

CONNAISSANCES STRATÉGIQUES

Au Québec

Au Québec, de nombreuses mesures sont disponibles pour le secteur touristique, mais aucune n'est destinée au développement des connaissances stratégiques. En tourisme, le Ministère coordonne les activités du Comité d'orientation en développement des connaissances stratégiques en tourisme, qui réunit des représentants des associations touristiques et de l'Alliance ainsi que des acteurs touristiques influents dans le domaine de la connaissance. Le Ministère est également responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre du Plan-cadre en développement de l'intelligence d'affaires en tourisme, voué à soutenir le développement de connaissances collectives, en encadrant les actions des partenaires de l'industrie.

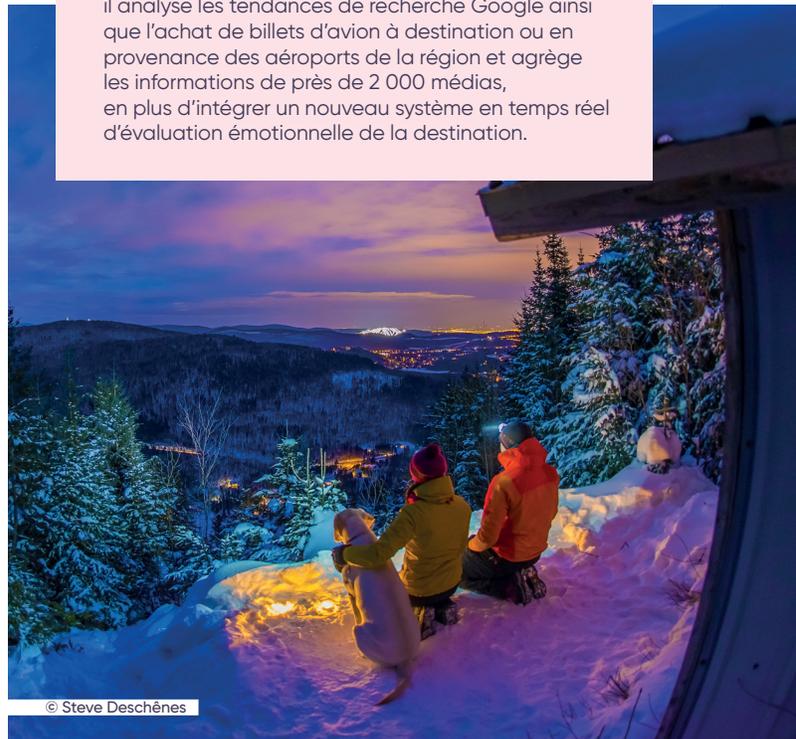
Ailleurs dans le monde

Les destinations touristiques comparées déploient des efforts en acquisition de connaissances, mais on remarque un manque de leadership et de vision dans bon nombre d'entre elles. Un intérêt de plus en plus marqué se fait sentir en matière de normalisation de la collecte des données et de l'utilisation des métadonnées.

Smart Data – Andalousie, Espagne

Smart Data est un outil technologique permettant le traitement des données intelligentes en tourisme. Il a pour objectifs d'améliorer l'expérience client, de mieux comprendre le marché, d'optimiser les actions de promotion et de planification basées sur l'intérêt et la satisfaction du voyageur et d'optimiser la programmation des campagnes touristiques.

L'interface Smart Data analyse de multiples sources de données sélectionnées et transforme les informations en connaissances pour que les destinations et les entreprises du secteur puissent anticiper les besoins des touristes. Concrètement, il analyse les tendances de recherche Google ainsi que l'achat de billets d'avion à destination ou en provenance des aéroports de la région et agrège les informations de près de 2 000 médias, en plus d'intégrer un nouveau système en temps réel d'évaluation émotionnelle de la destination.



© Steve Deschênes

PISTES DE RÉFLEXION

- Quels sont les principaux enjeux en matière de connaissance stratégique en tourisme (entreprises et industrie)?
- Quels outils vous servent le mieux en matière d'acquisition de connaissances (données, analyses, études, veilles, etc.)?
- Quels sont vos principaux besoins en matière de connaissances stratégiques (ex. : clientèles, tendances, retombées économiques, etc.)?
- Quels moyens devraient être privilégiés pour rendre plus accessibles les connaissances stratégiques aux acteurs de l'industrie?