SWISS SNOWSPORTS

Conférence des directeurs d’écoles détentrices d’une licence

Lieu/Date: Saanen-Gstaad, 15.9.2017

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

SWISS SNOWSPORTS

Ouverture de la Conférence par le président Karl Eggen

Lieu/Date: Saanen-Gstaad, 15.9.2017

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Herzlich Willkommen
Soyez les bienvenus
Buongiorno
Allegra

Conférence des dir. d'écoles détentrices d'une licence, 15.09.2017, Saanen

SWISS SNOWSPORTS

Bienvenue par Jan Brand, directeur de l’ESS Gstaad

Lieu/Date: Saanen-Gstaad, 15.9.2017

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Programme

- Commission de marketing
- Conférence des présidents régionaux
- Séance du Conseil de fondation
- CONFERENCE DES DIRECTEURS D'ECOLES DETENTRICES D'UNE LICENCE
- Exposition des produits
- Séance avec les membres collectifs cat. B – E
- Conférence des présidents des membres collectifs cat. B – E et des directeurs d'écoles de sports de neige détentrices d'une licence ou non
- Assemblée des délégués

L’Ecole Suisse de Ski comme marque

- Produit (enseignants/SSLE/SSKV/expériences)
- Qualité
- Pérennité
- Crédibilité

=> Accompagnement touristique centré sur les expériences

Je vous souhaite à tous un Cours des directeurs d’école très réussi!

SWISS SNOWSPORTS

Accompagnement touristique centré sur les expériences

Roland Lymann, licencié ès sciences économiques
de l'Université de Saint-Gall
Institut d'économie touristique, Lucerne

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschaft

L'accompagnement touristique dans les Ecoles Suisses de Ski centré sur les expériences

Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Roland Lymann
Dozent

T direkt +41 41 228 99 85
roland.lymann@hslu.ch

Luzern

EFQM
Recognised for excellence
4 star

Quel musée préféreriez-vous visiter?

Quel centre d’accueil pour les visiteurs vous attire-t-il davantage?

Pourquoi se focaliser sur les expériences?

Le matériel n'est pas le seul élément à évoluer…

…le contexte du tourisme hivernal suisse évolue lui aussi…

Prix moyen d'une carte journalière (de 2006 à 2016)

- +16% en CHF
- +77% en EUR

Evolution de l'attitude envers le voyage

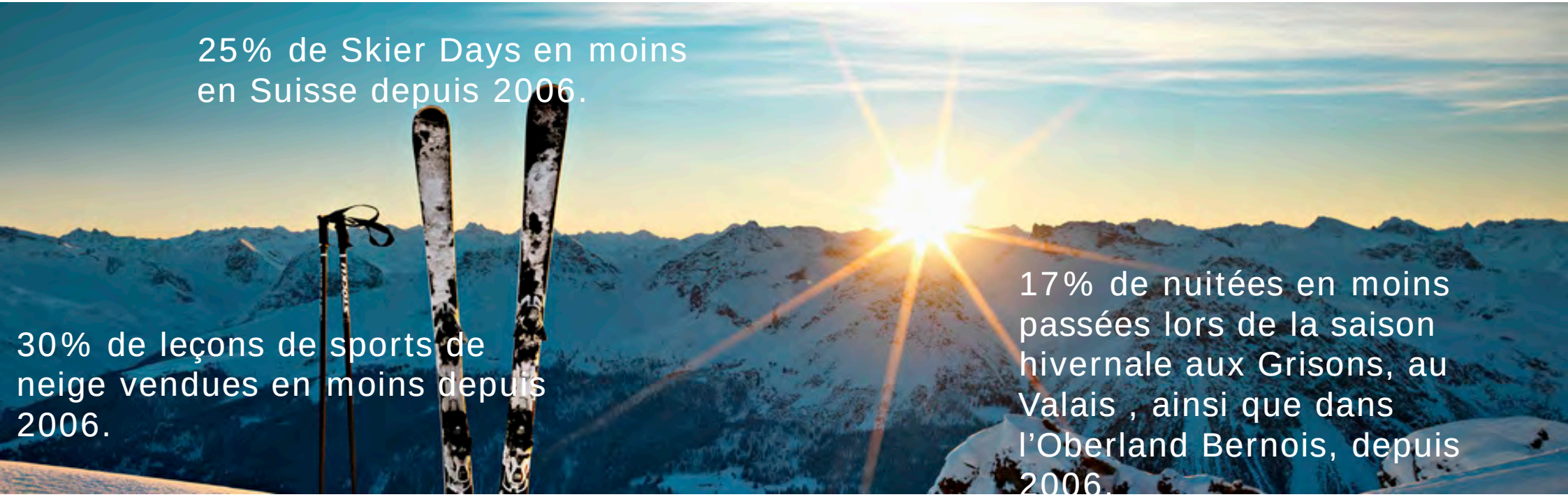
Nouvelles destinations hivernales

Changements climatiques

Elargissement de la palette des loisirs

Evolution de l'attitude envers les expériences

…, ce qui a des répercussions sur la demande.



Source: Vanat (2016). Bilan de la saison hivernale 2015/2016

Que faire pour répondre à cette évolution?

Prix ou qualité?

La qualité influence la perception du prix.

Maillot: 90.-

Maillot: 10.-

Qualité élevée = chance unique

Frankfurter Allgemeine
Teurer Franken: Können wir uns die Sch...

Können wir uns die Schweiz noch leisten?

Ein Jahr nach dem Franken-Schock ist die Schweiz immer noch sündhaft teuer. Ein schwacher Trost sind die Sonderangebote einiger Skiorte.

08.01.2016, von JOHANNES RITTER

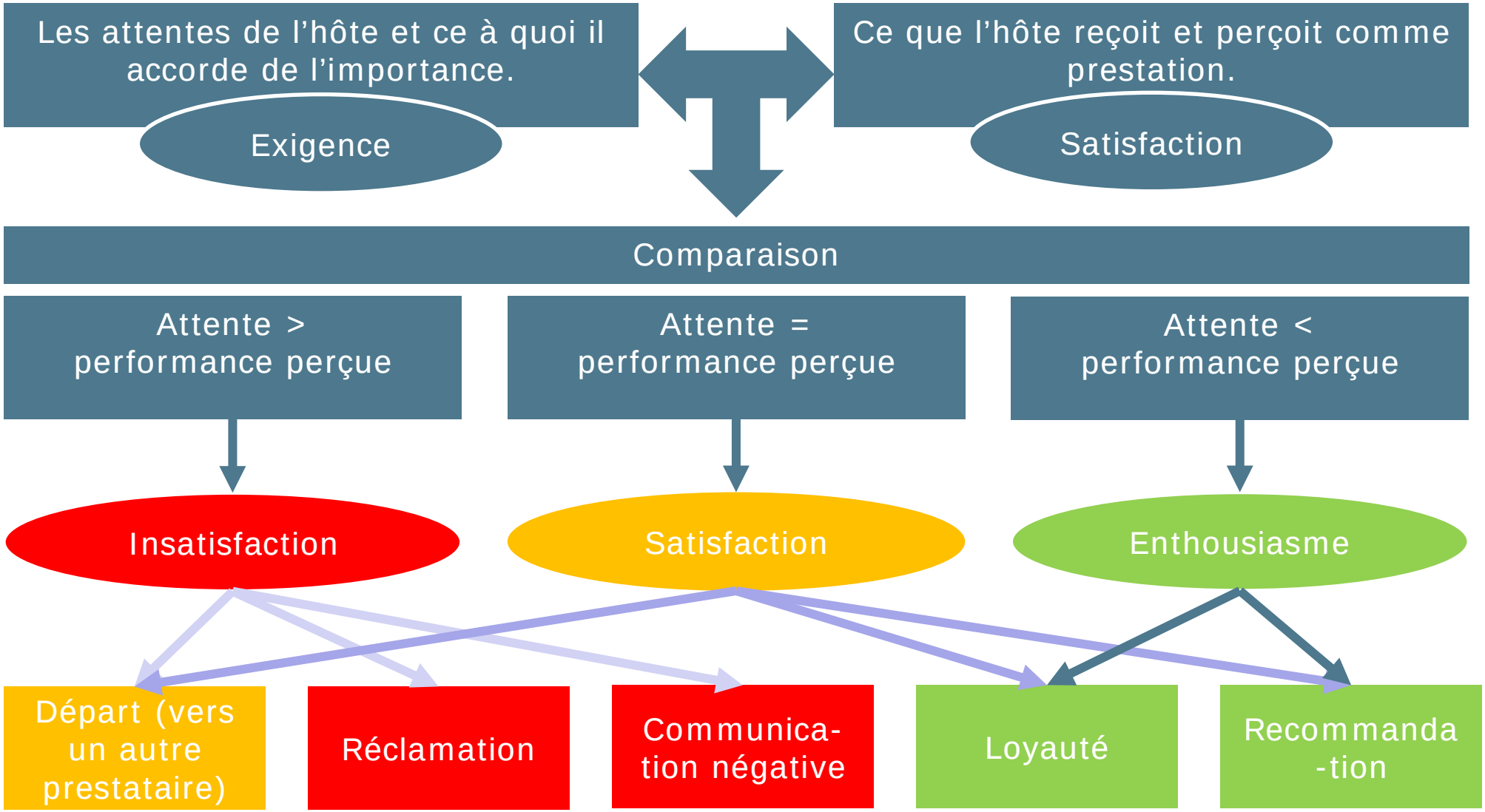
Teilen Twittern Teilen E-mailen

© DPA

Blick auf den Großen Aletschgletscher unweit der Riederalp.

Mais que signifie la qualité?

La qualité et les attentes de l'hôte



Source: Töpfer, Mann (2008). Kundenzufriedenheit als Basis für Unternehmenserfolg (La satisfaction client comme base du

Quels critères déterminent-ils actuellement les attentes du public?

Critères traditionnels	Nouveaux critères
Objectifs de l'hôte	
– Succès, reconnaissance, performance – Propriété, fortune, avoir	– Joie, plaisir – Contacts sociaux, expériences, être
Qualités de l'hôte	
– Zèle, ambition – Discipline, obéissance – Respect d'obligations, amour de l'ordre	– Volonté d'épanouissement personnel – Spontanéité

Source: Amt für Wirtschaft und Tourismus (Office de l'économie et du tourisme) (2012). Tourismus-Destination als Erlebniswelt.

Nouvelles dimensions de la qualité au sein du tourisme

- Qualité au sein du tourisme
  - Qualité de l´infrastructure
  - Qualité de l´environnement
  - Qualité du service
  - Qualité de l´expérience

Davantage d’expériences

Hausse de la demande

Amélioration de la satisfaction client

Compétitivité accrue

Augmentation du nombre de places de travail

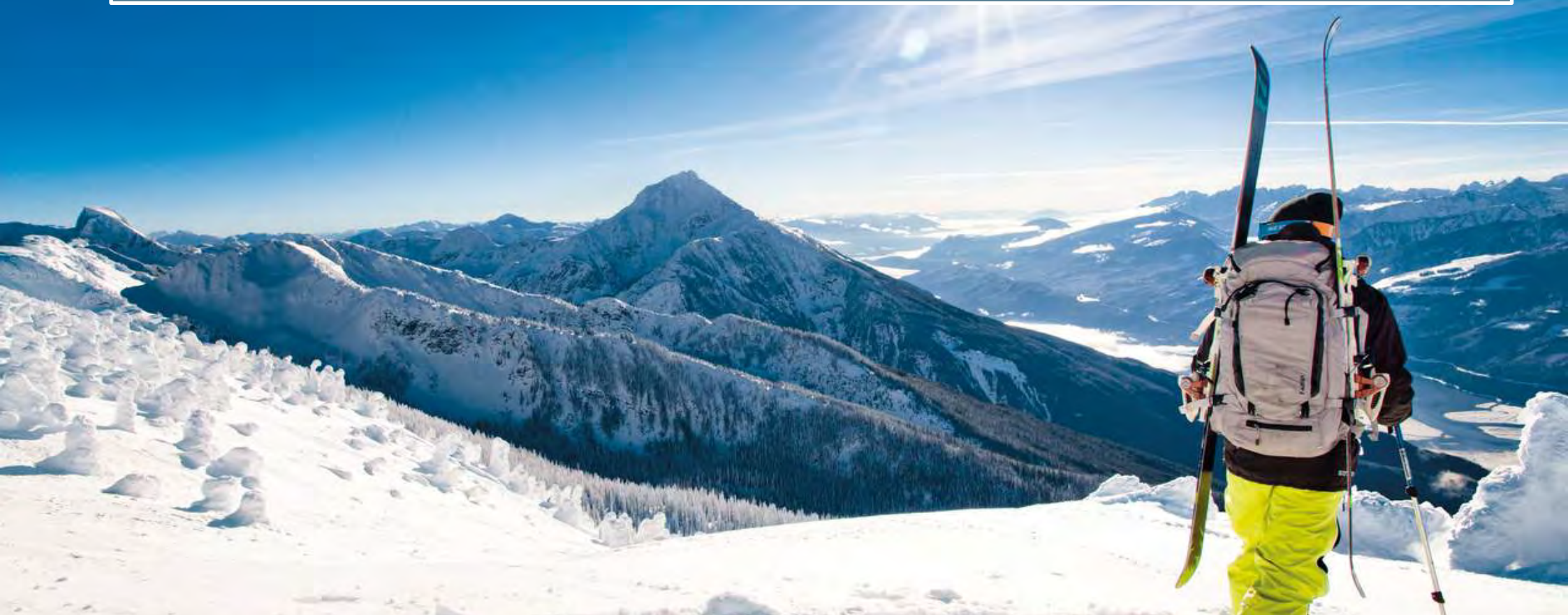
SWISS SNOWSPORTS

#mymagicmoment

Hochschule Luzern
Wirtschaft

Définition de l'expérience

Une expérience est un événement émotionnel particulier qui s’écarte du quotidien, du normal. En raison de son importance, elle reste en mémoire de façon durable.

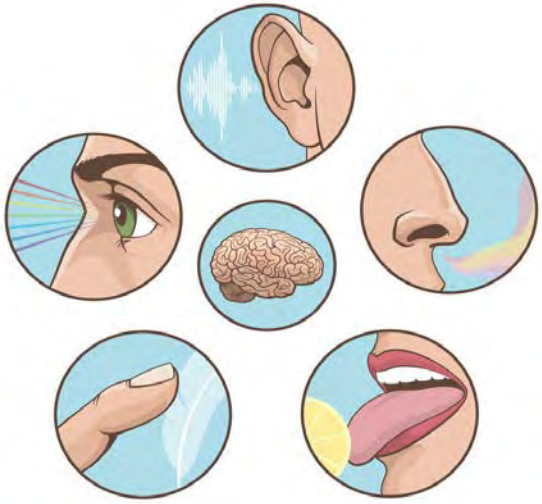


Le chemin vers l'expérience

- Un faisceau d'expériences surgit à partir d'**émotions**, de réactions conscientes et inconscientes.

- Les émotions naissent à travers les **sens**, le bien-être, les souvenirs ou les contacts sociaux.

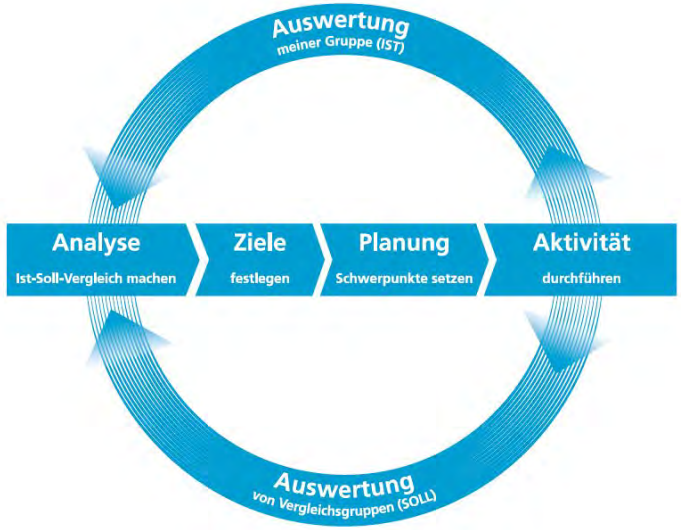
- Les expériences qui ont tendance à générer l'enthousiasme le plus vif sont celles qui surviennent de manière **inattendue,** impliquent **plusieurs sens** et réservent à l'hôte **un rôle actif.**



Source: Robier (2016). Das einfache und emotionale Kauferlebnis (Une expérience des achats simple et émotionnelle)

Caractéristiques des expériences

- Tributaires de **nombreux facteurs d'influence** (influençables ou non)
- Les expériences ont un caractère **subjectif**.
- **Moment magique** = expérience inoubliable et rehaussée de manière positive



Source: Drengner & Jahn (2012). Konsumerlebnisse im Dienstleistungssektor (Les expériences des consomm. dans le secteur des services)

Exemple d'expérience

Questions:

•Quel public souhaiterait vivre une telle expérience?

•A quels sens cette expérience fait-elle appel?

Source: My Swiss Experience (Mon expérience suisse)

Exemple d'expérience

Questions:

•Quel public souhaiterait vivre une telle expérience?

•A quels sens cette expérience fait-elle appel?

Source: My Swiss Experience (Mon expérience suisse)

Exemple d'expérience

Questions:

•Quel public souhaiterait vivre une telle expérience?

•A quels sens cette expérience fait-elle appel?

Source: My Swiss Experience (Mon expérience suisse)

Où les expériences surgissent-elles?

- Les expériences surgissent par l'intermédiaire d'**interactions**, de contacts d'une personne avec une entreprise donnée (avec un de ses produits, un de ses collaborateurs, etc.).
- Les points de contacts, également nommés **«touchpoints»**, sont établis selon un **schéma de déroulement** précis. Un tel schéma est représenté par la **chaîne des expériences.**

Source: Drengner & Jahn (2012). Konsumerlebnisse im Dienstleistungssektor (Les expériences des consomm. dans le secteur

La chaîne des expériences – les points où les expériences ont lieu. Exemple: un hôtel

A quel point de contact de l'hôtel avez-vous vécu des expériences?

Points de contact de l'hôte avec l'Ecole Suisse de Ski = chaîne des expériences de l'hôte de l'école de ski

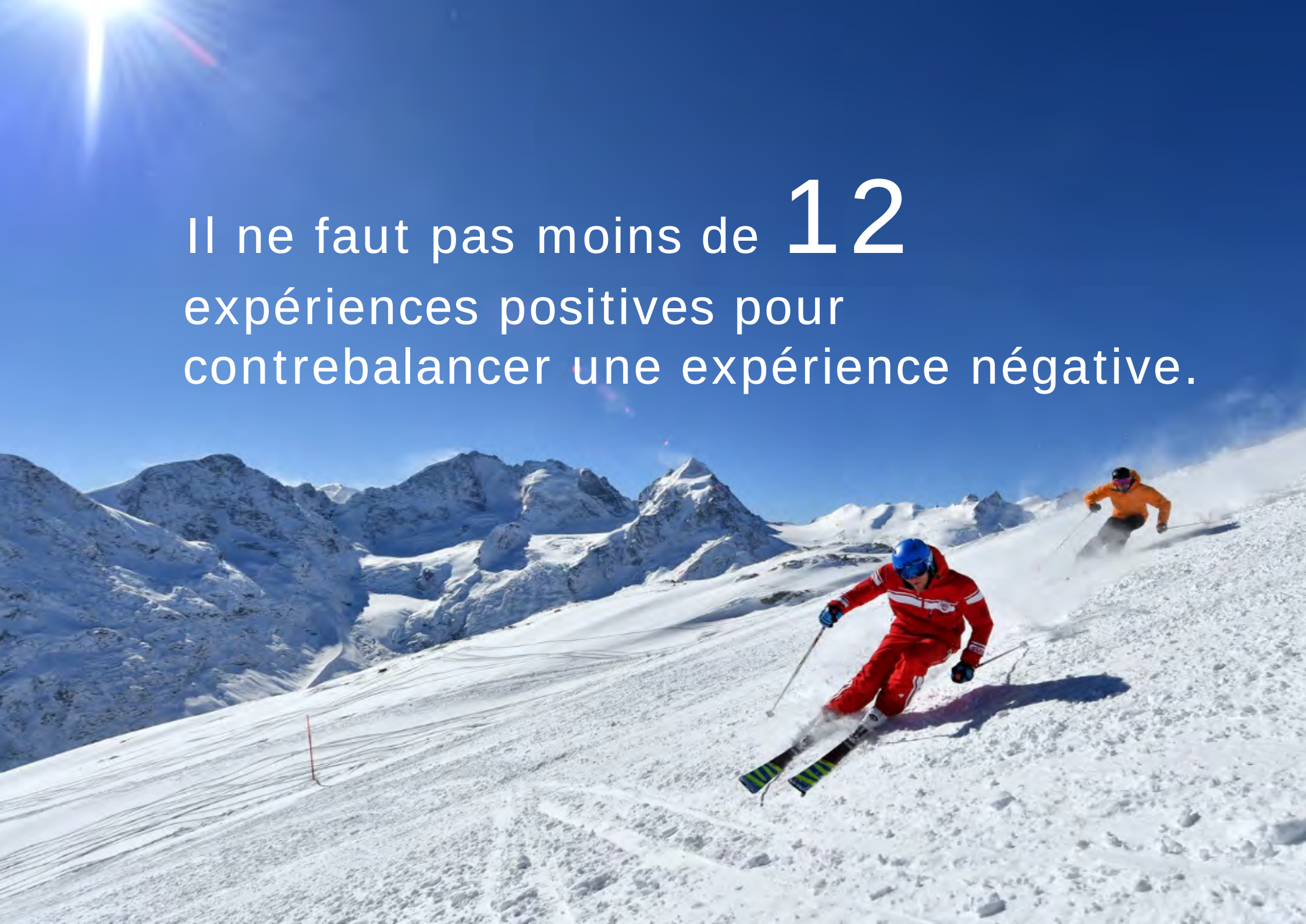
vorher	In der Skischule				nachher
Aufmerksamkeit wecken, Informationen geben	Im Büro: Buchung / Anmeldung	Treffpunkt / Sammelplatz	Unterricht	Rahmen-programm, spezielle Anlässe	Nachbetreuung, Gästepflege, Reklamations-management

Application de la chaîne des expériences

- La **valeur de l'expérience** perçue résulte de la **somme des expériences individuelles** de chaque phase.

- Tout au long de la chaîne, il faut créer les **conditions les plus favorables** à l'émergence de nombreuses expériences positives.

- **Questions** centrales à l'accompagnement touristique centré sur les expériences:
  - Que souhaitent mes hôtes?
  - Quels éléments est-ce que j'offre à mes hôtes?


Il ne faut pas moins de 12
expériences positives pour
contrebalancer une expérience négative.

Accompagnement touristique dans les Ecoles Suisses de Ski centré sur les expériences

Le projet

Quel est l'objectif du projet?

Concentration accrue sur l'expérience

↓

Meilleure compétitivité

↓

Accroissement de la demande

↓

Augmentation de l'attrait du métier de professeur de sports de neige

Le résultat du projet

- Les directeurs d'école de ski/professeurs de sports de neige **maximisent la valeur des expériences** de l'hôte.

- Instruments
  - **Boîte à outils** destinée à l'Ecole Suisse de Ski
  - **Manuel d'instructions** à suivre par le professeur de sports de neige pour créer des moments magiques
  - **Coaches** pour faciliter l'application
  - **Système de gestion de la qualité**
  - **Prix de l'Innovation**

Etat des lieux

Prin-temps 2017

Concept du projet
- Financement
- Définition de la démarche

Eté 2017

Support
- Academy n° 29

Au-tomne 2017

Analyse de l'état actuel
- Cours automne 2017
- Evaluation propre
- Attentes/Satisfaction de l'hôte

Hiver 2017/18

Outils / Instruments
- Concept de la boîte à outils
- Moments magiques
- Coaches

2018 - 2020

Utilisation des outils / instruments
- Utilisation de la boîte à outils
- Moments magiques
- Coaches
- Gestion de la qualité

Objectifs des workshops

- Accompagnement touristique centré sur les expériences? → !

- Réunir des idées relatives à l'accompagnement touristique centré sur les expériences
  - Echange de bons exemples d'éléments situés le long de la chaîne des expériences
  - Développement d'idées nouvelles

- Accompagnement touristique centré sur les expériences: dans mon école de ski
  - Dans quels domaines nos prestations sont-elles satisfaisantes?
  - Quels domaines présentaient-ils un potentiel d'amélioration?
  - Quels points ont-ils été améliorés au cours des trois dernières années?

Déroulement du workshop sur l'accompagnement touristique centré sur les expériences

Heure	Programme
10:15 – 11:15	CONFERENCE INAUGURALE par ROLAND LYMANN, hôtel Landhaus
=> déplacement vers l'hôtel HUUS	
12:00 – 13:00	1ER VOLET DU WORKSHOP *AVANT*
13:00 – 14:15	PAUSE DE MIDI A L'HÔTEL HUUS
14:30 – 15:30	2e VOLET DU WORKSHOP *A L'ECOLE DE SKI*
15:30 – 16:00	PAUSE-CAFE
16:00 – 17:00	3e VOLET DU WORKSHOP *APRES*
Dès 18h	*Soirées des régions*

Répartition dans les groupes

- Répartition de tous les participants **dans huit groupes**
- Chaque classe est dirigée par un **chef de workshop**.
- Les **feuilles de répartition des participants** ont été déposées sur les chaises.

Groupe	Chef de workshop	Salle	Groupe	Chef de workshop	Salle
1	Arsène Page	Menuhin	5	Jan Brand	Oistrach A
2	Fränzi Taugwalder	Vivace	6	Julien Pala	Oistrach B
3	Michael Weyermann	Andante	7	Frédéric La Sala	Storage
4	Daniel Ammann	Allegro/ Presto	8	Marc-Henri Duc	Lobby

Workshops

Déroulement des workshops	
Volets	**Démarche**
1er volet	– Les participants discutent de la phase *«Avant»* qui compose la chaîne des expériences. – Ils notent leurs idées sur la carte-réponse verte.
2e volet	– Les participants discutent de la phase *«A l'école de ski»* qui compose la chaîne des expériences. – Ils notent leurs idées sur la carte-réponse bleue.
3e volet	– Les participants discutent de la phase *«Après»* qui compose la chaîne des expériences. – Ils notent leurs idées sur la carte-réponse rose. – Chaque participant effectue l'évaluation de son école de ski à l'aide de la grille de notation.

Workshops

Suggestions de questions à discuter

–Quelles **expériences et quels moments magiques** les hôtes ont-ils vécu dans mon école de ski?

- Avoir toujours les hôtes de son école à l'esprit.

–Quel événement au sein de l'école de ski considérerais-je comme une expérience?

–Quels points mon école de ski pourrait-elle améliorer?

–Quels points pourraient-ils enthousiasmer mes hôtes?

–Comment pourrais-je améliorer nos prestations de manière à satisfaire les hôtes davantage?

–Sur quels points nos hôtes émettent-ils des critiques négatives?

Idées de discussion workshops

- Qu'est ce que mes hôtes apprécient de mon école de ski?

- Pour moi, que serait une expérience positive vécue au sein de mon école de ski?

- Comment est-ce que mon école de ski peut laisser une bonne impression?

- Comment puis-je impressionner mes hôtes avec mes prestations?

- Quelles circonstances puis-je influencer pour que mes hôtes vivent encore plus d'expériences?

- Que critiquent mes hôtes? Quelles mesures vais-je entreprendre pour y agir contre?

Evaluation des sessions

Cartes-réponses pour réunir des résultats intermédiaires

-Chaque participant reçoit 5 cartes-réponses.

-Ces cartes permettent aux participants de noter leurs idées et leurs réflexions.

-Une seule réflexion par carte-réponse

-Une fois la session terminée, les cartes-réponses sont rassemblées et remises aux chefs de workshop.

Carte-réponse 1 Avant	Carte-réponse 2 A l'école de ski	Carte-réponse 3 Après

Chaque participant note sa propre école

- Objectif: évaluation critique de sa propre école
- Une fois toutes les sessions terminées, chaque participant note sa propre école de ski.
- Notes allant de 1 (moins bien) à 6 (extrêmement bien)
- Les participants doivent en outre mentionner trois innovations conçues par leur école de ski au cours des cinq dernières années.
- Rassembler les grilles de notation remplies et les remettre aux chefs de workshop.

- **N.B.** Les conclusions dégagées ne porteront pas sur une école de ski en particulier, mais plutôt sur un type d'école (établissement de ville, de campagne, nombre d'hôtes important, etc.).

Chaque participant note sa propre école

Notation actuelle de mon école de ski

Nom de l'école de ski:

«Trois innovations conçues par mon école de ski au cours des trois dernières années»	«Commentaires»

Phase de la chaîne des expériences			Notation (1 = moins bien / 6 = extrêmement bien)					
			Notre école répond moins bien à ces critères.			Notre école répond bien à ces critères.		
			1	2	3	4	5	6
Avant		Eveiller l'attention, fournir des informations	*«Notre école de ski utilise-t-elle les canaux les mieux adaptés à nos hôtes pour les informer de nos offres les plus récentes?»*					
A l'école de ski		Au bureau: réservation / inscription	*«Le bureau de notre école de ski est-il propre et le temps d'attente y est-il bref?»*					
		Point de rencontre / Place de rassemblement	*«La place de rassemblement de notre école bénéficie-t-elle d'une signalisation et d'une organisation satisfaisantes?»*					
		Enseignement privé Enseignement de groupe	*«L'enseignement privé/de groupe de notre école de ski répond-il aux besoins individuels de nos hôtes et une expérience complète leur est-elle proposée?»*					
		Programme complémentaire, événements spéciaux	*«Notre école de ski propose-t-elle chaque semaine à nos hôtes un éventail de manifestations?»*					
Après		Suivi, service à la clientèle, gestion des réclamations	*«Notre école recherche-t-elle activement le contact avec nos anciens hôtes, et ceux-ci savent-ils comment et où prendre contact avec notre établissement?»*					

Questions et divers

SWISS SNOWSPORTS

Informations du directeur

Riet R. Campell, directeur de Swiss Snowsports

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Upgrade your Snow Experience

Produit lancé en collaboration avec ST et les RMS
→ La communication sur le plan national est assurée par ST.

- Constitue une suite à l'événement «Venez tester nos professeurs de ski»
- Titre: Upgrade your Snow Experience
- Chaque mardi, les professeurs de ski se tiennent à la disposition gracieuse du public pendant une heure.
- Condition: les deux tiers des ESS doivent participer
- Participation financière du tourisme local

Upgrade your Ski Day

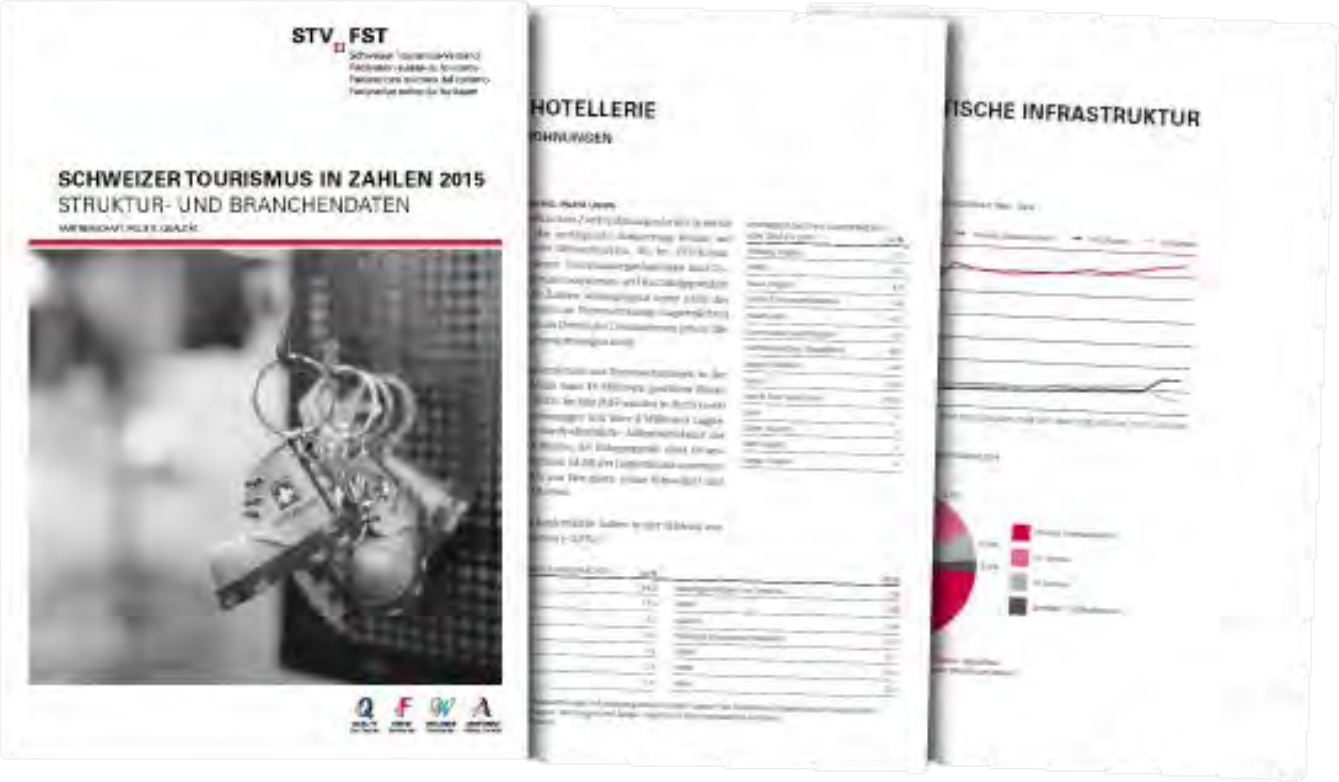
- Idée: lors de l'achat d'une carte valable un ou plusieurs jours, l'hôte peut accéder gratuitement à toute la palette d'offres des remontées mécaniques la veille à partir de 15h

- Valable tout au long de la saison hivernale

Les directeurs d'école sont priés de remplir le questionnaire remis et de nous le renvoyer.

Adaptation du Règlement sur les licences

Statistiques de la FST – leçons vendues (heures)



Nous vous remercions de votre attention et vous souhaitons d’excellents moments lors des workshops.