

Préparation au tourisme: une réflexion personnelle

Les chemins vers le passé (CVP) : Préparer les musées au succès touristique

Introduction

Cette démarche d'auto-réflexion vise à aider les établissements GLAM à analyser leurs interactions actuelles avec l'écosystème touristique de l'Ontario et à identifier les possibilités de renforcer ces liens au fil du temps. Elle s'inscrit dans le cadre du parcours d'apprentissage et des ressources de préparation au marché de l'OMA.

**Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.
Ce n'est pas une grille d'évaluation, mais un outil
de réflexion.**

Relations et connexions

Avez-vous une relation active avec votre organisme local de marketing de destination (OMD)?

Avez-vous une relation de travail avec votre organisme régional de tourisme (ORT)?

Si oui:

Atteignez votre contacte et partez vos informations un ou deux fois par an

Si pas encore:

Un simple courriel de présentation est une bonne première étape.

Travaillez-vous en partenariat avec d'autres opérateurs locaux (attractions, hébergements, guides)?

Collaborez-vous avec des restaurants ou des entreprises alimentaires pour des soirées ou des événements à thème?

Travaillez-vous avec d'autres organisations pour promouvoir des expériences croisées?

CONSEIL: Les partenariats n'ont pas besoin d'être complexes. Même des collaborations informelles et de courte durée peuvent améliorer l'expérience des visiteurs dans une destination.

Expérience et offres pour les visiteurs

Proposez-vous une visite « VIP » ou une visite des coulisses pour les médias, les partenaires ou les invités spéciaux ?

Vos expositions comportent-elles des éléments interactifs ou pratiques ?

Proposez-vous des expériences faciles à comprendre et à réserver pour les visiteurs ?

Analyse sectorielle: Les visiteurs réagissent mieux aux expériences mémorables qu'aux simples faits et sont plus susceptibles de revenir lorsqu'ils se sentent impliqués.

Proposez-vous des formules incluant hébergement, dons ou séjours ?

Participez-vous à des itinéraires régionaux ou à des campagnes saisonnières ?

CONSEIL: L'emballage peut être informel et n'a pas besoin d'impliquer de transactions financières pour être efficace.

Leadership et engagement sectoriel

Soumettez-vous du contenu à Destination Ontario ou à des partenaires régionaux sur une base trimestrielle ?

Partagez-vous vos projets à venir même lorsque les détails ne sont pas finalisés ?

Analyse du secteur: La planification touristique se fait souvent six mois, voire plus, à l'avance.

Vous-même ou un de vos représentants siégez-vous au sein d'un conseil, d'un comité ou d'un réseau du tourisme ?

Un représentant du tourisme est-il impliqué au sein de votre conseil d'administration, de votre réseau de bénévoles ou de l'Association régionale des musées (ARM) ?

Réflexion finale

Quels sont les domaines qui vous semblent prometteurs actuellement ?
Quels domaines vous semblent prometteurs pour l'année à venir ?
Quelle petite action pourriez-vous entreprendre dans les trois prochains mois ?

CONSEIL : L'engagement touristique est un travail de longue haleine, et même de petites actions ciblées peuvent faire une différence significative au fil du temps.

Apprendre encore plus

Cette ressource vous a-t-elle été utile ?

Apprenez à améliorer votre préparation au marché et votre implication dans l'économie touristique de l'Ontario grâce à l'atelier de perfectionnement professionnel de l'OMA : « **Chemins vers le passé (CVP) : Préparer les musées au succès touristique** ». Pour en savoir plus, consultez le site museumsontario.ca.

À propos de cette ressource

Cette ressource s'inscrit dans le cadre des efforts continus déployés par l'OMA pour aider les musées à renforcer leur positionnement sur le marché et leurs liens avec le secteur touristique. Elle vise à fournir des conseils pratiques, à encourager la confiance et à favoriser une implication réfléchie au sein de l'écosystème touristique. Les musées peuvent utiliser cette ressource comme guide, point de départ d'une discussion ou outil de planification.