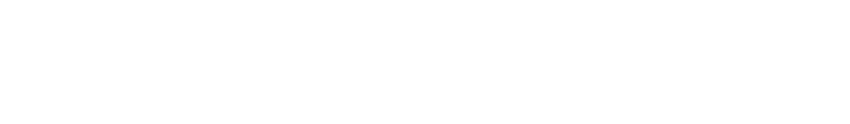
Atelier d’introduction au Programme de segmentation des voyageurs

Guide d’animation de l’atelier

A red heart with white text

Description automatically generated

Table des matières

[1 Programme de segmentation des voyageurs 3](#_Toc196380910)

[2 Animation de l’atelier en personne 6](#_Toc196380911)

[3 Animation de l’atelier en ligne 10](#_Toc196380912)

[4 Personnalisation de l’atelier pour votre destination 14](#_Toc196380913)

[5 Modèle d’évaluation de l’atelier 16](#_Toc196380914)

[6 Renseignements sur la méthodologie de recherche 18](#_Toc196380915)

# Programme de segmentation des voyageurs

Le Programme de segmentation des voyageurs permet d’exploiter le potentiel du Canada en matière de développement, d’investissement et de marketing liés au tourisme. Cet outil de recherche de pointe offre une mine de renseignements sur les préférences, les motivations et les comportements diversifiés des voyageurs canadiens et étrangers. Le programme s’appuie sur des renseignements fondés sur des données afin de segmenter les voyageurs en groupes distincts, donnant ainsi aux exploitants d’entreprises touristiques, aux spécialistes du marketing et aux gestionnaires de destinations la possibilité d’adapter leurs offres à des types de visiteurs précis. Puisqu’ils comprennent mieux les attitudes, les préférences et les valeurs qui influencent les décisions des voyageurs, les entreprises et les organismes de marketing de destination (OMD) peuvent améliorer l’efficacité de leur marketing, de leur développement d’expériences et de leur développement des destinations.

Toutes les ressources du programme se trouvent sur le Consortium de données touristiques canadiennes (CDTC). Cette plateforme nationale centralisée exploite toute la puissance des données, de la recherche et des renseignements, le tout réuni dans un environnement accessible et sécurisé qui favorise la collaboration et la conversation au-delà des frontières de l’écosystème touristique. On y trouve une multitude de ressources gratuites pour l’ensemble des parties prenantes de l’industrie. De plus, quiconque souhaite investir dans des prestations de recherche supplémentaires peut souscrire à un partenariat avec Destination Canada.

* Portail principal : <https://www.consortiumdedonneestouristiques.ca>
* Ressources du Programme de segmentation des voyageurs : <https://www.consortiumdedonneestouristiques.ca/segmentation>

**Objet du présent guide d’animation**

Ce guide est conçu pour aider la personne qui anime l’atelier à planifier et à animer sereinement l’atelier d’introduction au Programme de segmentation des voyageurs de Destination Canada. Que vous animiez une séance de formation pour votre personnel, l’industrie ou des étudiants, cette ressource vous aidera à animer au mieux un atelier en personne ou en ligne. Vous trouverez également à la fin du guide des données de recherche générales. Si vous désirez des précisions sur le contenu, nous vous invitons à communiquer avec le Service de la recherche touristique de votre province ou Destination Canada.

**Objet de l’atelier**

Cet atelier d’introduction est destiné aux professionnels de l’industrie touristique qui souhaitent découvrir le nouveau Programme de segmentation des voyageurs et son utilité pour leur entreprise ou leur destination. Il présente les principaux profils de voyageurs, permet de comprendre comment cette recherche peut éclairer la prise de décision stratégique et ouvre de nouvelles perspectives pour d’autres investissements dans la recherche. Les personnes participantes apprendront à interpréter et à utiliser les renseignements issus de la recherche dans le cadre de discussions, d’activités pratiques et d’applications concrètes.

À la fin de l’atelier, elles sauront comment accéder aux données sur les voyageurs et les utiliser pour mettre en place un marketing ciblé et convaincant et développer des expériences qui séduisent les différents segments de visiteurs.

**Public cible animant l’atelier au Canada**

* Partenaires disposant d’abonnements payants au Consortium de données touristiques canadiennes

**Public cible participant à l’atelier**

* Personnel et partenaires commerciaux
* Exploitants d’entreprises touristiques
* Industrie générale/parties prenantes (p. ex. Développement économique, associations)
* Institutions et établissements de formation et d’enseignement sensibilisant les professionnels du tourisme d’aujourd’hui et de demain à l’importance de la recherche sur la segmentation

**Conditions de participation**

* Les personnes participantes doivent remplir le questionnaire du voyageur sur le CDTC et communiquer leur type de voyageur à la personne qui anime l’atelier une semaine avant la tenue de celui-ci : <https://www.consortiumdedonneestouristiques.ca/segmentation/questionnaire-voyageur>
  + Cette étape est essentielle pour impliquer les participants dans la recherche et préparer le terrain pour les discussions. En outre, la personne qui anime l’atelier devra mettre à jour une diapositive de la présentation PowerPoint pour montrer la répartition des personnes participantes à l’atelier selon les types de voyageurs au Canada, ce qui fournira de précieuses données pédagogiques!
* Les personnes participantes doivent suivre le cours en ligne d’une durée de 25 minutes sur le CDTC : <https://www.consortiumdedonneestouristiques.ca/segmentation/formation-en-ligne>
  + Il est important d’encourager les personnes participantes à suivre le cours en ligne avant l’atelier afin de faciliter leur apprentissage.
  + Pendant l’atelier, attendez-vous à ce que tout le monde ne l’ait pas suivi.

**Ressources pour l’atelier fournies par Destination Canada**

* Présentation PowerPoint avec suggestion de narration sur chaque diapositive et, le cas échéant, conseils pour l’animation.
* Documents de l’atelier :
  + Fiche d’activité no 1 – Résumé de la segmentation (fichier PDF de 2 pages) : Imprimez un exemplaire par personne participant à l’atelier (recto verso, en couleur, au format paysage).
  + Fiche d’activité no 2 – Étude de cas propulsée par l’IA : Imprimez un exemplaire par personne participant à l’atelier (recto verso, en couleur, au format portrait).
  + Fiche d’activité no 3 – Questionnaire des destinations (fichier PDF) : Imprimez un exemplaire par personne participant à l’atelier (recto verso, en couleur, au format portrait).
  + Profil du marché du Canada :
    - En personne : Prévoyez un exemplaire par table des pages 1 à 60, comprenant les explorateurs plein air, les passionnés de culture, les globe-trotteurs raffinés et les familles sensibilisées (impression recto verso et en couleur).
    - En ligne : Préparez-vous à joindre le fichier PDF du profil complet du marché du Canada dans l’espace de clavardage une fois l’atelier commencé.

**Invitation des personnes participantes**

Dans l’invitation, il faut demander aux personnes participantes de :

* faire parvenir leur type de voyageur au moins deux jours à l’avance afin que la présentation puisse être mise à jour;
* suivre le cours en ligne avant l’atelier afin de tirer le meilleur parti de l’atelier (vivement encouragé);
* se munir de leur ordinateur portable ou de leur tablette le jour de l’atelier en veillant à ce que la batterie soit pleinement chargée (pour l’atelier en personne);
* mentionner toute restriction alimentaire ou contrainte physique sur le formulaire d’inscription (si de la nourriture ou des boissons sont fournies) et d’indiquer si des mesures sont nécessaires pour optimiser leur participation à la séance.
* Une fois les personnes inscrites, **créez un message de confirmation pour chacune d’entre elles et incluez-y les documents de l’atelier aux formats Word et PDF**.

**Préparation de l’atelier en personne ou en ligne**

* Visitez le portail du Consortium de données touristiques canadiennes, familiarisez-vous avec l’architecture du site et cherchez où se trouvent les renseignements relatifs au Programme de segmentation des voyageurs : <https://www.consortiumdedonneestouristiques.ca>.
* Suivez le cours en ligne, remplissez le questionnaire du voyageur et le questionnaire des destinations pour vous familiariser avec ces ressources.
* Téléchargez le profil complet du marché du Canada et le guide pratique et examinez-en le contenu pour vous préparer.
* Préparez la présentation PowerPoint relative à l’atelier (en personne ou en ligne).
  + Il y a deux présentations, une pour l’atelier en personne et une pour l’atelier en ligne.
  + Le contenu est le même, mais les horaires, les pauses et les discussions en petits groupes diffèrent.
  + Mettez à jour les diapositives liées à l’ordre du jour et au déroulement de l’atelier, au type de voyageur des personnes participantes, etc. Vous pouvez choisir d’utiliser l’une ou l’autre des diapositives à plusieurs endroits. Masquez la diapositive que vous n’utilisez pas afin qu’elle puisse être utilisée lors d’une prochaine présentation, le cas échéant.
  + Déterminez si vous présenterez l’atelier tel quel ou si vous en personnaliserez le contenu.
  + Passez en revue les notes d’allocution pour chaque diapositive. Le cas échéant, des notes supplémentaires pour l’animation figurent sous la narration.
* Les horaires détaillés de l’atelier en personne sont indiqués aux pages 7 à 9 et ceux de l’atelier en ligne figurent aux pages 10 à 14. Des durées estimées sont indiquées par domaine de contenu et une colonne vous permet d’ajouter les horaires précis en fonction de votre heure de début et des pauses prévues.

# Animation de l’atelier en personne

**Ressources requises de l’organisation hôte**

* Matériel audiovisuel : écran, projecteur et haut-parleurs (des vidéos sont intégrées à la présentation);
* Tableau à feuilles et stylos ou marqueurs de différentes couleurs;

**BRENDA Smith**

**VACANCIÈRE URBAINE**

**Tour Operator Ltd.**

* Cartes chevalet ou badges avec le PRÉNOM des personnes participantes et leur type de VOYAGEUR en gros caractères (voir exemple);
* Copies imprimées des documents de l’atelier;
* Rallonges et multiprises pour que les personnes participantes puissent brancher leurs appareils;
* Mot de passe du réseau Wi-Fi à afficher à plusieurs endroits pour qu’il soit facilement vu;
* Organisez l’accueil à votre convenance, en veillant à respecter les restrictions alimentaires éventuelles.

**Aménagement de la pièce**

* La pièce idéale sera éclairée par de la lumière naturelle, sans poteaux ni poutres qui obstruent la vue de l’écran, et suffisamment spacieuse pour que des tables puissent être disposées pour des discussions en petits groupes; des toilettes seront situées à proximité.
* A screen shot of a screen

  AI-generated content may be incorrect.Adoptez les pratiques de « réunion écologique ». De nombreux sites Web offrent des conseils allant de l’approvisionnement local à l’absence de plastique, en passant par les réunions sans papier, l’éclairage à DEL, les poubelles de recyclage, etc.

**Tableau à feuilles**

**Table pour le projecteur**

**Table pour l’animation**

**ÉCRAN**

**AMÉNAGEMENT DE LA PIÈCE**

* Les tables rondes pour huit personnes pourvues de six chaises sont facultatives. Évitez les tables rectangulaires, car elles ne sont pas idéales pour les discussions de groupe et les activités prévues.
* S’il y a des personnes participantes malentendantes, placez-les sur les côtés d’une table, de préférence dos au mur. Les personnes malvoyantes doivent s’asseoir à l’avant.
* Imprimez un document par table (pages 1 à 60 du profil du marché du Canada) pour l’atelier. Si vous mettez l’accent sur différents types de voyageurs, imprimez la documentation sur ces types de voyageurs et ayez celle concernant vos principaux types de voyageurs à portée de main.
* Prévoyez des supports visuels (p. ex. tableaux à feuilles, marqueurs, notes autocollantes).

Programme détaillé pour l’animation en personne

Cet atelier est conçu pour durer 4 h 15, ce qui inclut les pauses suggérées pour le réseautage. L’introduction peut être raccourcie s’il y a peu de personnes ou prolongée si vous souhaitez que les personnes participantes se présentent plus en détail. L’ordre du jour indique le temps alloué à chaque section, ce qui permet à l’hôte de fixer l’heure de début en fonction des besoins de son public. Un espace dans la première colonne permet à la personne qui anime l’atelier d’indiquer l’heure de début choisie.

| Heure | Durée | Programme détaillé pour l’animation en personne |
| --- | --- | --- |
|  | 30 min | Installation de la personne qui anime l’atelier et vérification technique   * Table située à l’avant de la salle. * Matériel audiovisuel : écran, projecteur et haut-parleurs. * Identifiant et mot de passe du réseau Wi-Fi. * Rallonges et ruban adhésif pour les fixer au sol. * Tableau à feuilles avec des stylos ou marqueurs de différentes couleurs. |
| Disposition des tables des personnes participantes   * Placez les badges ou cartes chevalet des personnes participantes sur la table afin qu’elles aient une place attitrée et soient prêtes pour la première activité de groupe sans avoir à changer de table. * Fiche d’activité no 1 – Résumé de la segmentation (2 pages) : un exemplaire par personne. * Un exemplaire par table des pages 1 à 60 du profil du marché du Canada pour consultation (explorateurs plein air, passionnés de culture, globe-trotteurs raffinés et familles sensibilisées). |
|  | 15 min | Accueil – Arrivée avant les personnes participantes   * Préparation du café, du thé et des collations que l’hôte souhaite offrir. * Les personnes participantes sont invitées à arriver 15 minutes avant le début de l’atelier pour faire du réseautage. |

|  |
| --- |
| DÉBUT DE L’ATELIER |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 20 min  D.\* 1-7  \* Diapositives | Bienvenue au Programme de segmentation des voyageurs   * Présentation des personnes participantes : Invitez les personnes à se lever et à se présenter (nom, entreprise, type de voyageur). * Objet de l’atelier et du projet pilote. * Ordre du jour et déroulement. |
|  | 5 min  D. 8-11 | * Qu’entend-on par segmentation? * Questionnaire du voyageur – version courte ou longue. Pour l’industrie dans son ensemble, choisissez la version courte. Si votre organisation dispose d’un abonnement payant au CDTC et utilise la version longue du questionnaire, vous pouvez utiliser l’autre diapositive. |
|  | 15 min  D. 12-13 | Activité no 1 : Quel type de voyageur êtes-vous?   * Discussion de groupe (10 min); rétroaction (5 min). * Résumé de deux pages présentant les points saillants de chaque type de voyageur, avec une description générale du segment et des renseignements sur leurs valeurs et leurs activités de voyage préférées pour favoriser la discussion. Cette fiche a été préparée uniquement pour l’atelier et ne fait pas partie des ressources générales du programme de Destination Canada. * Notez s’il y a des types de voyageurs qui ne sont pas représentés dans le groupe – cela peut être dû à la composition du groupe, à l’endroit où se tient l’atelier, à la taille globale du segment qui peut être plus petite (p. ex. familles sensibilisées). * Le questionnaire du voyageur est un outil pratique qui permet de déterminer le segment d’un voyageur et de faire des suggestions d’activités et d’expériences dans la destination qui correspondent à ce qui lui plaît. * Chaque voyageur présentera certaines caractéristiques d’un segment qui correspondent bien à sa personnalité et d’autres qui correspondent mieux à un autre segment. * La façon dont une personne voyage peut être influencée par divers facteurs : avec qui elle voyage, ses besoins particuliers, etc. |
|  | 10 min  D. 14-24 | Présentation des segments de la population canadienne   * Présentation détaillée des sept types de voyageurs. |
|  | 25 min  D. 25-34 | Renseignements importants du programme   * Segmentation de la population dans 10 marchés principaux. * À propos de l’étude/Ipsos. * Public idéal du Canada. * Invités profondément investis. * Renseignements sur les nouveaux profils. * Discussion de groupe : Avantages de la recherche sur la segmentation. |
|  | 35 min  D. 35-52 | Profils des segments – À vos ordinateurs portables!   * Demandez aux participants de démarrer leur ordinateur portable et d’aller sur la page d’accueil du CDTC. * Expliquez comment accéder à l’information sous forme numérique et imprimée (D. 47-51). * Parcourez les pages des profils (D. 52-66). * Terminez en visionnant la vidéo de deux minutes de Travel Alberta et demandez « Pourquoi cette vidéo est-elle en phase avec les explorateurs plein air? » Prévoyez quatre ou cinq minutes pour la discussion. |
|  | 30 min  D. 53 | Réseautage ou pause du midi   * Prévoyez des exemplaires supplémentaires de la fiche d’activité au cas où les personnes ne l’auraient pas téléchargée sur leur ordinateur, et quelques exemplaires sur les tables pour pouvoir les consulter rapidement pendant la pause. * Demandez aux personnes participantes si elles souhaitent écourter la pause de 15 minutes pour terminer l’atelier plus tôt. |
|  | 60 min  D. 54-61 | Activité no 2 : Utiliser les renseignements issus de la recherche   * Cet exemple en deux parties s’appuiera sur le profil des passionnés de culture. La fiche d’activité aura été envoyée à l’avance aux personnes participantes pour qu’elles la lisent, mais toutes ne l’auront pas lue. * Les personnes participantes seront réparties par table dans le groupe 1 (axé sur le produit) ou le groupe 2 (axé sur le marketing). Elles devront commencer l’exercice en se rendant sur le site Web du CDTC et accéder aux profils du marché du Canada et au profil des passionnés de culture, ou utiliser le document qui se trouve sur la table. Le chemin d’accès en ligne se trouve dans les notes de présentation. * Fiche d’activité no 2 – Utiliser les renseignements issus de la recherche avec le profil des passionnés de culture. * Les personnes participantes se serviront du profil pour réaliser l’activité en fonction du groupe dont elles font partie. * La personne qui anime l’atelier modérera la discussion et passera d’un groupe à l’autre pour voir s’il y a des questions. |
|  | 10 min  D. 62 | Pause de réseautage |
|  | 45 min  D. 63-81  (15 min)    (15 min)  (15 min) | Activité no 3 : Questionnaire des destinations   * Présentez le questionnaire des destinations et parcourez une étude de cas basée sur un OMD régional. * Il s’agit d’une activité individuelle sur ordinateur portable ou tablette. Si une personne n’en dispose pas, invitez-la à faire équipe avec une personne équipée. * Veillez à ce que les personnes participantes disposent de la fiche d’activité leur permettant de voir les variables saisies. * Lorsqu’elles répondent au questionnaire, rappelez-leur de noter leurs réponses ou d’en faire des captures d’écran, car les résultats ne comprennent pas encore ces données (une mise à jour éventuelle est envisagée par Destination Canada). * Une fois le questionnaire terminé, accordez-leur 10 à 15 minutes pour refaire le questionnaire, mais cette fois-ci au sujet de leur PROPRE destination. Si elles l’ont déjà fait, demandez-leur alors de choisir une saison différente ou de se concentrer sur une entreprise touristique de leur région. * Terminez l’étude de cas en montrant la différence entre les scénarios « été » et « automne », puis passez à une discussion réunissant l’ensemble des personnes participantes. |
|  | 10 min  D. 82-84 | Dernières questions et mot de la fin   * Mot de la fin, remerciements et coordonnées de la destination hôte. * Notez toutes les questions auxquelles vous ou l’hôte ne pouvez pas répondre et transmettez-les à Destination Canada. |

# Animation de l’atelier en ligne

* Choisissez une plateforme de visioconférence fiable (Zoom, Microsoft Teams, etc.) offrant du soutien technique et des capacités de coanimation.
* Désignez un membre de votre organisation qui :
  + sera responsable des aspects techniques afin que la ou les personnes qui animent l’atelier se concentrent sur la présentation;
  + aidera les participants rencontrant des difficultés pour se connecter;
  + préparera la liste de toutes les personnes participantes en vue d’un envoi groupé de ressources par courriel en cas de problème technique pendant l’atelier.
* Si deux personnes animent l’atelier, elles peuvent se relayer pour gérer l’espace de clavardage. Lorsqu’une seule personne anime l’atelier, la personne responsable du soutien technique devra gérer l’espace de clavardage.
* Prévoyez une « vérification technique » avant l’atelier pour vérifier que vous connaissez toutes les fonctionnalités et que tout est coordonné avec la personne responsable du soutien technique de la plateforme de visioconférence : configuration des salles de répartition (pour les discussions en petits groupes), admission des personnes participantes, gestion de l’espace de clavardage et assistance en cas de problèmes techniques pour accéder à la plateforme.
* Nous vous recommandons vivement de NE PAS tenir cet atelier en ligne sans assistance technique ou sans aide pour l’animation.
* Vérifiez le bon fonctionnement de votre connexion Internet, de votre micro et de votre caméra avant l’événement!

Programme détaillé pour l’animation en ligne

Cet atelier est conçu pour durer 4 h 15, ce qui inclut les pauses suggérées pour le réseautage. L’introduction peut être raccourcie s’il y a peu de personnes ou prolongée si vous souhaitez que les personnes participantes se présentent plus en détail. L’ordre du jour indique le temps alloué à chaque section, ce qui permet à l’hôte de fixer l’heure de début en fonction des besoins de son public. Un espace dans la première colonne permet à la personne qui anime l’atelier d’indiquer l’heure de début choisie. Veillez à respecter les pauses sans écran afin que les personnes participantes aient la possibilité de se dégourdir les jambes et de lever les yeux de leur écran.

| Heure | Durée | Programme détaillé pour l’animation en ligne |
| --- | --- | --- |
|  | 30 min | Installation de la personne qui anime l’atelier et vérification technique   * Lancez la réunion par visioconférence (Zoom ou autre). * Configurez les écrans et indiquez vos noms complets et pronoms. * Testez le tableau blanc et les salles de répartition. * Désignez une personne responsable du soutien technique. * Munissez-vous des courriels et numéros de téléphone de toutes les personnes participantes au cas où certaines rencontreraient des difficultés pour se connecter. * Ayez à disposition les fiches d’activité en PDF pour pouvoir les ajouter à l’espace de clavardage. * Soyez prêt à gérer l’espace de clavardage pendant toute la durée de l’activité afin que la ou les personnes qui animent l’atelier se concentrent sur la présentation. |
|  | 15 min | * Ouvrez la salle de discussion pour que les personnes participantes la rejoignent. * La personne responsable du soutien technique ou celle qui anime l’atelier acceptent les personnes participantes dans la salle de discussion. * La ou les personnes qui animent l’atelier accueillent les personnes participantes. |
| DÉBUT DE L’ATELIER | | |
|  | 20 min  D. 1-7 | Bienvenue au Programme de segmentation des voyageurs   * Accueillez les personnes participantes et invitez-les à activer leur caméra et à s’identifier dans l’espace de clavardage.   + Personne responsable du soutien technique : * Saisissez dans l’espace de clavardage votre nom complet, celui de votre entreprise, votre type de voyageur et votre secteur d’activité (marketing, recherche, développement de produits, développement de destinations, OMD, etc.); * Téléversez sans attendre le résumé des profils (ficher PDF de 60 pages) et la fiche d’activité no 1. * Idéalement, demandez aux personnes participantes de se présenter à tour de rôle. Si elles sont 15 ou moins, cela devrait être faisable. Dans le cas contraire, vous pouvez raccourcir les éléments de présentation. * Si des personnes arrivent en retard, la personne qui anime l’atelier les invite à se présenter en écrivant leur nom complet dans l’espace de clavardage. * La personne qui anime l’atelier fait des observations générales, par exemple :   + Belle diversité! Cela donnera lieu à des discussions intéressantes, peut-être similaires à celles que vous aurez avec vos parties prenantes et vos partenaires;   + Quel groupe harmonieux! Si toutes les personnes participantes appartiennent à un ou deux types de voyageurs seulement et ne correspondent pas au profil type des visiteurs de votre destination, vous ne raisonnerez peut-être pas comme votre clientèle idéale et devrez en tenir compte dans vos initiatives de marketing et de développement de produits. * Ordre du jour et déroulement |
|  | 5 min  D. 8-11 | * Qu’entend-on par segmentation? * Questionnaire du voyageur – version courte ou longue. Pour l’industrie dans son ensemble, choisissez la version courte. Si votre organisation dispose d’un abonnement payant au CDTC et utilise la version longue du questionnaire, vous pouvez utiliser l’autre diapositive. |
|  | 15 min  D. 12-13 | Activité no 1 : Quel type de voyageur êtes-vous?   * Invitez les personnes participantes à télécharger et à lire les renseignements sur leur type (segment) de voyageur, puis :   + demandez-leur de faire part de leurs réflexions dans l’espace de clavardage sur ce qui, selon elles, correspond ou non à leur type;   + animez une discussion où vous leur demandez si leur type correspond à la perception qu’elles ont d’elles-mêmes (p. ex. explorateurs plein air, vacanciers urbains). * Résumé de deux pages présentant les points saillants de chaque type de voyageur, avec une description générale du segment et des renseignements sur leurs valeurs et leurs activités de voyage préférées pour favoriser la discussion. Cette fiche a été préparée uniquement pour l’atelier et ne fait pas partie des ressources générales du programme de Destination Canada. * Notez s’il y a des types de voyageurs qui ne sont pas représentés dans le groupe – cela peut être dû à la composition du groupe, à l’endroit où se tient l’atelier, à la taille globale du segment qui peut être plus petite (p. ex. familles sensibilisées). * Le questionnaire du voyageur est un outil pratique qui permet de déterminer le segment d’un voyageur et de faire des suggestions d’activités et d’expériences dans la destination qui correspondent à ce qui lui plaît. * Chaque voyageur présentera certaines caractéristiques d’un segment qui correspondent bien à sa personnalité et d’autres qui correspondent mieux à un autre segment. * La façon dont une personne voyage peut être influencée par divers facteurs : avec qui elle voyage, ses besoins particuliers, etc. |
|  | 10 min  D. 14-24 | Présentation des segments de la population canadienne   * Présentation détaillée des sept types de voyageurs. * Invitez-les à se reporter au document de deux pages. |
|  | 5 min  D. 25 | Pause sans écran et pour se dégourdir les jambes |
|  | 25 min  D. 26-35 | Renseignements importants du programme – Présentation   * Segmentation de la population dans 10 marchés principaux. * À propos de l’étude/Ipsos. * Public idéal du Canada. * Invités profondément investis. * Renseignements sur les nouveaux profils. * Avantages de la recherche sur la segmentation :   + Invitez les personnes participantes à énoncer un ou deux avantages de la recherche dans l’espace de clavardage, puis donnez-leur la parole pour qu’elles exposent leur point de vue.   + Préparez-vous à inviter des personnes en particulier qui, selon vous, ne prendront peut-être pas la parole d’elles-mêmes, mais seraient probablement à l’aise de faire part de leurs réflexions. |
|  | 35 min  D. 26-53 | Profils des segments – Présentation   * Expliquez comment accéder à l’information sous forme numérique et imprimée. * Parcourez les pages des profils. * Terminez en visionnant la vidéo de deux minutes de Travel Alberta et demandez « À quel type de voyageur correspondrait cette vidéo et pourquoi? » Prévoyez quatre ou cinq minutes pour la discussion. |
|  | 30 min  D. 54 | Pause sans écran prolongée/pause du midi  Personne responsable du soutien technique : Envoyez la fiche d’activité no 2 (fichier PDF) pendant la pause.   * Rappelez aux personnes participantes de lire la fiche d’activité no 2 qui leur a été envoyée par courriel pendant la pause afin de se préparer pour la prochaine séance. |
|  | 60 min  D. 55-62  (5 min)  (35 min)  (20 min) | Activité no 2 : Utiliser les renseignements issus de la recherche   * Expliquez le fonctionnement des salles de répartition :   + La méthode la plus simple consiste à répartir les personnes aléatoirement dans les salles, mais vous pouvez également déterminer l’affectation des salles à l’avance. Dans ce cas, préparez-vous à accueillir les personnes inscrites à la dernière minute et celles qui remplacent au pied levé un ou une collègue de leur entreprise.   + Expliquez comment se rendre dans une salle de répartition, ce à quoi s’attendre pendant la « transition » (p. ex. une pause de 10 secondes) et qui animera les discussions sur le développement de produits et le marketing.   + Vérifiez que les personnes participantes ont la fiche d’activité à leur disposition. Si ce n’est pas le cas, invitez-les à la télécharger depuis l’espace de clavardage avant l’entrée en vigueur des salles de répartition.   + Donnez le courriel et le numéro de téléphone de la personne à contacter en cas de déconnexion lors du transfert de salle. Dites-leur qu’une solution rapide consiste à se déconnecter puis à se reconnecter, et la personne responsable du soutien technique pourra alors les accepter de nouveau dans la réunion et les envoyer dans la salle de répartition. * Présentez l’étude de cas et rappelez aux personnes participantes qu’elles devront se référer au profil des passionnés de culture. * Passez en revue les diapositives de présentation, puis lancez les salles de répartition, qui nécessitent deux personnes pour l’animation : celle responsable de l’atelier et une autre de votre organisation qui connaît bien la recherche et peut ainsi animer la discussion. * Regroupez tout le monde pour 20 minutes dans la salle de réunion principale et accordez 10 minutes à chaque groupe pour rendre compte de l’expérience. |
|  | 5 min  D. 63 | Pause sans écran et pour se dégourdir les jambes |
|  | 45 min  D. 64-83  (10 min)  (15 min)  (15 min) | Activité no 3 : Questionnaire des destinations   * Présentez le questionnaire des destinations et parcourez une étude de cas basée sur un OMD régional. * Il s’agit d’une activité individuelle sur ordinateur portable ou tablette. Si une personne n’en dispose pas, invitez-la à faire équipe avec une personne équipée. * Veillez à ce que les personnes participantes disposent de la fiche d’activité leur permettant de voir les variables saisies. * Lorsqu’elles répondent au questionnaire, rappelez-leur de noter leurs réponses ou d’en faire des captures d’écran, car les résultats ne comprennent pas encore ces données (une mise à jour éventuelle est envisagée par Destination Canada). * Une fois le questionnaire terminé, accordez-leur 15 minutes pour refaire le questionnaire, mais cette fois-ci au sujet de leur PROPRE destination. Si elles l’ont déjà fait, demandez-leur alors de choisir une saison différente ou de se concentrer sur une entreprise touristique de leur région. * Terminez l’étude de cas en montrant la différence entre les scénarios « été » et « automne », puis passez à une discussion réunissant l’ensemble des personnes participantes. |
| 4 h 15 | 10 min  D. 84-85 | Dernières questions et mot de la fin   * Mot de la fin, remerciements et coordonnées de la destination hôte. * Notez toutes les questions auxquelles vous ou l’hôte ne pouvez pas répondre et transmettez-les à Destination Canada. |
|  |  | **Fin de l’atelier** |

# Personnalisation de l’atelier pour votre destination

Les organisations peuvent présenter l’atelier tel quel, mais elles peuvent également le personnaliser afin qu’il soit plus pertinent, le cas échéant. Voici quelques possibilités :

1. Remplacer les images.
2. Sélectionner ou présenter les types (segments) de voyageurs les plus en phase avec votre destination.
3. Prévoir davantage de temps pour approfondir la discussion ou ajouter une séance à la fin de l’atelier consacrée uniquement aux types de voyageurs que vous privilégiez.

Remarque : les diapositives surlignées en bleu doivent être mises à jour en fonction de la version choisie (présentation standard ou personnalisée).

| En personne | En ligne | Titre de la diapositive | Option de personnalisation |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 1 | Image de couverture | Possibilité de remplacer cette image par une de votre province ou région. |
| 2 | 3 | Vos hôtes | Saisissez les noms et photos des personnes qui animent votre atelier. |
| 3 | 3 | Reconnaissance des terres autochtones | Nous vous suggérons d’insérer votre propre message de reconnaissance et une image de votre choix. |
| 6 | 6 | Objet de l’atelier | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
| 7 | 7 | Ordre du jour de l’atelier | Saisissez vos propres horaires pour les ateliers en personne ou en ligne. |
| 10-11 | 10-11 | Questionnaire (version longue ou courte) | Sélectionnez l’une des diapositives et masquez l’autre. |
| 13 | 13 | Répartition des personnes participantes par type de voyageur | Mettez à jour la liste des personnes participant à votre atelier et vous ayant informé de leur type de voyage à l’avance. |
| 14 | 14 | Présentation des segments | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
| 25 | 26 | Renseignements importants du programme | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
| 27 | 28 | Invité idéal | Nous vous suggérons d’insérer votre propre image de l’invité idéal pour votre région. |
| 29 | 30 | Invités profondément investis | Vous pouvez masquer cette diapositive si elle ne correspond pas à votre public ou la mettre à jour pour qu’elle tienne compte des priorités de votre destination. Si vous la conservez, vous pouvez ajouter un commentaire sur la manière de tirer parti des efforts de marketing international. |
| 34 | 35 | Questions | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
| 54 | 55 | Discussion | L’exemple vidéo provient de Travel Alberta. Vous pouvez le remplacer par une vidéo de votre destination qui suscite l’intérêt des explorateurs plein air. |
| 55 | 56 | Utiliser les renseignements issus de la recherche | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
|  |  | Activité no 2 : Utiliser les renseignements issus de la recherche | L’étude de cas est basée sur le Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard et le profil de voyageur passionné de culture, un segment d’invités à valeur élevée.  Si vous modifiez cet exemple, vous devrez en trouver un autre qui correspond à votre destination et recréer l’activité. Veillez à ce que la personne qui crée l’activité soit familiarisée avec ChatGPT (l’outil le plus populaire actuellement).  \*\* Attention : si vous choisissez un autre exemple, évitez ceux qui ont trait à l’alcool (p. ex. vignoble), car l’accès à certains sites pourrait être bloqué sur les ordinateurs de travail des personnes participantes. Préparez l’étude de cas sur papier pour l’atelier en personne et au format PDF pour l’envoyer par courriel au cas où l’ordinateur d’une personne participante ne l’autoriserait pas à accéder au site Web, afin qu’elle puisse tout de même faire l’activité. |
| 62 | 63 | Réseautage/pause sans écran | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |
| 63 | 64 | Questionnaire des destinations | Possibilité de remplacer cette image par une de votre choix. |

# Modèle d’évaluation de l’atelier

Les suggestions suivantes sont des exemples de questions que vous pourriez poser pour obtenir une rétroaction sur l’atelier.

N’hésitez pas à les modifier pour les adapter aux besoins de votre organisation.

Nous vous encourageons également à communiquer les résultats à Destination Canada pour que l’organisme sache comment la recherche est perçue et qu’il soit en mesure d’apporter d’éventuelles mises à jour afin d’améliorer la recherche ou le matériel pédagogique.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Merci d’avoir participé à l’atelier d’introduction au Programme de segmentation des voyageurs de Destination Canada. Veuillez remplir ce court questionnaire afin de nous faire part de vos commentaires et de nous permettre ainsi de continuer à offrir à l’industrie du tourisme de précieuses occasions de formation.

1. Quels sont les renseignements les plus utiles que vous avez tirés de cet atelier?

| 1. Sur une échelle de 1 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez cet atelier à un ou une collègue? | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Pas du tout probable | | | | | | | | | Très probable | |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

1. Dans quelle mesure les éléments suivants en lien avec l’atelier vous ont-ils été utiles?

|  | **Très utile** | **Utile** | **Bon à savoir** | **Pas très utile** | **Je ne l’ai pas fait** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3a. Suivre le cours en ligne avant l’atelier. |  |  |  |  |  |
| 3b. Répondre au questionnaire du voyageur pour déterminer votre type parmi les sept profils présentés. |  |  |  |  |  |
| 3c. Activités pratiques à partir des recherches disponibles sur le CDTC. |  |  |  |  |  |
| 3d. Découverte du Programme de segmentation des voyageurs. |  |  |  |  |  |
| 3e. Découverte du questionnaire des destinations. |  |  |  |  |  |
| 3f. Découverte du contenu de chaque profil. |  |  |  |  |  |

| 1. Après l’atelier, dans quelle mesure vous sentez-vous capable de mettre à profit les renseignements issus du Programme de segmentation des voyageurs dans le cadre de vos fonctions? | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Très capable | Assez capable | Relativement capable | Pas vraiment capable | Pas du tout capable |

| 1. Quelle est la probabilité que vous mettiez à profit les renseignements issus du Programme de segmentation des voyageurs dans le cadre de vos fonctions? | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Très probable | Assez probable | Relativement probable | Pas vraiment probable | Pas du tout probable |

1. De quels soutien, formation ou renseignements supplémentaires auriez-vous besoin pour mieux exploiter les résultats du Programme de segmentation des voyageurs dans votre entreprise?
2. Avez-vous d’autres commentaires ou suggestions à formuler sur cet atelier qui pourraient nous aider à améliorer les prochaines éditions?

# Renseignements sur la méthodologie de recherche

**Prévisibilité du questionnaire**

Dans l’ensemble, le questionnaire du voyageur a atteint un taux de prédiction de 70 %. Ce chiffre est supérieur à la moyenne des taux de prédiction du secteur, et Ipsos a même dépassé 70 %, atteignant 75 % pour la version longue de l’outil de typage. Pour le questionnaire destiné au grand public, il s’agissait de trouver un équilibre entre une longueur réduite pour le confort d’utilisation et le maintien de la prévisibilité, qui s’est établie à 67 % (ce qui est encore très élevé pour ce type de questionnaire court).

Concernant les variables actives dans la segmentation :

* Il y avait 11 variables actives, qui étaient très complètes. Par exemple, la variable « valeurs » comprend 20 énoncés couplés.
* Pour le questionnaire du voyageur, ce nombre a été réduit aux cinq variables les plus prévisibles, ce qui a permis de réduire les attributs au sein des variables (par exemple, la variable « valeurs » ne comprend plus que neuf énoncés couplés).
  + Deux variables supplémentaires sont incluses dans la version longue de l’outil de typage afin d’augmenter les taux de prédiction.
  + De plus, la version longue de l’outil de typage étant disponible par pays, les taux de prédiction sont améliorés.

Taux de prédiction :

* Questionnaire du voyageur – 67 % dans l’ensemble
  + Variation de 61 % à 72 % dans l’ensemble des segments (68 % au Canada).
* Version longue – 75 %
  + Variation de 71 % à 79 % dans l’ensemble des segments (77 % au Canada).