencer le processus de prise de décision de ces clients, et concluez la vente plus rapidement.

La balle est dans votre camp!

Voici ce que vous trouverez dans chaque module

Guide étape par étape

Que vous formiez une équipe (fortement recommandé) avec des membres du personnel, des fournisseurs, des clients, voire des amis et des parents, ou que vous travailliez seul, chaque module est conçu pour vous guider dans un processus de réflexion logique vous permettant d'appliquer les principes du QE aux différents aspects de vos activités.

Feuilles de travail

Chaque module contient au moins une feuille de travail, qui vous aidera à traduire ce que vous apprenez en stratégies concrètes s'appliquant à vos activités touristiques.

Exemples concrets

Chaque module contient des exemples d'application du QE par de vraies entreprises, ce qui vous permet de vous représenter comment la mise en œuvre des étapes prend concrètement forme. Grâce à ces exemples, vous pourrez donc voir le QE en action.

Suggestions pour la suite des choses

Vous pouvez établir vous-même votre parcours d'apprentissage en décidant de l'ordre des modules, quoique chacun d'entre eux suggère le module sur lequel vous devriez ensuite vous pencher.

Références photographiques

Page 2 : Shaw Festival Theatre, Stratford, Ontario (Cosmo Condina Photography)

Page 3 : Traîneau à chiens Wapusk, Manitoba (Commission canadienne du tourisme)

Page 4 : Parc provincial Writing-on-Stone, Alberta (Travel Alberta)

Remerciements aux étoiles du QE

Voici la liste des organisations touristiques canadiennes qui sont mentionnées dans les modules de la boîte à outils sur le QE. Nous les remercions sincèrement d'avoir raconté comment elles ont su tirer avantage du QE et en quoi cet outil avait influencé leurs activités.

- Alpine Helicopters, Alberta
- CapeRace Cultural Adventures, Terre-Neuve-et-Labrador
- Haut-Da Cieux de la Tour CN, Ontario
- Earth Rhythms au parc national du Mont-Riding, Manitoba
- Great Divide Nature Interpretation, Alberta
- Great Spirit Circle Trail, Ontario
- Précipice à bisons Head-Smashed-In, Alberta
- Heritage Park Historical Village, Alberta
- Remington Carriage Museum, Alberta
- Snowy Owl Tours, Alberta
- Gîte touristique The Deakins on Mountainview B&B, Ontario
- Tigh-Na-Mara Seaside Spa and Resort, Colombie-Britannique
- Frissons avec vue, Ontario

Nous attendons vos commentaires

Vous vous servez du QE pour améliorer un aspect de votre entreprise? N'hésitez pas à nous transmettre vos commentaires en nous écrivant à experiences@ctc-cct.ca.



Vous êtes prêt? Commencez votre apprentissage!

Plongez-vous dans [Déterminer vos clients types à l'aide du QE](#) et entamez votre parcours d'apprentissage!

Boîte à outils sur le QE^{MD}

Déterminer vos clients types à l'aide du QE

Peaufiner vos produits à l'aide du QE

Offrir des forfaits d'expériences à l'aide du QE

Décrire votre expérience à l'aide du QE

Évaluer et choisir des images à l'aide du QE

Promouvoir et vendre votre expérience à l'aide du QE