



Digital Commerce 2022

4^{ème} édition avec le soutien du
Plan de Relance de la Wallonie

26/08/2022

Agence du Numérique

sni syndicat neutre pour indépendants

VISIT Wallonia .be

IFAPME

Fédération HoReCa Wallonie

digital commerce | digital wallonia .be

1

Programme événement de lancement de Digital Commerce 2022 (26/08/2022)

- **09h30** : Accueil
- **10h** : Petit déjeuner
- **10h20-10h45** : Mots de bienvenue et présentation des actions par les partenaires du Programme Digital Commerce 2022. Raymonde Yerna, administratrice de l'IFAPME, Benoit Hucq, directeur général de l'Agence du Numérique, Christophe Wambersie, secrétaire général du SNI, Olivier Daloze, directeur de VisitWallonia et Pierre Poriau, président d'Horeca Wallonie.
- **10h 45-11h** : Discours de madame Valérie De Bue, Ministre du Tourisme et de monsieur Willy Borsus, Ministre de l'Economie.
- **11h05-11h25** : Enquête d'impact de Digital Commerce 2021 et présentation de la nouvelle édition par Hélène Raimond, Program leader, AdN.
- **11h30-11h45** : Success story e-commerce de la Villa Balat à Jambes, madame Muriel Charon, gérante.
- **11h45-12h** : Success story e-commerce d'Ardenne Etape, monsieur Philippe Neumann, directeur.
- **12h** : Repas
- **13h30** : Après-midi libre à Walibi

Animation de la matinée par Renaud Delhay, expert senior en e-business, AdN

Agence du Numérique | digital commerce | digital wallonia .be

2



Raymonde Yerna

Administratrice Générale de l'IFAPME

3



PRW

« Digital Commerce »

Kick off du 26/08/2022

Présentation : Raymonde YERNA
Administratrice générale

IFAPME



4

L'IFAPME, une alliance public/privé

**Institut wallon de Formation en Alternance
et des indépendants et Petites et Moyennes Entreprises**

- **Organisme d'Intérêt Public (OIP)** de la Région wallonne – secteur Formation professionnelle
- Autonomie de gestion par les **partenaires sociaux** au sein d'un Comité de gestion
- Missions définies au travers d'un décret et d'un **Contrat de gestion** conclu avec le Gouvernement wallon
- Organisation et coordination d'un **réseau IFAPME**



Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 5

5

Le Réseau IFAPME

Une présence dans
17 villes, sur 24 sites

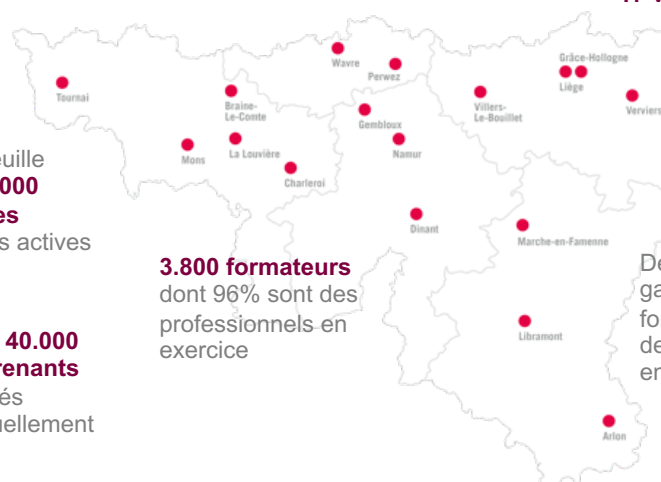
Un portefeuille
de **+ de 9.000**
entreprises
partenaires actives

+ de 40.000
apprenants
formés
annuellement

3.800 formateurs
dont 96% sont des
professionnels en
exercice

Des Centres
de formation
constitués
en asbl

Des **Services Alternance**
garant de la qualité de la
formation (accompagnement
des apprenants et des
entreprises/tuteurs)



Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 6

6

Chiffres-clés 2021-2022

#1 Enquête de notoriété 2021



1 Wallon sur 2
cite spontanément l'IFAPME
ou l'un de ses Centres quand
il s'agit d'apprentissage ou
de formation professionnelle

44% des entreprises
wallonnes
citent spontanément l'IFAPME
ou l'un de ses Centres quand
il s'agit d'apprentissage ou
de formation professionnelle

+8%
par rapport à 2014

Insertion

(Source : enquête 2022)

Certification en apprentissage

85% dont **26,2%**
d'insertion dans
une formation

Diplôme en formation adultes

86,6% dont **3,1%**
d'insertion dans
une formation



alt+

Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 7

7

Chiffres-clés 2021-2022

Inscriptions Total : 17.919

- ▲ Apprentissage : 4.150
- ▲ Année préparatoire : 2.806
- ▲ Formation de chef d'entreprise : 8.334
- ▲ Formation de coordination et d'encadrement : 2.629



Contrats et conventions Total : 8.172

Au 31/12/21

- ▲ Contrats d'alternance : 3.398
- ▲ Conventions de stage : 4.774



alt+

Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 8

8

Chiffres-clés 2021-2022

Offre de formation Total : 442.787

- ▲ Apprentissage : 159.298
- ▲ Formation d'adultes : 283.489



Entreprises Total : 9.119

- ▲ Moins de 50 salariés : 97,7%
- ▲ Plus de 50 salariés : 2,3%



Les missions de l'IFAPME

- Organiser la formation en alternance et développer les compétences en adéquation avec les besoins des entreprises en Région wallonne
- Finalité : **former** des professionnel.le.s qualifié.e.s et/ou des futur.e.s chef.fe.s d'entreprise
- **4 filières** :
 - l'apprentissage,
 - la formation d'adultes,
 - la formation continue,
 - la formation à la création et à la transmission d'entreprise.
- Formations dans **+ de 200 métiers** (tous secteurs d'activité confondus) dont :
 - Commerce et vente
 - Services aux personnes et aux entreprises
 - Alimentation et HORECA

Dans tous les secteurs

Alimentation - Horeca	Langues - Pédagogie
Artisanat - Patrimoine	Logistique - Transport
Communication - Audiovisuel	Mobilité - Mécanique
Comptabilité - Assurances	Mode - Déco
Construction - Travaux	Nature - Jardins
Electrotechnique - Chauffage	Sécurité - Secourisme
Energie - Environnement	Soins - Bien-être
Entrepreneuriat - Management	Tourisme - Loisirs
Informatique - Réseaux	Vente - Marketing



Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 11

11

L'IFAPME et « Digital Commerce »

Accroître la chaîne de valeurs en proposant, avec le SNI, des webinaires de sensibilisation suivis d'ateliers de mise en œuvre pour une appropriation optimale des thématiques liées au numérique.

- Organisation **d'ateliers formatifs** de mise en œuvre :
 - sur certaines thématiques abordées lors des webinaires organisés par le SNI
 - en petits groupes pour plus d'interactivité
 - en présentiel ou à distance
 - en journée ou en soirée
 - dans toute la Wallonie
 - par des formateurs qui sont des professionnels en activité
- **Publics** : commerçants, hôteliers, restaurateurs et opérateurs touristiques.



Digital Commerce : Kick-Off 26/08/2022 12



12



Benoit Hucq

Directeur Général de
l'Agence du Numérique

13



Christophe Wambersie

Secrétaire Général du SNI

14



Partenaire de la numérisation des commerçants et des indépendants

15

L'action du SNI depuis 2019

Des ateliers
en présentiel
2019



- Organisés dans plus de 40 communes ;
- Un programme de sensibilisation et d'accompagnement des commerçants à la digitalisation
- Nombre de commerçants sensibilisés : 400

Des ateliers
en virtuel
2021



- 15 webinaires organisés d'avril à novembre 2021
- 4.200 commerçants inscrits & 1.100 commerçants qui ont participé à nos webinaires
- Un magazine « Digital Commerce »
- Développement d'une action « Digital Professions Libérales » : 12 professions, webinaires généraux et webinaires métiers (27 webinaires)



16

L'action du SNI en 2022

Des ateliers
en virtuel &
en présentiel



- 27 webinaires au total
 - Quatre axes : Digital Commerce, Digital Professions libérales, Cybersécurité et Artisans
- Lancement de la chaîne Youtube
- Renforcement de la presse de Digital Commerce sur les Réseaux sociaux



17

L'action du SNI en 2022

Des activités
en présentiel



Lancement des 3 premiers
salons « Digital Days » en
Wallonie



18



Olivier Daloze

Directeur de la Wallonie
Belgique Tourisme

19



VISITWallonia
e-commerce days

22 et 23 novembre 2022

tout pour s'évader !

20

VISIT Wallonia .be **VISITWallonia e-commerce days**

1 projet en 3 axes

 **Colloque : la mutation du tourisme grâce au digital**

- 2 dates : 22 et 23 novembre 2022
- 2 endroits accessibles en Wallonie (province de Namur et province du Luxembourg belge)

 **Organisation de webinaires pratiques**
(6 à 8 ateliers organisés de janvier à juin 2023)

 **Livre blanc : « Le béaba de la vente en ligne »**



Public cible : opérateurs touristiques wallons (hébergement, activités, organismes touristiques)

tout pour s'évader !

21

VISIT Wallonia .be **VISITWallonia e-commerce days**

Objectifs

 Sensibiliser aux **enjeux** et aux **techniques de l'e-commerce**

 Enseigner les **fondamentaux** pour le passage à l'e-commerce

 Aider à développer l'**autonomie commerciale** en mettant en place une stratégie digitale gagnante

 Présenter la palette d'**aides** (financières ou accompagnement) pour la transition numérique

 Identifier les **besoins** pour mettre en place les webinaires et alimenter le Livre blanc

tout pour s'évader !

22

VISITWallonia e-commerce days

Programme 22 + 23/11/22

- 1. Développer une bonne stratégie de communication digitale**
 - Site internet, E-réputation et gestion des avis clients
 - Les réseaux sociaux sont aussi des canaux de vente (Facebook, Instagram)
 - Google My Business, l'allié pour booster votre visibilité sur le net mais aussi vos ventes
- 2. Développer une bonne stratégie commerciale pour la vente en ligne**
 - Une solution de réservation en ligne efficace avec le paiement en ligne (ORC)
 - Développer une bonne politique tarifaire
 - Diversifier ses canaux de vente, travailler en direct et avec les revendeurs
- 3. Aides et accompagnement pour développer votre e-commerce**
 - Présentation des soutiens financiers

tout pour s'évader !

23





Pierre Poriau

Secrétaire Général de la
Fédération Horeca Wallonie

24



Willy Borsus

Ministre de l'Économie, de la Recherche et de l'Innovation, du Numérique, de l'Agriculture, de l'Urbanisme et de l'Aménagement du territoire, de l'IFAPME et des centres de Compétences

25



Valérie De Bue

Ministre du Tourisme

26



Hélène Raimond

Experte Senior en Maturité Numérique des Entreprises à l'Agence du Numérique

27

Digital commerce

Les ressources et les outils pour développer une vraie stratégie commerciale digitale

Seulement 12,5% d'e-commerçants wallons dans le secteur de l'e-commerce en Belgique!

La moitié du chiffre d'affaires (5,5 milliards€) est réalisée dans des e-boutiques étrangères.

Avec Digital Commerce, on peut changer les choses !



Source : Safeshops, 2021

28

Digital Commerce : enquête d'impact de l'édition 2021 et présentation du programme 2022



29

Digital commerce : un bref rappel

De 2016 à 2021 : réduction de la fracture numérique des commerçants de centre-ville

- Un programme d'aide à la digitalisation (sensibilisation et formation) des commerçants de proximité et des professions libérales en raison des faiblesses du marketing digital et de l'e-commerce constatées au travers du [baromètre](#). Les trois premières éditions consistaient en des ateliers présentiels, des événements de sensibilisation et des webinaires animés par des experts, illustrés par des cas concrets.

Digital Commerce 2022 : la revitalisation des centralités

- Un programme poursuivant les mêmes objectifs mais élargi aux acteurs du tourisme et de l'HoReCa avec de nouveaux partenaires et de nouvelles actions qui complètent la chaîne de valeur proposée aux publics cibles lors des précédentes éditions du programme.

30

Des secteurs cibles : importants pourvoyeurs d'emploi en Wallonie

Les 5 secteurs principaux de l'économie régionale en termes **de nombre d'entreprises** sont par ordre décroissant :

1. **Commerce**: 20% des entreprises régionales
2. Services aux entreprises : 18%
3. Construction: 11%
4. Agriculture: 8%
5. Soins de santé: 7%

Si l'on se base sur le **nombre de travailleurs**, le quinté des secteurs pourvoyeurs d'emplois est un peu différent :

1. Services aux entreprises : 20% des travailleurs wallons
2. **Commerce**: 17%
3. Construction: 13%
4. Soins de santé: 9%
5. **Horeca**: 6%
6. Agriculture: 5% (*source baromètre entreprises, AdN, 2022)

En Wallonie, 56% des entreprises sont des indépendants et selon l'IWEPS, 34% des indépendants sont des **professions libérales**.



31

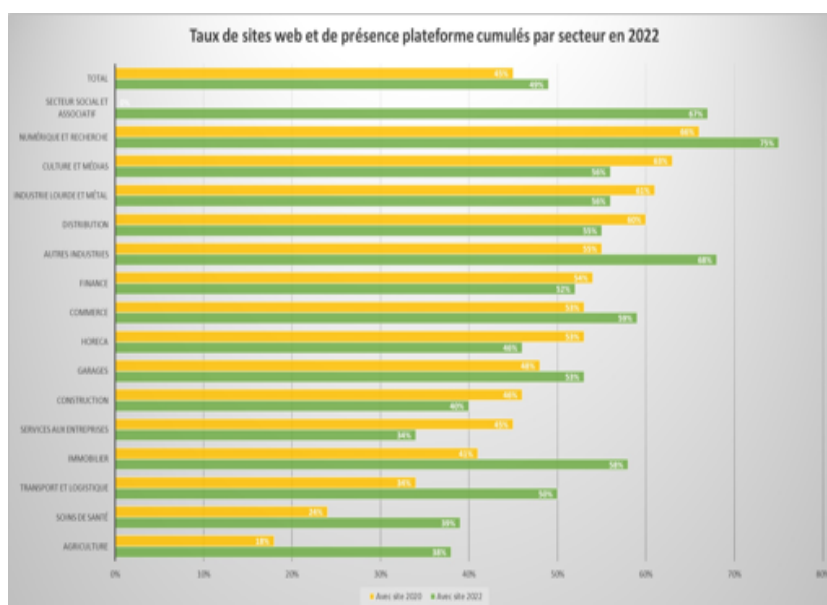
La situation

Seulement 41% des entreprises régionales déclarent utiliser Internet pour faire de la publicité en ce compris, l'utilisation des réseaux sociaux.

(*source : Baromètre entreprises, Adn, 2022)

49% (+4) des entreprises sont dotées d'un site ou présente sur une plateforme. Le commerce atteint 59% (+6) mais cela reste insuffisant.

(*source : Baromètre entreprises, Adn, 2022)



32

Digital commerce 2021 : quels résultats et impacts?

Dans le cadre du projet Digital Commerce 2021, l'Agence du Numérique et le SNI ont mis en œuvre des actions de formation dans 3 thématiques ciblées :

- **Le digital marketing**, l'usage professionnel des réseaux sociaux et la visibilité web en général (Google My Business (GBP), e-réputation, gestion des avis clients, création d'une communauté de clients, etc.)
- **Le site web**, canal central de communication numérique. Les avantages et les pièges à éviter.
- **L'e-commerce** pour le développement du chiffre d'affaires et la conquête de nouveaux marchés/segments de clientèle.

En tout, 15 webinaires de 120 minutes ont été organisés à l'intention des commerçants wallons. L'enquête d'impact vise à interroger plus de 10% des participants à l'édition 2021.



33

KPI'S Digital commerce 2021



Plus de 4200 inscriptions et 1900 connexions aux « lives ». En moyenne 160 replays, téléchargements ou vues via FB par webinaire. Plus de 1100 commerçants touchés.



924 Logs sur la nouvelle plateforme e-learning liée au projet (« rapid learning » gamifiant, accessible sur smartphone) :
<https://digital-commerce.be/login/signup.php>
<https://we.tl/t-IGF5wv5e4V>



Plus de 765 abonnés à la page Facebook de Digital commerce :
www.facebook.com/DigitalCommerce



Satisfaction élevée des commerçants des commerçants

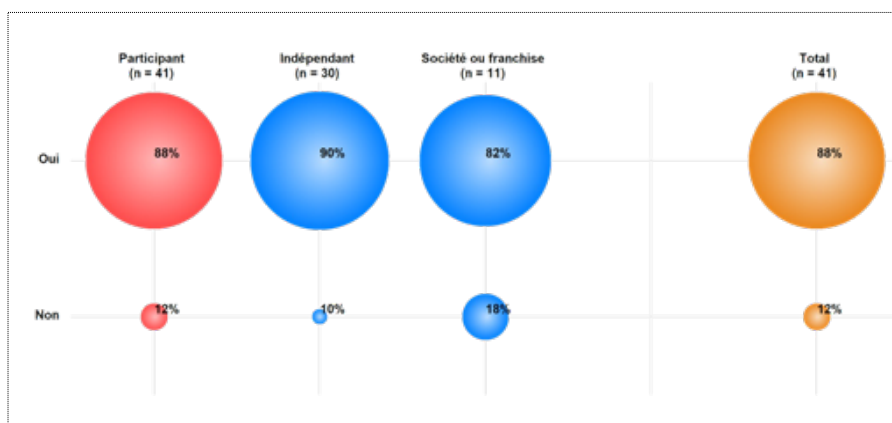
Source : AdN, KPI's du projet Digital Commerce arrêtés au 25/10/2021.



34

Digital commerce 2021 : mise en oeuvre des apprentissages

88% des participants ont mis en pratique des enseignements du programme Digital Commerce 2021.



© Incidence 2022 www.incidence.be [Participants (nombre de répondants = 41); réponses assistées]



35

Digital commerce 2021 : résultats

44% des participants ont créé ou amélioré leur site web suite à leur participation au programme Digital Commerce, principalement les indépendants. Les participants en société ou franchise ont plutôt adapté/amélioré leurs réseaux sociaux et leurs contenus.

	Participant (n = 41)	Indépendant (n = 30)	Société ou franchise (n = 11)	Total (n = 41)
J'ai créé ou amélioré mon site web	44%	53% (++)	18% (-)	44%
Je gère désormais ma page "Google My Business"	37%	47%	9%	37%
J'ai créé ou professionnalisé l'usage de mes réseaux sociaux	32%	33%	27%	32%
J'ai adopté de nouveaux outils d'analyse	29%	37%	9%	29%
J'ai créé des contenus adaptés aux canaux numériques de communication	24%	23%	27%	24%
J'ai amélioré mon e-commerce déjà existant	22%	23%	18%	22%
J'ai adopté de nouveaux outils de banque d'images	20%	20%	18%	20%
J'ai adopté de nouveaux outils pour la création de sites web	17%	17%	18%	17%
Je suis passé.e à l'e-commerce en mettant un bouton de vente ou de réservation sur mes réseaux sociaux	10%	7%	18%	10%
J'ai adopté de nouveaux outils de partage vidéo	7%	10%		7%
Je suis passé.e à l'e-commerce en vendant sur une plateforme	7%	7%	9%	7%
J'ai adopté de nouveaux outils de diffusion de mails	5%	7%		5%
J'ai lancé mon e-commerce en créant mon webshop ou en ajoutant un module de vente à mon site web	2%	3%		2%
J'ai adopté de nouveaux outils d'analyse de zone de chalandise	2%	3%		2%
J'ai compris certains mécanismes à appliquer	2%		9%	2%
Information globale	2%		9%	2%

© Incidence 2022 www.incidence.be [Participants (nombre de répondants = 41); réponses assistées]

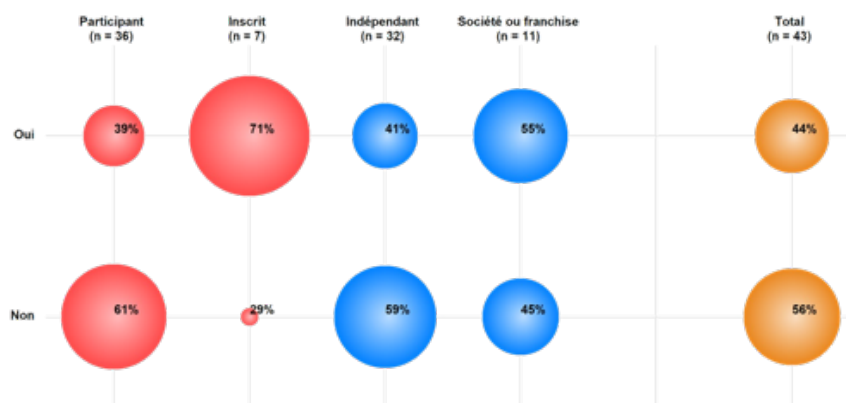


36

Digital commerce 2021 : impact sur le CA

44% des répondants affirment constater une **augmentation de leur chiffre d'affaires** grâce à leurs efforts en matière de digitalisation.

Cette augmentation est inférieure à 20% dans 75% des cas.



© Incidence 2022 www.incidence.be [Ont une stratégie digitale (nombre de répondants = 43); réponses assistées]

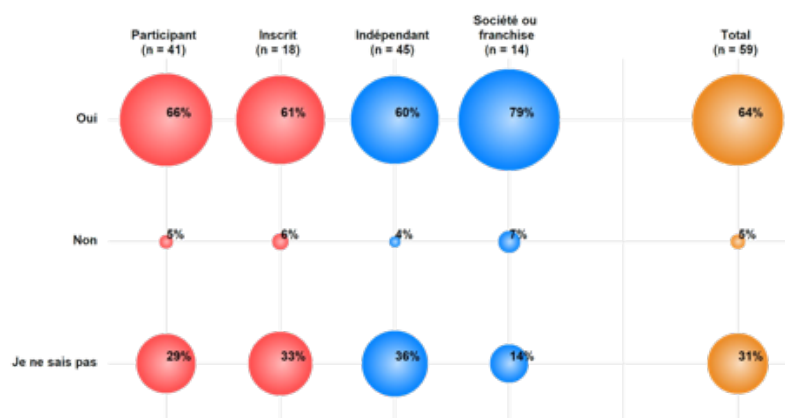
37

Digital Commerce 2021 : impact sur les investissements digitaux

66% des répondants comptent **continuer à investir dans le digital à l'avenir**. Seuls 5% sont sûrs de ne pas continuer.

Parmi « ces convaincus », 58% rencontrent des difficultés dans le développement de leurs activités digitales

Un participant sur deux connaissait les CE mais seulement 20% comptent les utiliser !!!



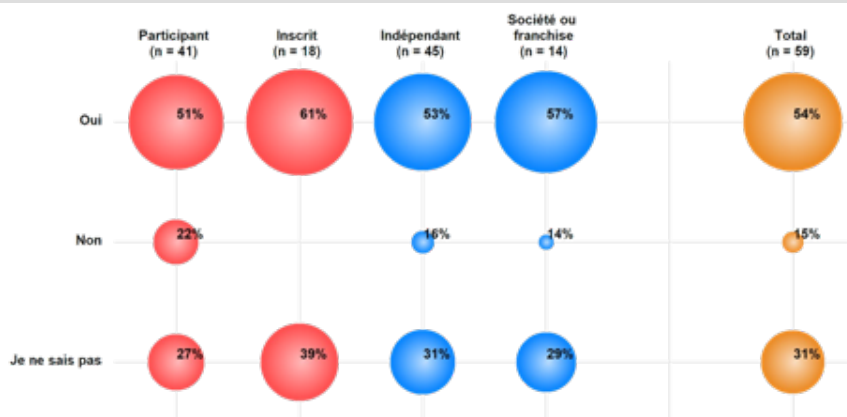
© Incidence 2022 www.incidence.be [Utilise des éléments digitaux (nombre de répondants = 59); réponses assistées]

38

Digital commerce 2021 : impact sur l'e-commerce

54% des répondants **comptent continuer ou commencer à proposer de l'e-commerce** à l'avenir.

Les deux moteurs de cette décision sont la conquête de nouveaux marchés et l'agrandissement de la zone de chalandise.



© Incidence 2022 www.incidence.be [Utilise des éléments digitaux (nombre de répondants = 59); réponses assistées]



Digital commerce 2022 (PRW 225)



Hélène raimond, program leader, AdN

E-commerce en Belgique : des chiffres qui parlent d'eux-mêmes

E-commerce :
domination de la
Flandre et des grands
acteurs du secteur

- Chiffre d'affaires e-commerce 2021 = 11,5 milliards d'euros. Dont 5,5 milliards dépensés par les Belges sur des boutiques étrangères !
- 56.642 boutiques en ligne en Belgique. C'est 17,5 % de plus qu'en 2020 ! Seulement, 7000 en Wallonie!
- Mais, sans surprise, ce sont les 1.455 grandes boutiques en ligne qui réalisent la plus grande part du chiffre d'affaires. Elles représentent 84 % du volume des transactions.

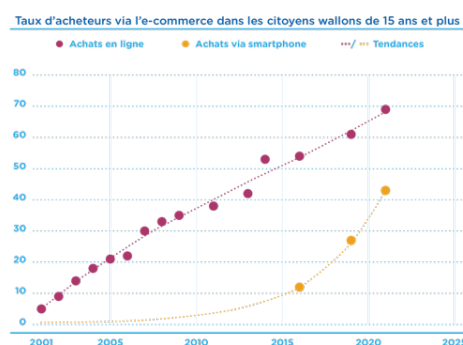
41

Le M-commerce une seconde nature du consommateur

Les consommateurs
sont de plus en plus
friand d'e-commerce et
de
M-commerce

69% (+8)
des Wallons ont acheté
en ligne en 2020

43% (+16)
des Wallons ont acheté
via leur smartphone



42

Programme d'actions de Digital Commerce 2022

1. **Webinaires de sensibilisation/formation.** Les thématiques seront élargies (IA, cyber sécurité, fiscalité de la vente en ligne). **SNI**
2. **Ateliers de formation présentiels** en groupe restreints en raison de l'évolution du business model sectoriel. **Horeca Wallonie, VisitWallonia**
3. **Edition de livre blancs** relatifs aux bonnes pratiques digitales sous l'angle sectoriel. **Horeca Wallonie et VisitWallonia**
4. **Journées de conférences et de speed coaching** dans différentes provinces (networking et personnalisation de l'accompagnement). **SNI, VisitWallonia, Horeca Wallonie**
5. **Modules de mise en œuvre des matières vues** en webinaires pour les commerçants. **IFAPME**
6. **Etude de l'e-commerce AdN** rassemblant les données et insights fournies par Google, Safeshops, Amazon, etc. pour dresser la roadmap de l'e-commerce (inspiration et tendances venant des gros joueurs; pas seulement l'état de la vente en ligne issu du baromètre entreprises de l'AdN). **AdN**
7. **Événement mettant en avant les e-commerçants wallons innovants** à l'occasion de la publication de l'étude e-commerce pour inspirer d'autres vendeurs en ligne. **AdN**



43

Les KPI's de DC 22-24 : **impacts** et réalisations/résultats

Augmenter de 10% la vente en ligne dans les secteurs cibles par rapport 2022 (cfr. Digiscore 2024)

Augmenter de 10 points le taux de sites web et de présence sur les réseaux sociaux dans les secteurs cibles DC 22-24 par rapport 2022 (cfr. Digiscore 2024)

Augmenter de 10 points la maturité numérique des publics cibles par rapport à 2022 (cfr. Digiscore 2024)

Nombre de marques d'intérêt pour l'événement des e-commerçants innovants et l'étude e-commerce

Nombre d'événements organisés par les partenaires ainsi que succès de ces derniers

Nombre de webinaires, modules de formations et ateliers de mise en œuvre organisés pour les trois publics cibles + satisfaction des participants




44



Philippe Neumann
CEO d'Ardennes Etape

45

Digital Wallonia Ardennes-étape

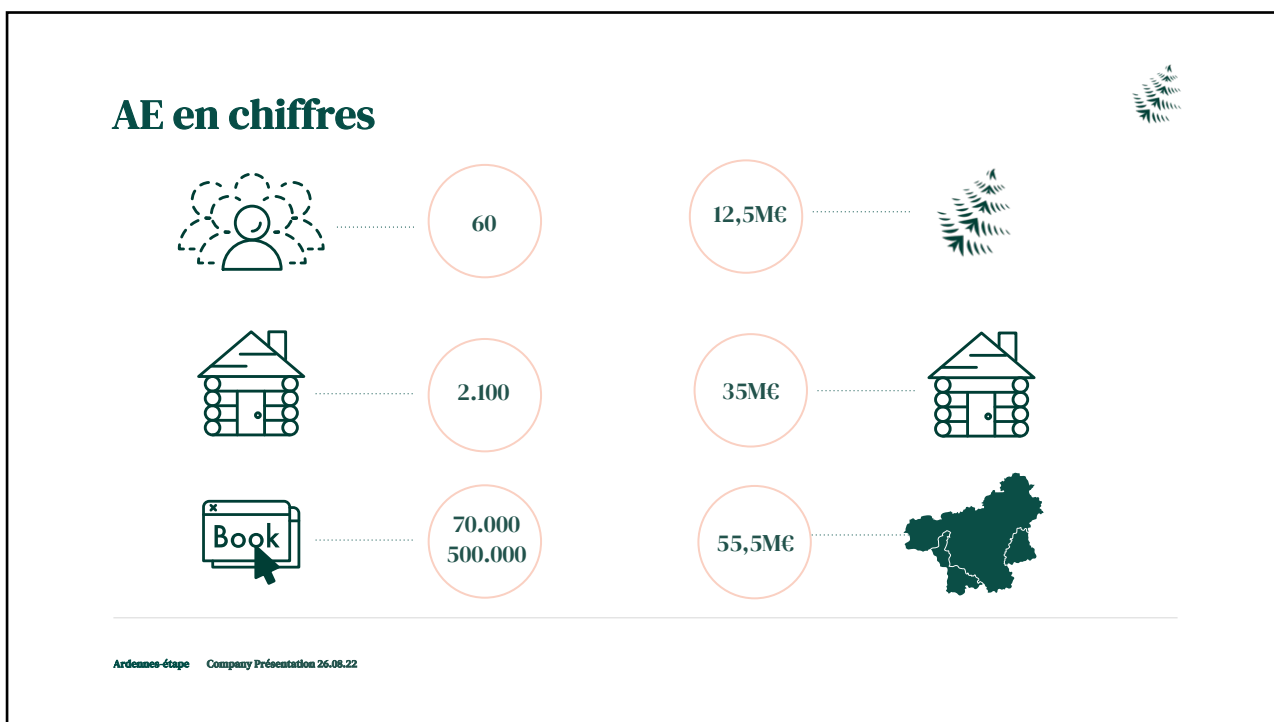


Ardennes-étape - Company Présentation 26.08.22

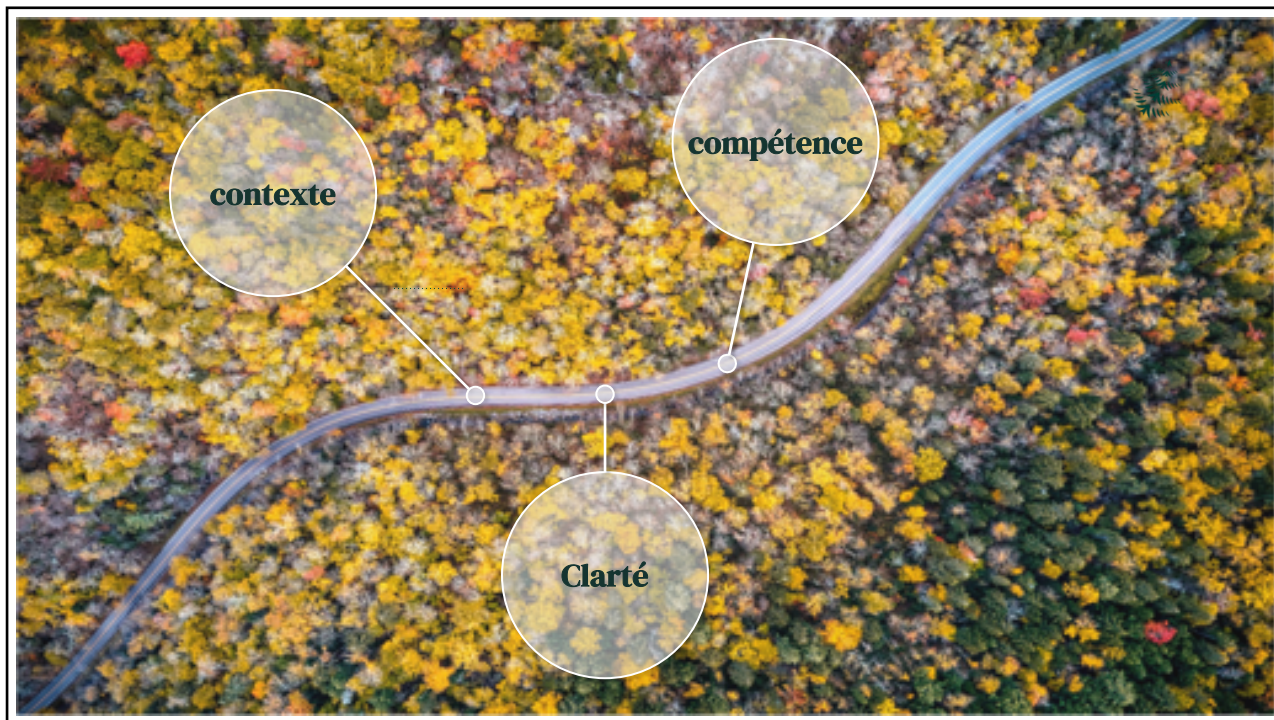
46





47



48



49

<p>Clarté Raison d'être</p>  <p>Ardennes étape</p> <p><i>In the Ardennes, we curate a unique portfolio of vacation rentals and leisure activities in order to enable the creation of memorable vacation experiences in a balanced eco system between guests, hosts, the local community and nature</i></p>	 <p>Airbnb's mission is to help create a world where you can belong anywhere and where people can live in a place, instead of just traveling to it.</p>
---	--

50

Clarté - Proposition de valeur



51

Clarté - Proposition de valeur



52

Clarté - Exécution

~~Améliorer l'expérience client~~

UO501 : Développer des nouvelles fonctionnalités afin de rendre les clients plus autonomes et de rendre le processus de réservation plus facile

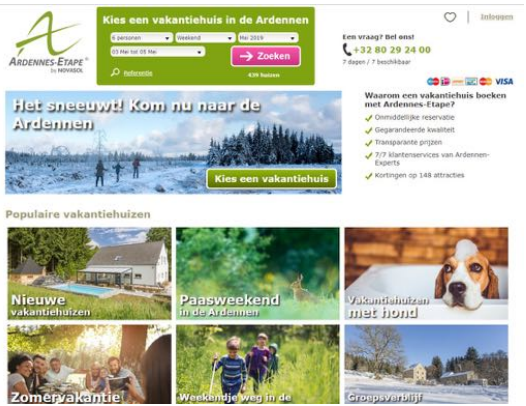
- 🎯 Diminuer le nombre de contacts par réservation avec notre service client de X à Y
- 🎯 L'utilisation de la "Whishlist" augmente de X à Y
- 🎯 Le taux de conversion du flux de réservation augmente de X à Y

Ardennes-étape Company Présentation 26.08.22 


53

Compétence

2020



2022



54

Compétence



- Manques « Techniques » vs Manques de « Ownership »
- Les moutons a 5 patés
- Flexibilité réciproque
- Equilibre entre « make » or « buy »
- Equilibre entre « internes » vs « externes »
- Valorisation et Développement

55

Contexte




56



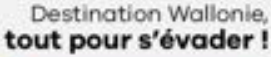
Muriel Charon

CEO de la Villa Balat B&B

57



Intervention d' une utilisatrice d'Elloha



58

VISIT Wallonia .be

Carte d'identité de l'intervenante

Propriétaire de 3 hébergements touristiques

- La Villa Balat (3 chambres d'hôtes à Namur)
- Les gîtes d'Apothecarius (2 gîtes citadins à Fosse-la-Ville)
- Plus de 10 ans dans le tourisme
- Utilise l'ORC comme outil principal de réservation

Destination Wallonie,
tout pour s'évader !

59

VISIT Wallonia .be

Canaux de vente utilisés

Villa Balat -> Indépendance commerciale totale : mon business m'appartient

Optimisation de la vente directe : 99 % !

- via le moteur de réservation (l'ORC by elloha) installé sur mon site web (importance d'avoir un bon site web réalisé par des professionnels en 3 langues min) et avec qui on a un contact direct
- site web responsive + photos, vidéos attrayantes, possibilité d'avoir accès à mon site en cas de modification
- par mail et téléphone + réseau local entre collègues : on se renvoie des clients si on est complet (Chambres d'hôtes/gîtes)
- via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) et Google My Business – importance de l'e-réputation + bouche-à-oreille
- presse écrite rédactionnelle
- réseaux professionnels d'hébergements touristiques qui renvoient directement chez le propriétaire (Erfgoedlogies, Guest & House) – concours/sponsoring
- agence de voyage partenaire ; action pass visit Wallonia


Destination Wallonie,
tout pour s'évader !


60


VISIT Wallonia .be

Canaux de vente utilisés

Villa Balat -> Indépendance commerciale totale : mon business m'appartient

 Ensemble des ventes synchronisées dans un seul outil grâce au channel manager d'elloha

 + de marges bénéficiaires -> + de moyen à investir dans ma communication digitale

 contact avec les clients -> fidélisation de la clientèle et personnalisation des expériences clients


Destination Wallonie,
tout pour s'évader !

61

VISIT Wallonia .be

Canaux de vente utilisés

Gîtes Apothecarius -> autonomie commerciale partielle

 **En direct (43%)**

- via le moteur de réservation installé sur mon site web avec l'ORC by elloha
- par mail et téléphone
- via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) et Google My Business
- refonte du site web cette année + vidéo
- collaboration avec le SI : concours

OTA'S (10 ans)

Via Airbnb (23 %) et Booking (33%)

Destination Wallonie,
tout pour s'évader !

62

VISIT Wallonia .be

Pourquoi je suis passé à l'e-commerce ?

Pour mes clients

Réponse aux attentes des hôtes, des touristes d'aujourd'hui

- Réservation 24/24h instantanée,
- Dispo en temps réel , réponse immédiate au client
- Prix correct pour le client (pas d'intermédiaire)
- Possibilité d'un échange direct (tél, mail) si nécessaire
- Image professionnelle : réservation rapide et facile, e-mails pré, post séjour : le client est bien informé
- Possibilité d'opter pour une assurance annulation : libre choix laissé au client en toute transparence

Destination Wallonie,
tout pour s'évader !


63

VISIT Wallonia .be

Pourquoi je suis passé à l'e-commerce ?

Pour moi opérateur touristique professionnelle

- Gain de temps dans le suivi de mes réservations, gestion des check-in et check-out
- Accueil personnalisé (nom, prénom, origine)
- Profil clientèle, des marchés -> expérience client
- Possibilité d'offres sur mesure (packages) : stimule la créativité et la compétitivité
- Gestion automatisée et sécurisée des paiements (+ argent arrive rapidement sur mon compte)
- Choix des modes d'encaissement
- Statistiques et analyse (vue sur le CA, comparaison par chambre, par période ...)
- Mise en place actions commerciales rapides pour augmenter mon taux de fréquentation
- Chèque-cadeau
- Maîtrise sur les prix en temps réel : changement facile et rapide
- Changement rapide et facile de la durée du séjour
- Conciergerie
- Gestion comptable + factures


Destination Wallonie,
tout pour s'évader !

64

VISIT Wallonia .be **Homo digitalis : le numérique au service des relations humaines**

L'e-commerce doit être à mon service et à celui de mon client

Équipe Eloha, WBT : contacts directs en français par des personnes qui maîtrisent l'outil + chat

Webinaires : formation permanente, partage d'expériences

Newsletters intéressantes, vue sur l'évolution du marché

Gain des commissions -> réinjecté dans ma communication confiée à des pros, amélioration de l'accueil pour mes hôtes : vaisselle, linge de maison, matériel de nettoyage, déco ...

Remise en question permanente

Destination Wallonie,
tout pour s'évader !

65

digitalwallonia.be/fr/programmes/digitalcommerce









66