

LECHO TOURISTIQUE



DESTINATIONS

REPORTAGE

Côté ville, côté champs, les Baléares autrement p.29

PASSION

Pour une nuit dans un palace mythique p.36



ACTUALITÉ

Bruxelles épingle les sites de billetterie p.8

ENQUÊTE

Location de voitures, tous les feux sont au vert p.18



FORFAIT DYNAMIQUE

LES COMPAGNIES COURTISENT LES HÔTELIERS

P.8



➔ Un peu d'intimité est souvent bien utile pour traiter un gros budget ou organiser un rendez-vous. Un espace bien étudié vous permettra de fidéliser vos meilleurs clients.

Créer un espace VIP

Temps, compétence et discrétion. Les clients à hauts revenus (chefs d'entreprise ou grands voyageurs) demandent une attention plus soutenue que les autres. D'où l'idée de les accueillir dans un espace particulier, au calme et à l'abri des regards indiscrets. "Nous recevons nos clients VIP dans un lieu fermé, à la fois cosy et fonctionnel. En compte dans notre agence pour leur entreprise, ils viennent également nous voir pour organiser leurs vacances et, exception faite du vendeur pour lequel nous nous engageons sur la qualité morale, personne n'a besoin de savoir où ils partent", explique Anne Stork, BTC manager chez Carlson Wagonlit Travel.

Ambiance zen et confort

Au-delà de ce cas particulier, de plus en plus d'agences spécialisées dans le tourisme optent pour un salon VIP, à la décoration douce et inspirée du voyage. "J'y reçois mes clients sur rendez-vous, pour construire avec eux un voyage à la carte qui demande plus de temps

qu'un forfait en brochure. L'ambiance mauricienne et asiatique de ce salon contribue à leur bien-être." Cet espace, Nathalie le Pourhiet, responsable de l'agence Excellent Voyages au Vésinet, a souhaité l'installer à l'entrée de son point de vente, afin d'en faire profiter également ses autres clients lorsque l'attente est un peu longue. François Bédouet, de l'agence Balad au Mans (72), a préféré pour sa part l'installer au fond de sa boutique, pour plus de tranquillité. "C'est un endroit très chaleureux, avec uniquement quelques revues et un téléphone mobile, pour que le client puisse contacter éventuellement les personnes avec lesquelles il va voyager. Dès que le choix est fait, on passe côté comptoir, pour concrétiser le projet."

A Bordeaux, Stéphane Tillement a fait un tout autre choix : les espaces VIP occupent la totalité des 300 m² de vente ! Mais son agence est résolument orientée vers la clientèle haut de gamme. En consacrant 1 M€ à la refonte totale de la boutique, le directeur de Mauriac Voyages s'est inspiré des cinq éléments du feng shui (terre, eau, bois, feu, métal) pour organiser l'espace en une série de lieux intimes. "Cette ambiance zen et raffinée contribue aussi à la qualité du travail des vendeurs."

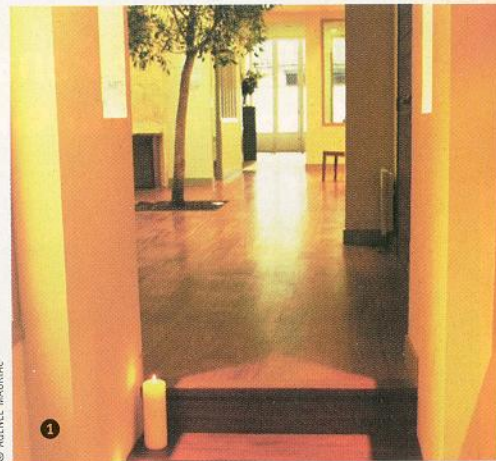
A l'inverse, le réseau Tourcom conseille plutôt à ses adhérents d'aménager le bureau du responsable de l'agence avec une décoration adéquate, plutôt qu'un réel espace réservé aux clients pointus. "Les agences sont généralement de petite taille : un espace VIP leur prendrait trop de place. Avec un peu d'astuce, un bureau peut devenir très convivial, et servir ainsi aux rendez-vous personnels", estime Richard Vainopoulos, président du réseau.

● MARIE-HELENE CHAPLAIN

1 Pour créer votre espace VIP, privilégiez un endroit calme, à l'écart des comptoirs de vente. Délimitez cet espace avec des éléments naturels : paravents, cloisons en bois, plantes vertes, rideaux de perles...

2 Optez pour un aménagement qui rappelle le voyage, sans toutefois tomber dans le "100% exotique". Choisissez des matériaux nobles (bois, pierre, osier...) qui rassurent le client. Au besoin, faites-vous aider par un professionnel de l'aménagement de magasins.

© AGENCE MAURIC



© PASCAL SUTLER/REA

3 Installez un mobilier confortable et faites le pari du contemporain : des fauteuils griffés Philippe Stark ou d'un grand designer prouveront que vous êtes en phase avec votre époque.



4 Pensez aux boissons, appréciées lorsque la conversation se prolonge : café, thé, sodas doivent être à portée de main pour éviter les allers-retours incessants.

5 Faites tester le lieu par des personnes qui ne font pas partie du monde du voyage avant d'accueillir vos premiers clients. S'ils s'y sentent tout de suite bien, c'est gagné!

© PHOTOLIBRARY/JUPITERIMAGES

L'avis de l'expert

A faire

- Délimiter un espace protégé du bruit.
- Impliquer les salariés de l'agence dans la décoration.
- Créer une ambiance feutrée, plus "salon" que lieu de vente.

A éviter

- Installer un espace VIP dans une agence étriquée.
- Une décoration qui tranche trop avec l'agence, ou au décor "nouveaux riches".
- Des vendeurs non formés à l'accueil des VIP.

Le témoignage d'une agence



François Bédouet, responsable de l'agence Balad (Afat Voyages) au Mans (72).

Un lieu pour l'écoute

- Lorsque l'agence a été relookée en 1997, j'ai décidé d'y créer un espace VIP. Avec 300 m² au sol, dont 180 m² réservé à l'accueil, j'avais de la place ! Ce lieu est au calme, derrière les comptoirs de vente. Un fléchage indique "espace VIP".
- Une table ronde, trois chaises design, un tableau éclairé par des spots et quelques magazines grand public donnent une ambiance cosy. Tout près, le réfrigérateur et la machine à café permettent d'offrir une boisson.
- Tout est fait pour faciliter l'écoute, cet espace n'a d'ailleurs aucun poste de travail. Dédié aux gros budgets voyages et aux patrons d'entreprises en compte pour leurs vacances, il sert aussi à recevoir certains fournisseurs, ou pour régler un litige. Dans ce lieu cosy, les problèmes se résolvent plus facilement !