



A la Maison du Tourisme de Crans-Montana, les supports numériques permettent d'informer les hôtes sur l'importante offre touristique de Crans-Montana - ©CMTC Luciano Miglionico

# Le numérique au service d'un accueil touristique plus humain

/V.S.

**Crans-Montana Tourisme & Congrès mise sur un savant dosage entre inventivité et expertise pour faire connaître et reconnaître la station du haut-plateau. Explications de Sophie Clivaz, responsable communication chez CMTC et Florence Clivaz, responsable Accueil & Information.**

**Avec l'avènement du numérique, on assiste à une évolution permanente de l'accueil, de la relation client et de la diffusion de l'information. Comment une organisation comme CMTC relève-elle ce challenge au quotidien ?**

**Florence Clivaz :** Les outils et services numériques ont en effet fait une entrée fracassante dans notre Office du tourisme. Il n'en reste pas moins que l'humain est au cœur de nos préoccupations et l'accueil, notre première mission. Nous devons faire preuve d'un savant dosage d'expertise et de bienveillance humaines associées à des canaux de diffusion appropriés et complémentaires comme le papier et les services numériques.

**Sophie Clivaz :** Au niveau de la communication, notre objectif est d'anticiper les demandes des hôtes et de répondre à leurs questions avant qu'ils aient besoin de les formuler. De ce point de vue, les différents outils numériques et les plateformes dont nous disposons sont donc essentiels.

**Crans-Montana Tourisme & Congrès are banking on a fine-tuned combination of inventiveness and expertise to enhance awareness and appreciation of the Haut-Plateau resort. Some explanations from Sophie Clivaz, the person in charge of CMTC communications and Florence Clivaz, who is responsible for Welcome and Information.**

**With the advent of digital technology, we are witnessing a permanent evolution in welcoming, the relationship with clients and the distribution of information. How does an organization such as CMTC take up this challenge on a daily basis?**

**Florence Clivaz:** Digital tools and services have indeed made a dramatic entrance into our tourist Office. However, the human aspect remains at the heart of our preoccupations and welcome, our first mission. We need to exercise a fine-tuned combination of expertise and human goodwill in association with the appropriate and complementary distribution channels such as paper and digital services.

**Sophie Clivaz:** As far as communications are concerned, our objective is to anticipate our guests' requests and to answer their questions

## Quels sont les enjeux d'une communication pertinente et ciblée?

**Sophie Clivaz:** Le degré de personnalisation des messages est primordial pour être bien compris. La communication doit donc toujours être adaptée au public-cible. L'un des enjeux majeurs dans notre cas, c'est la multiplication des messages liée à la diversité de l'offre touristique de Crans-Montana. Mais en termes de communication, cela signifie qu'il n'y a pas de profil type. L'un des autres enjeux principaux est de trouver le bon équilibre entre informer et inspirer. À ce jour, certains canaux sont dédiés principalement à l'un ou à l'autre aspect, mais d'autres, comme notre site internet, doivent répondre aux deux attentes.

**/ «Le numérique doit être un support et servir au contact avec le client, et non pas le remplacer !»**

**Le changement de comportement dans la consommation des informations a-t-il un impact sur votre offre?**

**Sophie Clivaz:** La digitalisation a en effet changé

beaucoup de choses, mais c'est une très belle opportunité, surtout dans une période comme celle-ci. La plupart du temps, avant de se rendre à l'Office du tourisme, nos clients se sont déjà informés via notre site ou réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube et LinkedIn). Mais le numérique doit être un support et servir la relation-client.

**Florence Clivaz:** Le contact humain reste en effet indispensable, car le tourisme vit d'expériences et d'émotions. Nous devons offrir un juste équilibre entre le contact direct et cette évolution numérique en garantissant une relation privilégiée à nos clients, si possible en présentiel pour apporter notre expertise, nos connaissances et nos conseils, mais au minimum au travers d'une personnalisation des messages digitaux.



before they need to ask them. From this point of view, the various digital tools and the platforms available to us are, therefore, essential.

## What are the issues of pertinent targeted communication?

**Sophie Clivaz:** The degree of personalisation of messages is primordial in order to be well understood. Communications must therefore always be well adapted to the public that is targeted. One of the main issues in our case is the multiplication of messages linked to the diversity of the Crans-Montana tourism offer. But as far as communication is concerned, this means that there is no standard profile. One of the other principal issues is finding the right balance between informing and inspiring. Up until now, certain channels have been dedicated principally to one or the other aspect, but others, such as our Internet site, must answer to both expectations.

## Does the change in behaviour in the consumption of information have an impact on your offer?

**Sophie Clivaz:** Digitalization has effectively changed many things, but this is a great opportunity, especially in a period such as this. Most of the time, before going to the Tourist Office, our clients usually looked for information on our site or through social media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube and LinkedIn). But digital technology should be a support and serve the client-relationship.

**Florence Clivaz:** In fact, human contact remains indispensable, for tourism lives from experiences and emotions. We must offer the right balance between direct contact and this numerical evolution by guaranteeing a privileged relationship with our clients, in-person if possible, to provide our expertise, our knowledge and our advice, at a minimum through a personalisation of digital messages.

**/ "Numerical technology must be a support and of service to the contact with the client, and not replace it!"**

Les espaces d'accueil, pensés comme des centres d'inspiration et d'expérience, proposent des activités via les supports digitaux, mais aussi imprimés qui restent indispensables.  
©CMTC Luciano Miglionico