

Webinaire – 10 usages de l'IA dans le secteur touristique

Webinaire

Octobre 2025

Contexte et enjeux

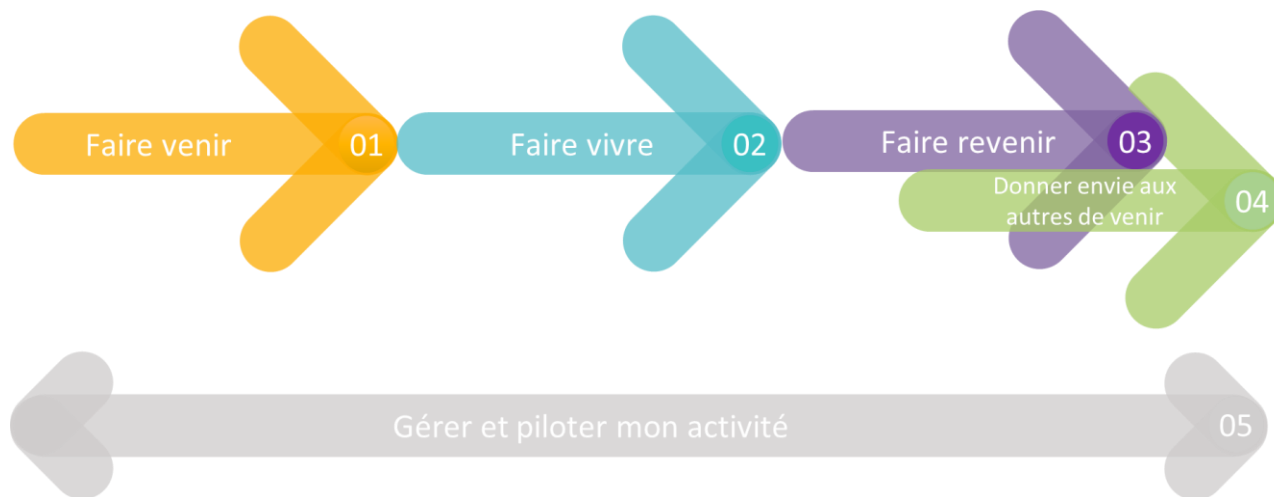
Dans le cadre du développement de l'activité digitale des acteurs du tourisme en Wallonie, il est essentiel de :

- Optimiser sa relation client
- Utiliser le digital comme un allié dans son activité
- Se démarquer de la concurrence

C'est dans ce cadre que l'IA devient un outil clé pour vous assister dans votre quotidien de professionnel du tourisme.

Contexte et enjeux

L'IA peut vous aider au quotidien dans l'ensemble de l'expérience que vous proposez à vos clients. **Voici la chaîne de valeur d'un professionnel du tourisme :**



Dans ce webinaire, nous verrons 10 exemples concrets liés aux 5 chaînons.

Une heure ensemble pour...

- Découvrir les **fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA)**
- Comprendre **comment parler correctement à une IA** afin qu'elle vous produise le meilleur résultat possible
- Connaître **les cas d'usage** pour lesquels l'IA peut être utile
- Découvrir les opportunités gratuites de développement des compétences digitales via **Mon bagage numérique**



Introduction

Ce qu'il faut savoir sur l'intelligence artificielle

- Il existe plusieurs IAs différentes !



- La plupart sont détenus par Microsoft ! ChatGPT est rattaché à OpenAI, lui-même financé par Microsoft.

Ce qu'il faut savoir sur l'intelligence artificielle

- La plupart des IAs ne respectent pas le RGPD.



→ Cela signifie qu'elles peuvent **utiliser vos données pour entraîner leur système** et améliorer leur performance !

- Les bons élèves sont Mistral AI et Copilot (lorsqu'on l'utilise depuis Teams).



Quand vous utilisez une IA, la manière dont vous lui parlez influence la qualité de sa réponse



Comment parler correctement à une IA pour avoir la meilleure réponse possible

- Les 7 éléments pour obtenir une réponse efficace sont :

1. Rôle
2. Tâche
3. Objectif
4. Contexte
5. Etapes
6. Contraintes
7. Format

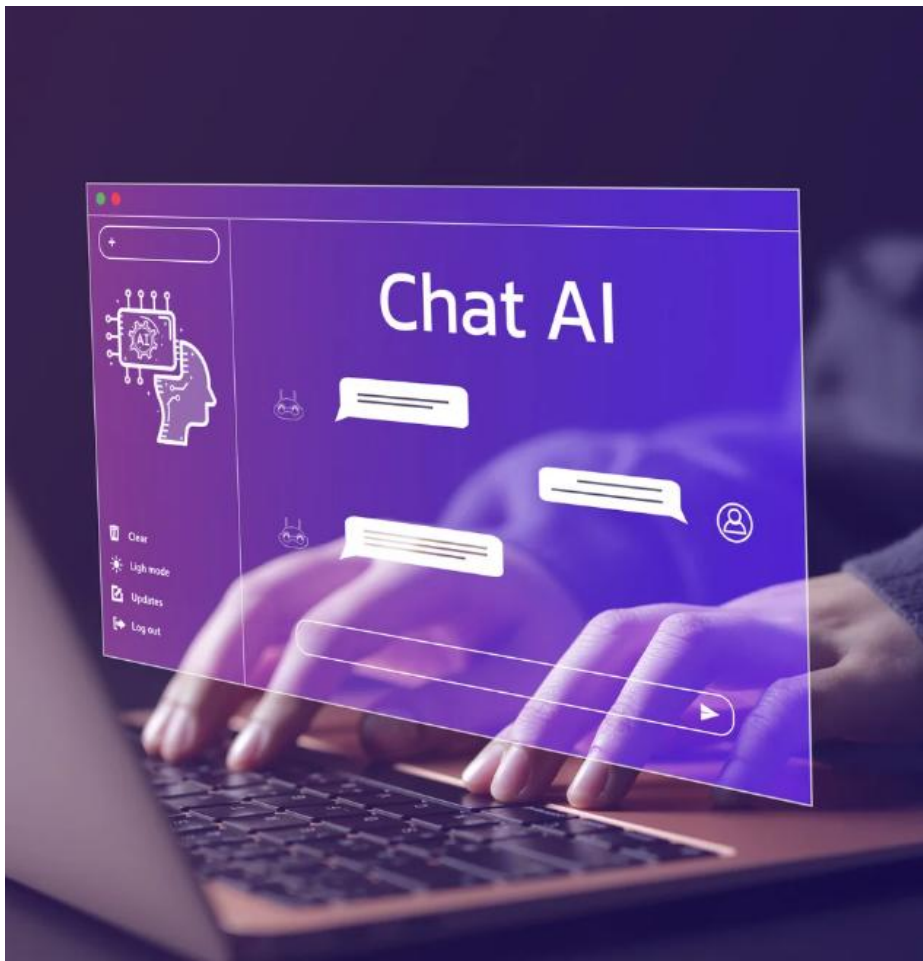
Comment parler correctement à une IA pour avoir la meilleure réponse possible

- Les 7 éléments pour obtenir une réponse efficace sont :

Rôle Tâche Objectif Contexte Etapes Contraintes Format

« Tu es un expert en copywriting spécialisé dans le secteur touristique. Tu vas rédiger une réponse professionnelle et empathique à un avis négatif laissé sur Google à propos de mon gîte. L'objectif est d'apporter une réponse concrète, et maintenir une image positive de mon établissement. Voici l'avis négatif du client : (texte à copier). Pour rédiger la réponse, tu pourras utiliser les étapes suivantes si nécessaire : remercier le client pour son retour, reconnaître ses préoccupations et proposer une résolution de problème, conclure par une note positive. Peux-tu me faire deux propositions différentes avec 150 mots maximum par réponse ? »

→ Même si les IAs n'ont pas toutes les mêmes performances, le fait de **bien écrire sa demande (=prompt)** reste **primordiale pour maximiser leur potentiel !**



Les 10 astuces

ASTUCE #X : Titre de l'astuce

1

2

Faire venir

01

12

3



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



XXX

Hébergements



XXX

Attractions



XXX

Org. Touris.

4



LA NOTION À RETENIR

Nom de la notion

1. xxx

5 Dans la diapositive suivante, le prompt à utiliser !

26/11/2025

ASTUCE #1 : Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Email de confirmation de réservation avec les infos pour une entrée autonome



Attractions

Email de confirmation de réservation avec les infos de stationnement et les horaires d'ouverture



Org. Touris.

Quelques jours après un passage en office du tourisme



ASTUCE #1 : Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client



LA NOTION À RETENIR

Les éléments clés d'un email

1. Des phrases courtes et claires
2. Une FAQ si vous en avez
3. Des coordonnées à jour
4. Bien vérifier les liens cliquables
5. Proposer de s'abonner à vos réseaux sociaux ou votre newsletter
6. Inciter à laisser un avis client (mail de remerciement)



ASTUCE #1 : Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client



* Hébergements

Prompt - Email de confirmation avec infos pour une entrée autonome

Tu es spécialiste en rédaction d'emails FaLC pour le secteur touristique.

Ta tâche est de rédiger un email de confirmation de réservation.

L'objectif est **d'informer le client sur les modalités d'entrée autonome dans [nom de l'établissement + lien du site]**.

Le contexte : les entrées de l'établissement se font de manière autonome, il faut un email générique qui donne toutes les informations utiles pour une entrée sereine.

Étapes :

- Rappeler les informations de réservation
- Expliquer l'accès autonome (code, consignes, horaires)
- Proposer un contact en cas de besoin

Contraintes : utiliser un ton rassurant, éviter les termes techniques, ne pas dépasser 200 mots.

Format attendu : texte brut d'email (objet + corps du message).

Point d'attention – Optimiser l'utilisation des prompts

Adaptez le prompt à votre guise, il est pensé pour un cas d'usage précis

Prompt - Email de confirmation avec infos pour une entrée autonome

Tu es spécialiste en rédaction d'emails FaLC pour le secteur touristique.

Ta tâche est de rédiger un email de confirmation de réservation.

L'objectif est **d'informer le client sur les modalités d'entrée autonome dans [nom de l'établissement + lien du site]**.

Le contexte : les entrées de l'établissement se font de manière autonome, il faut un email générique qui donne toutes les informations utiles pour une entrée sereine.

Étapes :

- Rappeler les informations de réservation
- Expliquer l'accès autonome (code, consignes, horaires)
- Proposer un contact en cas de besoin

Contraintes : utiliser un ton rassurant, éviter les termes techniques, ne pas dépasser 200 mots.

Format attendu : texte brut d'email (objet + corps du message).

Modifier les parties entre [crochets]

Ajoutez toutes les informations utiles

Posez-vous la question « Si j'avais dû déléguer cette tâche à quelqu'un, qu'est-ce que je lui aurais dit ? »

26/11/2025

ASTUCE #1 : Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client



Prompt - Email de confirmation avec infos pratiques (parking, horaires)

Tu es spécialiste en rédaction d'emails FaLC pour le secteur touristique.

Ta tâche est de rédiger un email de confirmation de réservation.

L'objectif est de **fournir toutes les informations pratiques pour organiser la visite** à **[nom du site + lien du site]**.

Le contexte : la réservation du site se font en majorité sur internet donc à l'avance, les visiteurs doivent donc avoir un maximum d'informations au préalable pour préparer leur visite.

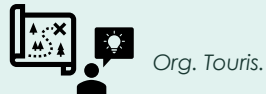
Étapes :

- Confirmer la réservation
- Préciser les modalités de stationnement (adresse, durée, accès parking ou via les transports en commun)
- Donner les horaires d'ouverture et recommandations utiles en fonction du type de public (famille, groupe, etc.)

Contraintes : être clair et synthétique, anticiper les questions fréquentes.

Format attendu : email complet prêt à être envoyé.

ASTUCE #1 : Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client



Org. Touris.

Prompt - Email de remerciement quelques jours après un passage en office du tourisme

Tu es spécialiste en rédaction d'emails FaLC pour le secteur touristique.

Ta tâche est de **rédiger un email de remerciement après le passage d'un visiteur.**

L'objectif est de maintenir le lien, obtenir un retour éventuel via un avis client ou enquête de satisfaction, et encourager une future interaction (suivre les réseaux sociaux de la structure).

Le contexte : le visiteur s'est rendu dans **[nom de l'office du tourisme ou de l'activité]** pendant **[préciser la période]**, pour **[motif ou type de demande]**.

Étapes :

- Remercier chaleureusement
- Proposer un court questionnaire de satisfaction ou lien utile (lien vers avis client ou lien vers les réseaux sociaux)
- Mettre en avant une suggestion personnalisée (événement à venir, offre spéciale, etc.)

Contraintes : message cordial, pas commercial, incitatif sans être intrusif.

Format attendu : email avec lien cliquable.

ASTUCE #2 : Répondre à un avis client



Les endroits où vous pouvez
répondre à des avis clients



Tripadvisor



Booking.com



airbnb



ASTUCE #2 : Répondre à un avis client



LA NOTION À RETENIR

Les trois grands temps

1. **Captation** : QR code dans votre établissement, email de remerciement
2. **Réponse** : répondre à tous les avis (positifs ou négatifs) sous 48h, ajouter un élément différenciant
3. **Valorisation** : poster les meilleurs avis (ce qui raconte une histoire) sur vos réseaux et votre site



ASTUCE #2 : Répondre à un avis client



Hébergements

Prompt - Répondre à un avis client en tant qu'hébergement touristique

Tu es un responsable relation client pour un établissement d'hébergement touristique. Ta tâche est de rédiger une réponse personnalisée à un avis client publié en ligne. L'objectif est de **valoriser le retour, montrer l'écoute de l'établissement et, si nécessaire, apporter une réponse constructive.**

Le contexte : **[préciser si besoin dans le cadre d'un avis client négatif]**

Étapes :

- Remercier le client pour son retour
- Rebondir sur les éléments évoqués (positifs ou négatifs)
- Montrer l'engagement qualité de l'établissement et/ou valoriser une offre ou un service spécifique de l'établissement
- Inviter, si possible, à une prochaine visite

Contraintes : ton courtois, éviter les justifications longues, rester professionnel même en cas de critique.

Format attendu : texte de réponse en ligne à copier/coller sur la plateforme d'avis.

Voici le texte de l'avis : **[copier / coller l'avis]**

ASTUCE #2 : Répondre à un avis client



Attractions

Prompt - Répondre à un avis client en tant qu'attraction

Tu es un chargé de relation visiteurs pour un site ou une activité touristique. Ta tâche est de rédiger une réponse personnalisée à un avis client publié en ligne. L'objectif est **de renforcer l'image du site, remercier le client et répondre à tout point d'attention soulevé.**

Le contexte : **[préciser si besoin dans le cadre d'un avis client négatif]**

Étapes :

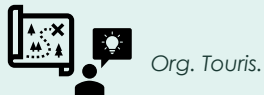
- Saluer et remercier pour le partage
- Reprendre un ou deux éléments clés de l'avis
- Valoriser l'expérience proposée et mentionner les évolutions en cours si besoin
- Proposer une nouvelle opportunité de visite

Contraintes : ton accueillant, adapté à une lecture rapide, sans vocabulaire interne.

Format attendu : réponse d'avis client en langage naturel, sans signature automatique.

Voici le texte de l'avis : **[copier / coller l'avis]**

ASTUCE #2 : Répondre à un avis client



Prompt - Répondre à un avis client en tant qu'organisme touristique

Tu es un conseiller accueil pour un office de tourisme ou un opérateur d'activités. Ta tâche est de rédiger une réponse personnalisée à un avis client publié en ligne. L'objectif est **de renforcer l'image du territoire, remercier le client et répondre à tout point d'attention soulevé.**

Le contexte : **[préciser si besoin dans le cadre d'un avis client négatif]**

Étapes :

- Exprimer la reconnaissance pour l'avis
- Montrer que le retour est pris en compte
- Souligner l'importance de la satisfaction pour l'équipe
- Inviter à revenir ou à découvrir un autre service

Contraintes : rester institutionnel sans être froid, ne pas faire de promesse irréaliste.

Format attendu : court message de réponse à publier en ligne (max. 100 mots).

Voici le texte de l'avis : **[copier / coller l'avis]**

ASTUCE #3 : Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Post pour inciter à réserver pour les vacances d'été



Attractions

Post pour parler de l'événement annuel



Org. Touris.

Article de blog pour parler du nouveau parcours de randonnée à vélo



ASTUCE #3 : Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog



AU CATALOGUE

L'atelier pratique « Améliorer sa création de contenu grâce à Canva »

- 1. Prendre en main l'outil, création d'un template, mise en place d'un calendrier de publication*
- 2. Prochaines dates :*
 - Mercredi 3 décembre de 13h à 17h*
 - Vendredi 16 janvier de 9h à 13h*
 - Lundi 23 mars de 9h à 13h*
 - Mardi 19 mai de 13h à 17h*



ASTUCE #3 : Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog



Hébergements

Prompt - Post pour inciter à réserver pour les vacances d'été

Tu es un community manager pour un hébergement touristique.

Ta tâche est de rédiger un post pour inciter à réserver dès maintenant pour les vacances d'été.

L'objectif est **d'augmenter les réservations estivales** de **[nom de l'établissement + lien du site]** via les réseaux sociaux.

Le contexte : la saison estivale approche, les disponibilités sont limitées et l'établissement propose **[types d'hébergement, offres ou services particuliers]**.

Étapes :

- Attirer l'attention avec une accroche liée à l'été
- Mettre en avant un avantage clé (vue, localisation, activité, offre...)
- Appeler à l'action (réserver, découvrir l'offre...)

Contraintes : ton enjoué, message court (max. 300 caractères), utiliser un ou deux emojis.

Format attendu : texte de post Facebook ou Instagram avec suggestion de visuel en légende.

ASTUCE #3 : Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog



Prompt - Post pour annoncer ou valoriser un événement annuel

Tu es chargé de communication pour une attraction touristique ou culturelle.

Ta tâche est de rédiger un post pour annoncer l'événement annuel de **[nom de l'attraction, et coordonnées]**.

L'objectif est **d'informer les visiteurs et de susciter l'envie de participer.**

Le contexte : l'événement a lieu chaque année en **[mois]** et propose **[type d'activité, programme, invités, nouveautés...]**.

Étapes :

- Donner le nom et la date de l'événement
- Expliquer en une phrase ce qui rend l'édition spéciale
- Encourager les internautes à partager ou réserver

Contraintes : ton dynamique, inclure un hashtag de l'événement, ne pas dépasser 800 caractères.

Format attendu : post pour Facebook ou LinkedIn, avec suggestion de visuel si pertinent.

ASTUCE #3 : Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog



Org. Touris.

Prompt - Article de blog sur un nouveau parcours vélo

Tu es un rédacteur web pour un office de tourisme.

Ta tâche est d'**écrire un article de blog pour présenter un nouveau parcours de randonnée à vélo.**

L'objectif est d'informer et de séduire les amateurs de cyclotourisme afin de les inciter à découvrir le territoire.

Le contexte : le parcours **[nom du circuit]** vient d'être inauguré. Il traverse **[description succincte du territoire, villages, paysages...]** sur **[nombre]** km.

Étapes :

- Introduire le parcours et sa nouveauté
- Décrire les points forts (paysages, patrimoine, haltes...)
- Donner les infos pratiques (départ, balisage, durée)
- Terminer par un lien vers une carte ou une brochure

Contraintes : ton inspirant mais informatif, article entre 300 et 500 mots.

Format attendu : texte structuré pour un blog, avec titres et paragraphes clairs.

ASTUCE #4 : Optimiser une fiche produit ou une page web



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Présentation d'une chambre



Attractions

Présentation d'une nouvelle activité immersive



Org. Touris.

Présentation d'un parcours pour les familles



ASTUCE #4 : Optimiser une fiche produit ou une page web



AU CATALOGUE

L'atelier pratique « Mieux référencer son site sur les moteurs de recherche et le rendre attractif »

1. Connaître et mettre en pratique les 10 astuces de base pour améliorer son référencement organique
2. Prochaines dates :
 - Jeudi 19 février de 9h à 13h
 - Mardi 14 avril de 13h à 17h
 - Jeudi 4 juin de 9h à 13h



Mieux référencer son site sur les moteurs de recherche et le rendre attractif !

Atelier pratique SEO
Octobre 2025



ASTUCE #4 : Optimiser une fiche produit ou une page web



Hébergements

Prompt - Présentation d'une chambre

Tu es un expert en rédaction web spécialisé dans l'hôtellerie.

Ta tâche est d'optimiser la fiche de présentation d'une chambre sur le site web de **[nom de l'établissement]**.

L'objectif est de **donner envie de réserver cette chambre en valorisant ses atouts concrets.**

Le contexte : la chambre **[nom ou catégorie]** propose **[surface, équipements, nombre de lits, ambiance]**, et s'adresse principalement à **[type de clientèle : couple, famille, pro...]**. Voici le lien de la page web actuel : **[lien de la page du site]**

Étapes :

- Créer un titre court et engageant
- Décrire la chambre en insistant sur les bénéfices concrets pour le client
- Mettre en avant un ou deux éléments différenciants (vue, design, services inclus)
- Conclure avec une invitation à réserver

Contraintes : ton chaleureux, mais professionnel, texte structuré en 2 ou 3 paragraphes, phrases courtes, sans superlatifs inutiles.

Format attendu : fiche descriptive web prête à intégrer sur un site d'hébergement touristique.

ASTUCE #4 : Optimiser une fiche produit ou une page web



Attractions

Prompt - Présentation d'une nouvelle activité immersive

Tu es un rédacteur spécialisé en tourisme culturel et de loisirs.

Ta tâche est de rédiger une présentation web pour une nouvelle activité immersive proposée par **[nom du lieu]**.

L'objectif est de **convaincre les internautes de participer à cette expérience lors de leur visite**.

Le contexte : l'activité **[nom ou type]** permet aux visiteurs de **[but de l'activité]**, avec une technologie ou un dispositif particulier (ex : réalité augmentée, reconstitution historique...).

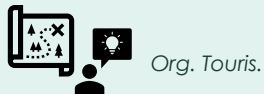
Étapes :

- Trouver un titre impactant
- Expliquer en quoi l'expérience est immersive et unique
- Donner les infos pratiques (durée, âge, tarifs, accessibilité)
- Ajouter une touche incitative (bénéfices, souvenirs, émotions...)

Contraintes : ton vivant, style direct, paragraphe d'intro + liste à puces.

Format attendu : texte structuré pour une page d'activité sur un site touristique..

ASTUCE #4 : Optimiser une fiche produit ou une page web



Prompt - Présentation d'un parcours pour les familles

Tu es un expert en contenus touristiques familiaux.

Ta tâche est de rédiger une fiche web pour présenter un parcours découverte adapté aux familles.

L'objectif est **d'inciter les familles à choisir cette activité lors de leur venue sur le territoire de [nom du lieu].**

Le contexte : ce parcours de **[nombre de kilomètres / durée]** permet de découvrir **[types de lieux ou thèmes]**, avec des étapes ludiques adaptées aux enfants.

Étapes :

- Trouver un titre attractif pour les familles
- Présenter brièvement l'itinéraire
- Détailler les points d'intérêt (animations, énigmes, patrimoine...)
- Donner les modalités (âge conseillé, support fourni, durée, accessibilité)

Contraintes : ton convivial, style clair pour parents pressés, pas de jargon technique.

Format attendu : texte optimisé SEO pour une page web, avec paragraphes courts et sous-titres.

ASTUCE #5 : Créer une fiche d'information



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Créer une fiche « quoi faire autour de chez nous »



Attractions

Créer une fiche « parcours de visite selon le public »



Org. Touris.

Créer une fiche « parcours de visite selon la saison »



ASTUCE #5 : Créer une fiche d'information



AU CATALOGUE

Le webinaire «10 astuces pour favoriser l'accessibilité numérique pour tous»

1. Sensibilisation aux handicaps et aux bonnes pratiques d'accessibilité numérique
2. Prochaine date :
 - 27 nov. de 15h à 16h30 (**ce jeudi**)
3. Utiliser le GPT FaLC (Facile à Lire et à Comprendre) :
<https://chatgpt.com/g/g-zsgZ6SFCI-falc-gpt>



FaLC GPT



ASTUCE #5 : Créer une fiche d'information



Hébergements

Prompt - Créer une fiche "Que faire autour de chez nous "

Tu es un assistant d'accueil numérique pour un hébergement touristique. Ta tâche est de rédiger une fiche synthétique sur les activités à faire autour de [nom de l'établissement].

L'objectif est **de fournir aux visiteurs des idées d'activités ou de lieux à découvrir pendant leur séjour.**

Le contexte : l'établissement se situe à **[lieu]**, et le fiche d'information s'adresse principalement à **[type de clientèle]** pour des activités dans un rayon de **[nombre]** km.

Étapes :

- Identifier 5 à 7 suggestions (sites, activités, balades, marchés...)
- Pour chaque suggestion, indiquer brièvement : nom, type d'activité, distance, durée moyenne
- Classer les suggestions par thème ou par distance

Contraintes : ton simple et concret, fiche lisible en moins de 3 minutes, pas de termes techniques.

Format attendu : fiche en format texte, prête à être mise en page sous forme A4 (titre, sous-titres, liste).

ASTUCE #5 : Créer une fiche d'information



Attractions

Prompt - Créer une fiche "parcours de visite selon le public"

Tu es un responsable médiation pour une attraction touristique.

Ta tâche est de **concevoir une fiche de parcours adaptée à un type de public précis.**

L'objectif est **de permettre aux visiteurs [type de public : familles, scolaires, seniors, passionnés...] de profiter pleinement de la visite.**

Le contexte : l'attraction comporte plusieurs zones ou étapes, et chaque public a des attentes spécifiques en matière de rythme, contenu et durée.

Étapes :

- Choisir un type de public et justifier l'approche
- Décrire un parcours en 4 à 6 étapes adaptées à ce public
- Ajouter conseils pratiques : durée idéale, points de repos, niveau de difficulté

Contraintes : ton accessible, structuration claire (par étapes), pas de surcharge d'informations.

Format attendu : fiche de parcours prête à être diffusée à l'accueil (titre, introduction, étapes, encadrés pratiques).

ASTUCE #5 : Créer une fiche d'information



Org. Touris.

Prompt - Créer une fiche "parcours de visite selon la saison"

Tu es chargé d'itinérance touristique pour un office de tourisme.

Ta tâche est de créer une fiche suggérant un parcours de visite en fonction d'une saison précise.

L'objectif est de **recommander aux visiteurs un circuit adapté à la météo, aux ambiances et aux événements de la saison [printemps / été / automne / hiver]**.

Le contexte : le territoire comprend **[types de sites : nature, patrimoine, activités...]**, dont certains sont plus agréables ou accessibles selon la saison.

Étapes :

- Choisir la saison et définir un parcours de 4 à 5 étapes cohérentes
- Valoriser des spécificités saisonnières (fleurs, couleurs, animations, lumière...)
- Ajouter des conseils utiles (équipement, heures idéales, lieux abrités si besoin)

Contraintes : ton inspirant mais informatif, proposer une expérience complète en moins de 4h

Format attendu : fiche type brochure, avec titre, sous-titres, suggestions cartographiées si possible.

ASTUCE #6 : Créer un guide d'usage



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Guide d'usage de l'hébergement



Attractions

Kit de communication pour un événement



Org. Touris.

Kit de communication pour une marque locale



ASTUCE #6 : Créer un guide d'usage



AU CATALOGUE

Atelier pratique « Tout savoir sur ChatGPT 1 & 2 »

Apprendre à utiliser l'IA générative grâce à ChatGPT sur des cas simples et complexes

1. Prochaines dates ChatGPT 1 : Mercredi 28 janvier de 13h à 17h, Jeudi 5 mars de 9h à 13h, Mardi 26 mai de 13h à 17h
2. Prochaines dates ChatGPT 2 : Jeudi 5 février de 13h à 17h, Mardi 21 avril de 9h à 13h, Jeudi 18 juin de 13h à 17h
3. Prochaines dates ChatGPT 1&2 : Jeudi 12 février de 9h à 17h, Jeudi 04 juin de 9h à 17h



ASTUCE #6 : Créer un guide d'usage



Hébergements

Prompt - Guide d'usage de l'hébergement

Tu es un assistant rédactionnel pour un établissement d'hébergement.

Ta tâche est de créer un guide d'usage clair et synthétique à destination des clients séjournant dans **[nom de l'établissement]**.

L'objectif est de **faciliter l'autonomie des clients pendant leur séjour en leur fournissant toutes les informations pratiques nécessaires.**

Le contexte : l'établissement propose des prestations telles que **[accès autonome, petit-déjeuner, équipements partagés, etc.]**, et accueille des publics **[familiaux / professionnels / internationaux...]**.

Étapes :

- Structurer le guide par thématiques (arrivée, départ, équipements, consignes, contacts...)
- Utiliser des titres explicites et des listes à puces
- Ajouter une section « en cas de problème » ou FAQ

Contraintes : ton bienveillant et informatif, phrases courtes, traduction facile si besoin.

Format attendu : texte brut structuré, prêt à être intégré dans un livret imprimé ou PDF.

ASTUCE #6 : Créer un guide d'usage



Prompt - Kit de communication pour un événement

Tu es un responsable communication pour une attraction touristique.

Ta tâche est de créer un kit de communication pour promouvoir un événement organisé à **[nom du lieu]** le **[date]**.

L'objectif est de **permettre à l'équipe ou aux partenaires de communiquer efficacement et de manière homogène.**

Le contexte : l'événement a pour thème **[nom / type d'événement]** et s'adresse à [public cible]. Plusieurs supports sont prévus (réseaux sociaux, flyers, site web...).

Étapes :

- Définir le message clé et les éléments de langage
- Fournir des exemples de textes (posts, accroches, paragraphes descriptifs)
- Intégrer un lexique visuel (logos, photos, couleurs, hashtag)

Contraintes : ton cohérent avec l'identité du lieu, respect de la charte graphique, contenu réutilisable.

Format attendu : document textuel structuré en sections (éléments de langage / visuels / formats conseillés).

ASTUCE #6 : Créer un guide d'usage



Org. Touris.

Prompt - Kit de communication pour une marque locale

Tu es chargé de valorisation territoriale pour une destination touristique.

Ta tâche est de créer un kit de communication destiné aux partenaires (prestataires, artisans, hébergeurs...) pour promouvoir la marque locale **[nom de la marque ou du label]**.

L'objectif est **d'assurer une communication cohérente, attractive et partagée autour de cette identité commune.**

Le contexte : la marque **[nom]** valorise **[type d'offres : produits locaux, valeurs, hospitalité, engagements...]** et doit être déclinée de façon homogène.

Étapes :

- Expliquer la vocation et les valeurs de la marque
- Proposer des messages type à utiliser (présentation courte, signature email, slogans...)
- Décrire les règles d'usage du logo, couleurs, et documents associés

Contraintes : ton fédérateur, clarté des consignes, utilisable par des professionnels non communicants.

Format attendu : kit en format texte avec blocs distincts (valeurs / messages / éléments graphiques).

ASTUCE #7 : Quiz « fun facts » sur l'établissement



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Quiz « fun facts » sur l'établissement avec un questionnaire de satisfaction



Attractions

Quiz pour accompagner une visite



Org. Touris.

Quiz pour accompagner un parcours de visite du centre ville



ASTUCE #7 : Quiz « fun facts » sur l'établissement



LA NOTION À RETENIR

Le RGPD (Règlement Général sur la Protection des données)

1. Recevoir un consentement explicite du client, en cochant une case dans un formulaire par exemple.
2. Exemple de phrase : J'accepte de recevoir des offres promotionnelles et des actualités de [Nom de la structure] par e-mail. Je peux me désinscrire à tout moment en cliquant sur le lien de désinscription dans chaque e-mail / en envoyant un message à [adresse email de la structure].
3. Conservez une preuve du consentement
4. Garder le contact 3 ans
5. Avoir une option de désinscription facile dans vos e-mails marketing.



ASTUCE #7 : Quiz « fun facts » sur l'établissement



Hébergements

Prompt - Quiz "fun facts" sur l'établissement avec un questionnaire de satisfaction

Tu es un animateur de contenu pour un hébergement touristique.

Ta tâche est de créer un quiz ludique et léger autour de faits insolites ou intéressants concernant **[nom de l'établissement]**.

L'objectif est de **divertir les clients, enrichir leur séjour et renforcer leur attachement à l'établissement.**

Le contexte : l'hébergement possède une histoire, des caractéristiques ou anecdotes uniques (ex. : bâtiment historique, déco originale, célébrités passées, etc.).

Étapes :

- Identifier 5 à 7 faits intéressants ou anecdotes
- Rédiger une question par fait, avec 3 propositions de réponse
- Ajouter une explication courte pour chaque bonne réponse
- Ajouter une ou deux questions sur la satisfaction concernant le séjour de l'établissement

Contraintes : ton léger et complice, format court (1 à 2 lignes par question), éviter les détails techniques.

Format attendu : quiz en format texte, prêt à être imprimé ou intégré dans un livret ou une tablette.

ASTUCE #7 : Quiz « fun facts » sur l'établissement



Prompt - Quiz pour accompagner une visite

Tu es un médiateur culturel numérique pour un site touristique.

Ta tâche est de créer un quiz interactif à proposer aux visiteurs pendant ou après leur visite de **[nom du lieu ou de l'attraction]**.

L'objectif est **de renforcer l'attention des visiteurs et de rendre la visite plus participative**.

Le contexte : le site comprend plusieurs zones thématiques (ex. : musée, jardin, centre d'interprétation...), et le public est familial ou scolaire.

Étapes :

- Identifier les 5 à 10 points clés du parcours
- Rédiger une question par étape, avec 3 ou 4 choix de réponse
- Intégrer une courte explication ou anecdote à chaque réponse correcte

Contraintes : vocabulaire simple, questions compréhensibles dès 10 ans, équilibre entre contenu informatif et ludique.

Format attendu : série de QCM avec corrections intégrées, pouvant être diffusée sur papier ou appli.

ASTUCE #7 : Quiz « fun facts » sur l'établissement



Org. Touris.

Prompt - Quiz pour accompagner un parcours de visite du centre-ville

Tu es un concepteur d'outils d'animation pour un office de tourisme.

Ta tâche est de créer un quiz ludique destiné à accompagner un parcours de découverte du centre-ville de **[nom de la ville]**.

L'objectif est de **rendre le parcours plus interactif, notamment pour les familles ou les jeunes visiteurs.**

Le contexte : le parcours comporte **[nombre]** étapes autour de lieux patrimoniaux, anecdotes locales ou éléments de signalétique.

Étapes :

- Identifier une question par étape du parcours
- Rédiger chaque question sous forme de devinette, QCM ou vrai/faux
- Ajouter une explication courte ou une info "bonus" pour chaque bonne réponse

Contraintes : ton ludique, intégrer des références locales, éviter les termes trop culturels.

Format attendu : livret ou fiche quiz avec questions, réponses et explications (texte brut sans mise en page).

ASTUCE #8 : Analyser un questionnaire de satisfaction



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

À la suite d'une réservation



Attractions

À la suite d'une visite



Org. Touris.

À la suite d'un séjour dans la région



ASTUCE #8 : Analyser un questionnaire de satisfaction



LA NOTION À RETENIR

Les bonnes pratiques de la RGPD

(Règlement Général sur la Protection des données)

1. *Pas de coordonnées*
2. *Pas de nom complet, juste le prénom*
3. *Pas de document confidentiel*
4. *Pas de demande trop spécifique (ce n'est pas votre meilleur ami)*



ASTUCE #8 : Analyser un questionnaire de satisfaction



Hébergements

Prompt - Analyse d'un questionnaire après une réservation

Tu es analyste qualité pour un établissement d'hébergement touristique.

Ta tâche est d'analyser les résultats d'un questionnaire de satisfaction envoyé après la réservation d'un séjour dans **[nom de l'établissement]**.

L'objectif est **d'identifier les points forts et les irritants du parcours client avant l'arrivée** (site web, communication, clarté des infos...).

Le contexte : le questionnaire a été rempli par des clients suite à une réservation effectuée via **[plateforme ou canal]**.

Étapes :

- Résumer les résultats chiffrés par thématique
- Identifier les verbatims récurrents positifs et négatifs
- Proposer 3 recommandations concrètes

Contraintes : rester factuel, éviter toute interprétation excessive, mettre en avant ce qui peut être amélioré rapidement.

Format attendu : synthèse courte avec tableau + 3 actions prioritaires.

ASTUCE #8 : Analyser un questionnaire de satisfaction



Prompt - Analyse d'un questionnaire après une visite

Tu es chargé d'évaluation de l'expérience visiteur pour une attraction touristique. Ta tâche est d'analyser les retours d'un questionnaire rempli après la visite de **[nom du site]**. L'objectif est de **mesurer la satisfaction globale, de repérer les forces du parcours et les points à améliorer.**

Le contexte : le questionnaire contient des questions fermées (notation) et ouvertes (commentaires), et a été proposé à **[type de public]**.

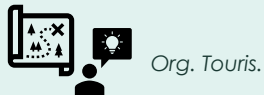
Étapes :

- Présenter les moyennes et écarts types des notes données par thème (accueil, contenu, signalétique, propreté, etc.)
- Résumer les tendances dans les commentaires
- Dégager 2 axes d'amélioration et 1 élément à valoriser davantage

Contraintes : synthèse visuelle et structurée, chiffres arrondis, éviter les données brutes sans analyse.

Format attendu : rapport synthétique prêt à être partagé à l'équipe (liste + recommandations).

ASTUCE #8 : Analyser un questionnaire de satisfaction



Prompt - Analyse d'un questionnaire suite à un séjour dans la région

Tu es un analyste territorial en charge de la valorisation de l'expérience globale des visiteurs. Ta tâche est d'analyser les résultats d'un questionnaire post-séjour sur le territoire de **[nom de la destination]**.

L'objectif est de **comprendre les points de satisfaction et les manques ressentis sur l'ensemble du séjour** (hébergement, activités, information touristique, mobilité, accueil...).

Le contexte : le questionnaire est diffusé par l'office de tourisme et regroupe des réponses collectées auprès de visiteurs sur **[préciser le canal de diffusion]**.

Étapes :

- Classer les retours par grands thèmes (accès, accueil, offre, services, ambiance...)
- Identifier les points qui reviennent fréquemment en positif et en négatif
- Croiser les résultats avec le profil des visiteurs (origine, âge, type de séjour)
- Formuler 2 pistes d'action pour la destination

Contraintes : analyse structurée, insights synthétiques mais concrets, éviter les généralités.

Format attendu : fiche de restitution avec tableau ou bullet points par thème.

ASTUCE #9 : Faire un benchmark de la concurrence



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Les hébergements près de chez vous



Attractions

Les prestations complémentaires proposées par d'autres structures francophones.



Org. Touris.

Les bonnes pratiques de communication par les autres professionnels du secteur



ASTUCE #9 : Faire un benchmark de la concurrence



LA NOTION À RETENIR

*Vérifier toujours les ressources proposer
par votre outil IA*

1. Certaines sources seront erronées, l'IA peut mettre un lien par défaut qui n'a rien à voir avec le sujet
2. Certaines sources sont obsolètes
3. Très souvent, c'est le site de la source qui n'est pas fiable



ASTUCE #9 : Faire un benchmark de la concurrence



Hébergements

Prompt - Identifier les hébergements touristiques proches

Tu es un assistant en veille touristique locale.

Ta tâche est de rédiger une synthèse comparative des hébergements situés à proximité de **[nom de l'établissement ou de la commune]**.

L'objectif est **d'identifier les pratiques concurrentielles pour améliorer l'offre de [nom de l'établissement concerné]**.

Le contexte : **[nom de la structure]** souhaite observer les prix, services proposés, positionnements et canaux de communication des hébergements à moins de **[nombre]** km.

Étapes :

- Lister 5 hébergements comparables à proximité
- Comparer leurs offres : type d'hébergement, tarifs, services, expérience client
- Repérer les éléments différenciants ou innovants

Contraintes : utiliser uniquement des sources en ligne fiables, rester factuel, éviter le jugement subjectif.

Format attendu : tableau comparatif clair, avec une courte synthèse en 5 lignes.

ASTUCE #9 : Faire un benchmark de la concurrence



Prompt - Benchmark des prestations complémentaires proposées par d'autres structures francophones

Tu es un analyste spécialisé en tourisme culturel et de loisirs.

Ta tâche est de faire un benchmark des prestations complémentaires proposées par des attractions similaires dans d'autres régions francophones.

L'objectif est **d'identifier des idées à transposer pour enrichir l'expérience proposée par [nom de l'attraction]**.

Le contexte : **[type de lieu]** souhaite développer de nouveaux services annexes (ex. : visite sensorielle, offre famille, boutique, restauration...).

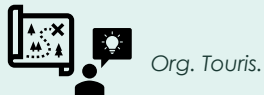
Étapes :

- Sélectionner 4 à 6 structures francophones similaires
- Décrire pour chacune une ou deux prestations complémentaires originales
- Repérer les bonnes pratiques duplicables ou inspirantes

Contraintes : sélectionner des structures crédibles (sites officiels), privilégier la diversité géographique, synthèse courte.

Format attendu : tableau ou liste avec structure, prestation repérée, bénéfice client.

ASTUCE #9 : Faire un benchmark de la concurrence



Prompt - Benchmark des bonnes pratiques de communication dans le secteur

Tu es un consultant en marketing territorial.

Ta tâche est d'identifier les bonnes pratiques de communication adoptées par d'autres offices de tourisme ou opérateurs locaux francophones.

L'objectif est de **s'inspirer des actions efficaces pour dynamiser la stratégie de communication de [nom de la structure].**

Le contexte : l'office de tourisme souhaite revoir ses formats, ton éditorial ou ses canaux de diffusion pour mieux toucher **[cible : familles, jeunes, seniors, pros...]**.

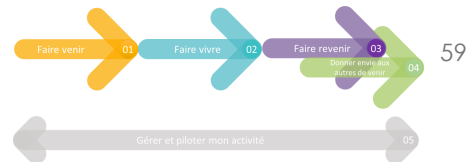
Étapes :

- Sélectionner 3 à 5 structures similaires (taille, territoire, cible)
- Identifier une action ou un format de communication remarquable par structure
- Expliquer pourquoi cette action est efficace ou innovante

Contraintes : analyser uniquement des publications récentes, donner des exemples concrets (formats, visuels, hashtags).

Format attendu : tableau avec nom de la structure, action repérée, enseignement-clé.

ASTUCE #10 : Traduire du contenu



59



EXEMPLES PAR TYPOLOGIE



Hébergements

Guide d'usage de l'hébergement



Attractions

Site web multilingue

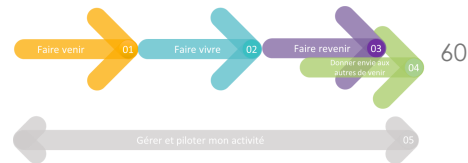


Org. Touris.

Parcours de visite



ASTUCE #10 : Traduire du contenu



LA NOTION À RETENIR

Limites de la traduction avec l'IA

1. L'IA est un bon outil de traduction. Toutefois, il est toujours préférable de faire appel à un traducteur professionnel ou de faire relire par un natif. L'IA traduit souvent mot à mot et ne respecte pas la plupart des expressions idiomatiques.
2. **Prompt** - Tu es un traducteur professionnel spécialisé dans le tourisme. Ta tâche est de traduire fidèlement le texte suivant en [langue cible], en conservant le ton, l'intention d'origine et les expressions idiomatiques. Voici le texte : [texte à copier / coller]



CONCLUSION - Les 10 cas d'usage



- Rédiger un email d'accueil ou de remerciements en fonction des typologies de client
- Ecrire des publications sur les réseaux sociaux ou un article de blog
- Optimiser une fiche produit ou une page web



- Créer un quiz ludique
- Créer une fiche d'information
- Créer un guide d'usage



- Analyser un questionnaire de satisfaction



- Répondre à un avis client



- Faire un benchmark de la concurrence
- Traduire du contenu

Il y a évidemment une multitude de cas d'usage, à vous de questionner l'IA pour vous faire aider !

26/11/2025



Conclusion

Le calendrier du 1^{er} semestre de 2026 des actions Mon bagage numérique



LES ACTIONS COLLECTIVES EN PRÉSENTIEL DANS LES LOCAUX DE TOURISME WALLONIE À JAMBES*

<div>Atelier pratique « Optimiser son utilisation de Meta Business Suite »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Vendredi 23 janvier de 9h à 13h• Jeudi 19 mars de 13h à 17h• Mardi 12 mai de 9h à 13h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique « Mieux référencer son site sur les moteurs de recherche et le rendre attractif »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Jeudi 19 février de 9h à 13h• Mardi 14 avril de 13h à 17h• Jeudi 4 juin de 9h à 13h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique « Améliorer sa création de contenu grâce à Canva »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Vendredi 16 janvier de 9h à 13h• Lundi 23 mars de 9h à 13h• Mardi 19 mai de 13h à 17h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique « Définir sa stratégie digitale de fidélisation »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Jeudi 28 mai de 9h à 13h<div>Je m'inscris</div></div>	
<div>Atelier ChatGPT #1 « Votre allié au quotidien dans votre activité touristique »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Mercredi 28 janvier de 13h à 17h• Jeudi 5 mars de 9h à 13h• Mardi 26 mai de 13h à 17h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique ChatGPT #2 « Pour aller plus loin »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Jeudi 5 février de 13h à 17h• Mardi 21 avril de 9h à 13h• Jeudi 18 juin de 13h à 17h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique ChatGPT #1 & #2 (sur une journée)</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Jeudi 12 février de 9h à 17h• Jeudi 04 juin de 9h à 17h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier ludique « Plan de communication »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Mercredi 17 juin de 9h à 13h<div>Je m'inscris</div></div>	<div>Atelier pratique « Bienvenue vélo »</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Vendredi 20 mars de 9h à 13h<div>Je m'inscris</div></div>

WEBINAIRES DISPONIBLES EN REPLAY

Webinaire « 10 règles de base pour améliorer le référencement de son site internet »	Webinaire « 10 astuces gratuites pour améliorer l'expérience utilisateur de son site internet »	Webinaire « Valoriser sa structure grâce à votre fiche d'établissement Google (Google Business Profile) »	Webinaire « Comment valoriser votre label Bienvenue Vélo grâce au digital ? »	Webinaire « 10 usages de l'IA dans le secteur touristique »	Webinaire « 10 astuces pour favoriser l'accessibilité numérique pour tous »
Replay sur Youtube	Replay sur Youtube	Replay sur Youtube	Replay sur Youtube	Replay sur Youtube à venir	Replay sur Youtube à venir

* DES SESSIONS DÉLOCALISÉES ONT ÉGALEMENT LIEU EN PROVINCE, RAPPROCHEZ-VOUS DE VOTRE FÉDÉRATION TOURISTIQUE !

