

MANUEL DE CRÉATION D'ENTREPRISE

Création d'une entreprise de **promenades guidées dans la collectivité**

OCTOBRE 2023



If you would like this information in another official language, call us.

English

Si vous voulez ces informations dans une autre langue officielle, contactez-nous.

French

Kīspin ki nitawihtīn ē nīhīyawihk ōma ācimōwin, tipwāsinān.

Cree

Tł̥cho yatı k'èè. Dı wegodi newo dè, gots'o gonede.

Tljcho

?erihkt'lis Dëne Sųłiné yati t'a huts'elkér xa beyáyatı theza ɔat'e, nuwe ts'ën yólti.

Chipewyan

Edi gondı dehgáh got'je zhatié k'ée edat'eh enahddhe nide naxets'é edahhlí.

South Slavey

K'áhshó got'jne xadə k'é hederi ɬedjhtl'é yeriniwé nídé dúle.

North Slavey

Jii gwandak izhii ginjik vat'atr'ijahch'uu zhit yinohthan ji', diits'at ginohkhii.

Gwich'in

Uvanittuaq ilitchurisukupku Inuvialuktun, ququaqluta.

Inuvialuktun

Съдът също съди за престъпленията на бившия кмет и бившата му съпруга.

Inuktitut

Hapkua titiqqat pijumagupkit Inuinnagtun, uvaptinnut hivajarlutit.

Inuinnagtun

Indigenous Languages:

867-767-9346

French:

867-767-9348

866-561-1664 Toll Free

Table des matières

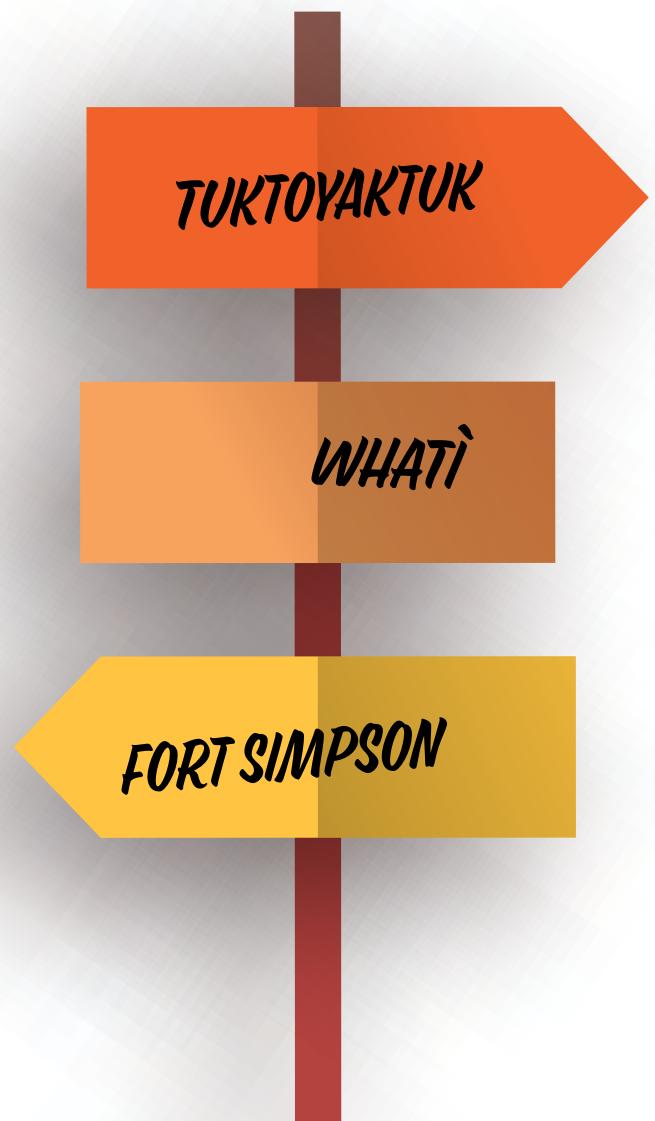
- 2** Introduction
- 4** Les avantages de créer sa propre entreprise de promenades guidées
- 5** Comprendre le rôle d'un guide touristique
- 8** Ce qu'il faut pour lancer votre entreprise
- 10** Étapes pour créer une promenade guidée dans la collectivité
- 24** Promouvoir votre promenade guidée dans la collectivité
- 27** Des stratégies pour réussir
- 28** Ressources
- 33** Feuilles De Travail

Introduction

Le tourisme est une industrie importante pour les Territoires du Nord-Ouest. Il contribue à la diversification l'économie et favorise notre bien-être général et une meilleure qualité de vie.

Un excellent moyen de participer à l'industrie du tourisme consiste à créer votre propre promenade guidée dans la collectivité pour les personnes qui la visitent. Les frais de démarrage étant peu élevés et les fournitures nécessaires au fonctionnement de l'entreprise peu nombreuses, il est possible de créer une entreprise de promenades guidées dans la collectivité avec un investissement de départ raisonnable. Il peut également s'agir d'un point de départ pour proposer d'autres produits touristiques au fur et à mesure que l'entreprise se développe, si vous souhaitez élargir votre offre de visites.

Le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (GTNO) a élaboré le présent manuel de ressources, qui fournit des informations sur ce que comprend la création d'une entreprise de promenades guidées dans une collectivité, ainsi que des astuces pour réussir.





SECTION 1:

Les Avantages De Créer Sa Propre Entreprise De Promenades Guidées

Une promenade guidée dans la collectivité est un excellent point de départ pour toute personne souhaitant créer une entreprise touristique dans sa collectivité. Il y a un certain nombre d'avantages à posséder et à exploiter sa propre entreprise de promenades guidées.

Avantages :

- Avoir l'indépendance qui vient avec l'exploitation de votre propre entreprise;
- Rencontrer des gens de tout le Canada et du monde entier;
- Partager votre culture et vos connaissances;
- Être payé pour faire quelque chose que vous aimez;
- Se faire des amis et tisser des liens avec des partenaires d'affaires;
- Contribuer à l'économie de votre collectivité.

Comme pour toute entreprise, l'exploitation d'un service de promenades guidées dans la collectivité demande du temps, du dévouement et de la passion, mais pour ceux qui sont prêts à s'engager, il est possible de construire une entreprise prospère qui profitera à vous, à votre famille et à votre collectivité.



SECTION 2:

Comprendre Le Rôle D'un Guide Touristique

Avant de décider de vous engager sur cette voie, il est important de mieux comprendre ce que suppose la gestion d'une entreprise et ce qu'il faut pour être un guide touristique.



Les fonctions d'un guide touristique

À titre de guide touristique, vous aurez les fonctions suivantes :

- **Agir en tant qu'ambassadeur local de votre collectivité**

Il vous appartiendra de garantir que les visiteurs de la collectivité se sentent bien accueillis et de veiller à ce que vous présentiez votre collectivité de la meilleure façon possible.

- **Partager des informations sur la collectivité et mettre en évidence les points d'intérêt significatifs**

Pour y arriver, vous devrez peut-être étudier l'histoire de votre collectivité et de la région environnante, ainsi que les principaux points de repère géographiques et autres lieux d'intérêt. D'un point de vue culturel, vous devrez savoir ce que vous pouvez et ne pouvez pas partager avec les visiteurs de la collectivité.

- **Assurer la sécurité et le confort de vos clients**

Il est recommandé d'éviter toute activité à haut risque et de mettre en place un plan de sécurité dans le cas, rare mais malheureux, où quelqu'un se blesserait au cours de l'une de vos excursions.

- **Vous assurer que la visite reste sur la bonne voie et sur le bon sujet**

Soucieux du temps de vos visiteurs, vous devrez veiller à ce que la visite se déroule à un rythme qui permette de la terminer dans les délais prévus. Si les visiteurs sont encouragés à poser des questions sur l'histoire locale et la culture de la région, il est également important de veiller à ce que la visite reste sur la bonne voie et que tous les points forts attendus soient présentés.

- **Gérer les visiteurs plus difficiles**

Si la plupart des clients seront heureux de visiter votre collectivité et d'en découvrir l'histoire, la culture et le mode de vie, il arrivera parfois qu'un visiteur rende la visite plus difficile pour vous ou les autres participants. Si cela se produit, vous devrez gérer la situation pour vous assurer que tous les membres du groupe s'entendent bien et se respectent, et qu'ils respectent les informations que vous partagez avec eux.





Les principales qualités d'un guide touristique

Bien que chaque personne soit unique et agisse dans sa vie personnelle différemment que dans sa vie professionnelle, il existe des qualités essentielles pour réussir en tant que guide touristique.

Un guide touristique doit être :

- **Dynamique et enthousiaste**

Du moment où vous rencontrez vos clients pour la première fois jusqu'à la fin de la visite, soyez plein d'énergie et enthousiaste à l'idée de les faire participer à la visite. Les clients se nourriront de votre énergie et seront emballés par ce que vous leur montrerez.



- **Sincère et authentique**

Il est également important que vous soyez sincère. La plupart des gens sont de bons juges et savent reconnaître la sincérité.

- **Une personne sociable qui aime interagir avec les autres**

Une grande partie des tâches d'un guide touristique consiste à interagir avec les gens et à leur donner le sentiment qu'ils sont les bienvenus et qu'ils sont appréciés. En vous intéressant de près à vos clients et en leur posant des questions pour en savoir plus sur eux, vous contribuerez à rendre plus agréable le temps qu'ils passeront avec vous.

- **Fier de sa collectivité et souhaiter la faire découvrir aux visiteurs**

Afin de présenter le meilleur de sa collectivité, un guide touristique doit en être fier et avoir envie de la faire découvrir. Ce sentiment de fierté doit transparaître pendant la visite, ce qui permet d'offrir une expérience authentique et unique aux visiteurs.

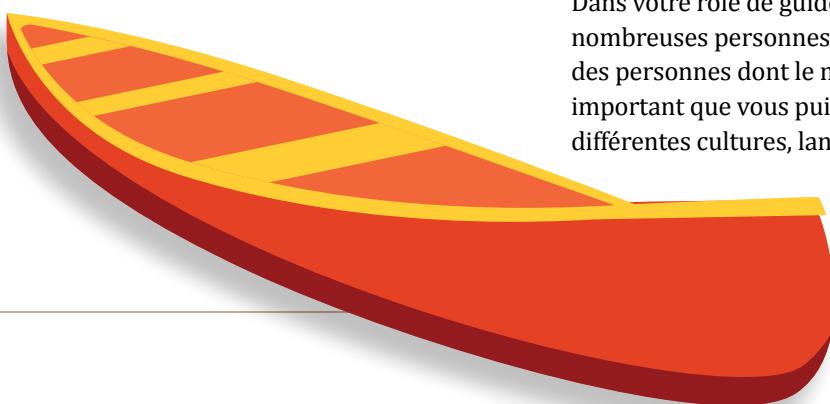
- **Passionné par l'histoire et la culture de sa collectivité**

L'une des principales raisons pour lesquelles les gens participeront à la promenade guidée est de mieux comprendre son histoire et sa culture, et d'apprendre en quoi la vie quotidienne y est différente de la leur. Il est donc important que vous possédiez une connaissance approfondie de l'histoire et de la culture de la région. Cela ne signifie pas que vous devez tout savoir, mais il est important de prendre le temps de connaître les informations générales que vous pouvez partager avec vos clients.

- **Bien organisé et ponctuel** Le temps de vos invités est précieux; il est important que vos visites commencent à l'heure et que vous ayez réglé tous les détails à l'avance, par exemple en préparant des décharges de responsabilité à signer, en confirmant que les lieux où vous prévoyez de vous arrêter pendant la visite seront ouverts, etc.

- **Accueillant et respectueux du mode de vie, des valeurs et des croyances de ses clients**

Dans votre rôle de guide touristique, vous rencontrerez de nombreuses personnes issues de cultures différentes, ainsi que des personnes dont le mode de vie est différent du vôtre. Il sera important que vous puissiez démontrer que vous êtes conscient des différentes cultures, langues, origines, identités et croyances.





Opérations quotidiennes d'une entreprise

En plus de faire visiter votre collectivité à vos clients, vous devez vous acquitter de tâches liées à la gestion quotidienne de votre entreprise.

Il s'agit notamment de :

- Répondre aux demandes de renseignements des clients;
- Réserver les places des clients pour les promenades et assurer le suivi des stocks;
- Faire et envoyer les factures;
- Payer les fournisseurs (par exemple, les traiteurs qui a fournissent les collations pendant les activités);
- Vous occuper du marketing de votre entreprise (mises à jour du site Web, publications sur les médias sociaux, autres publicités);
- Gérer vos finances;
- Participer à des activités de développement commercial (formation, recherche, etc.).

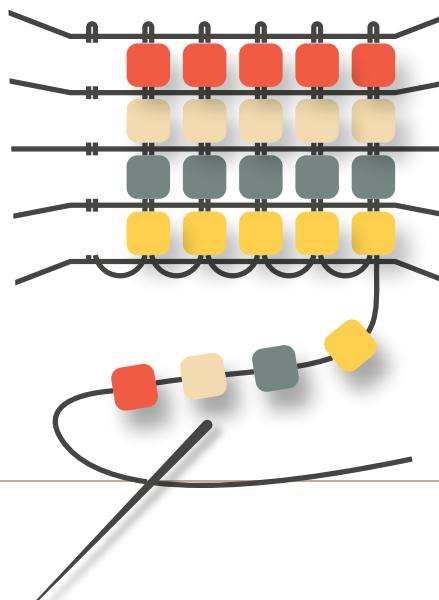


Est-ce que ce type d'entreprise vous convient?

Maintenant que vous comprenez mieux ce qu'il faut pour bien gérer une entreprise de promenades guidées dans la collectivité, vous devez vous demander si cela vous convient. Les guides touristiques sont généralement des personnes énergiques qui aiment rencontrer de nouvelles personnes. Si vous êtes une personne timide et réservée, ou si vous êtes de nature discrète, ce n'est peut-être pas la meilleure option pour vous.

Il est également important de reconnaître que le rôle de guide touristique ne se limite pas à passer du temps avec vos clients pendant que vous leur présentez votre collectivité. Comme la gestion quotidienne de votre entreprise prendra beaucoup de temps, vous devez être prêt à y consacrer de l'énergie.

Pour ceux qui sont passionnés par la mise en valeur de leur collectivité auprès des visiteurs et qui sont prêts à consacrer le temps nécessaire à la gestion d'une entreprise prospère, ce travail rigoureux apportera de nombreuses récompenses et de nombreux avantages à vous, à votre famille et à votre collectivité.



SECTION 3:

Ce Qu'il Faut Pour Lancer Votre Entreprise

Bien qu'il puisse être tentant de se presser et de lancer son entreprise de promenades guidées dans la collectivité le plus vite possible, plusieurs choses doivent être mises en place avant de commencer. Vous devez disposer de licences et d'enregistrements pour exploiter légalement une entreprise aux Territoires du Nord-Ouest.

Enregistrement du nom commercial

Pour qu'une entreprise puisse exercer ses activités aux Territoires du Nord-Ouest, elle doit enregistrer son nom commercial auprès du registre des sociétés des TNO (ministère de la Justice du GTNO). Pour en savoir plus, consultez le :.

www.justice.gov.nt.ca/fr/les-divisions/division-des-enregistrements-de-documents-officiels/registre-des-societes/

Permis d'exploitation d'entreprise auprès de la collectivité

Vous devez également obtenir une licence d'exploitation dans la collectivité où l'entreprise est située. Pour en savoir plus sur les licences d'exploitation de commerce et les droits connexes, veuillez communiquer directement avec votre administration communautaire.

Licence d'exploitant d'entreprise touristique (LEET)

Toute entreprise qui exerce des activités commerciales guidées aux Territoires du Nord-Ouest est tenue d'obtenir une licence d'exploitant d'entreprise touristique. Cette licence peut être obtenue auprès du bureau régional du MITI du GTNO.

En général, il faut compter de 60 à 90 jours pour recevoir une licence d'exploitant d'entreprise touristique, qui comprend un processus de consultation de la collectivité mené par le MITI. Le montant des droits pour l'obtention d'une LEET est susceptible d'être modifié chaque année. Veuillez consulter le lien ci-dessous pour obtenir des informations sur le coût de l'obtention d'une LEET.

Le formulaire de demande de licence d'exploitant d'entreprise touristique est disponible ici :

www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/content/tourism_operator_-application_for_new_licence_-fillable.pdf

Pour en savoir plus, veuillez consulter le document Licences pour le tourisme aux Territoires du Nord-Ouest : Un guide pour les exploitants d'entreprises touristiques à l'annexe de ce manuel.

Nous vous encourageons également à contacter votre bureau régional du MITI pour discuter plus en détail de la procédure.

Assurance responsabilité

Dans le cadre de la procédure de demande de licence d'exploitant d'entreprise touristique, l'exploitant doit souscrire une assurance responsabilité civile d'une valeur d'au moins un million de dollars. Il est recommandé à toutes les entreprises accueillant des visiteurs dans la collectivité de souscrire une assurance responsabilité civile. On suggère à chaque entreprise qui souhaite souscrire une assurance responsabilité civile de faire ses propres recherches sur les compagnies d'assurance et de magasiner pour obtenir les meilleurs tarifs. Cela ne signifie pas que le coût de l'assurance responsabilité civile s'élève à 1 million de dollars; ce chiffre signifie que votre entreprise est protégée contre des dommages pouvant aller jusqu'à 1 million de dollars dans certaines circonstances.



Formation et cours spéciaux

Bien qu'ils ne soient pas spécifiquement requis pour exploiter une entreprise de promenades guidées dans la collectivité, il existe un certain nombre d'ateliers et de cours de formation supplémentaires qui pourraient vous être utiles. Il s'agit notamment de la formation en premiers soins, de la formation sur la sécurité alimentaire et de la formation HospitaliTNO.

Collaboration avec votre collectivité

Avant de créer votre entreprise de promenades guidées, il est essentiel que vous demandiez l'autorisation aux aînés de la collectivité afin de préciser quelles parties de votre collectivité et quels pans de votre culture peuvent être partagés avec les visiteurs. Il est également possible de développer des partenariats avec d'autres entreprises de votre collectivité, comme un café local où vous pouvez emmener votre groupe dans le cadre de la visite, ou un artisan local à qui vous pouvez acheter un petit cadeau pour chaque personne qui participe à votre visite guidée.

RENSEIGNEMENTS IMPORTANTS

1. Dans le cadre de votre assurance responsabilité civile, vous devrez rédiger une décharge de responsabilité que vos invités devront signer avant votre promenade guidée. Vous pouvez rechercher en ligne différents formulaires de décharge de responsabilité ou contacter votre agent régional de développement touristique du MITI pour en savoir plus.

Voici certains des éléments qui figurent généralement dans une décharge :

- Le nom de votre entreprise et nom de la visite.
- Des informations indiquant que le client participe volontairement à la visite.
- Des informations indiquant que les invités sont conscients des risques et des dangers liés à la participation à une visite qui se déroule dans des lieux publics, comme des passages inégaux, un sol glissant, la circulation, etc. et qu'ils les assument.
- Une déclaration de décharge de responsabilité.
- De l'information sur le traitement médical d'urgence à la suite d'une blessure ou d'une condition qui se manifeste pendant la visite.
- Un emplacement pour la signature du client à la fin de la décharge afin de s'assurer qu'il a accepté l'ensemble des conditions.

2. Si vous prévoyez de fournir de la nourriture à vos invités, vous devrez vérifier au préalable s'ils ont des allergies alimentaires.

3. Si vous souhaitez utiliser à des fins promotionnelles des photos ou des vidéos prises par vos clients au cours de la visite, ces derniers devront signer une décharge promotionnelle afin que vous puissiez les utiliser sans droits d'auteur.

SECTION 4:

Étapes Pour Créeer Une Promenade Guidée Dans La Collectivité



PREMIÈRE ÉTAPE :

Apprendre à connaître votre public cible

Lorsque vous commencerez à développer votre promenade guidée dans la collectivité, la première chose à faire sera d'acquérir une connaissance de base des personnes qui visitent votre collectivité et des raisons qui les poussent à le faire. Bien que votre promenade guidée soit sans aucun doute fantastique, il est peu probable que la plupart des visiteurs se rendent dans votre collectivité pour participer spécifiquement à votre visite guidée. En comprenant qui se rend dans votre collectivité et pourquoi, vous pourrez adapter votre circuit aux intérêts et aux capacités de vos visiteurs.

Le tourisme aux TNO s'adresse à plusieurs publics, notamment :

1. Amis et membres de la famille en visite;
2. Résidents des TNO visitant d'autres collectivités ténoises;
3. Touristes qui visitent les TNO en provenance d'autres régions du Canada et des États-Unis et d'aussi loin que la Chine, le Japon, l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni et l'Australie;
4. Personnes en voyage d'affaires.

Chacun de ces publics cibles aura ses propres intérêts et besoins. Les amis et les membres de la famille en visite peuvent être à la recherche d'une expérience plus détendue, tandis que les résidents des TNO peuvent être à la recherche d'une aventure dans le cadre d'une escapade de fin de semaine. Les touristes de l'extérieur des TNO sont généralement à la recherche d'une expérience plus immersive et veulent en apprendre le plus possible sur l'histoire et la culture de la région qu'ils visitent. Et s'ils viennent d'un pays étranger, ils peuvent rechercher des informations dans leur langue. Les personnes en voyage d'affaires ont généralement moins de temps libre que les personnes en voyage d'agrément, de sorte que les activités touristiques doivent être plus courtes et généralement proposées en fin d'après midi ou en soirée, lorsqu'elles ne travaillent pas.

D'après les statistiques de fréquentation des TNO, les voyageurs qui se rendent aux TNO sont généralement plus âgés (50 ans et plus). Certaines de ces personnes n'ont pas la condition physique nécessaire pour marcher longtemps. Par conséquent, vous devrez préciser le niveau de condition physique requis pour participer afin que les personnes incapables de marcher sur de longues distances, de se déplacer sur un terrain accidenté ou de rester debout pendant de longues périodes évitent de s'inscrire à certains de vos circuits plus difficiles.

Lectures suggérées :

- **Plan de marketing de Tourisme TNO** : le plan annuel présente les différents marchés cibles des TNO (en anglais seulement)
www.members.spectacularnwt.com/resources/marketing-plan
- Destination Canada dispose d'une excellente étude de marché sur les visiteurs internationaux au Canada
www.destinationcanada.com/fr/recherche



DEUXIÈME ÉTAPE :

Dresser une liste des attractions et autres centres d'intérêt de la collectivité

Une fois que vous savez qui visite votre collectivité et pourquoi, l'étape suivante consiste à dresser une liste des attractions et des points d'intérêt susceptibles d'attirer les visiteurs. Ce faisant, essayez de vous placer du point de vue du visiteur potentiel. Il peut sembler fasciné par des choses que vous et d'autres pouvez considérer comme banales, car elles font partie de votre quotidien. En plus des attractions, il est recommandé d'inclure des endroits où s'arrêter pour prendre un café ou une collation avec vos invités et des endroits où acheter des objets d'art et d'artisanat fabriqués localement.

Le tableau suivant peut être utilisé pour regrouper les différentes attractions qui peuvent éventuellement être ajoutées comme étapes de votre circuit, ou dont vous aimeriez parler lorsque vous emmenez des visiteurs. Elles ont été divisées en catégories spécifiques pour vous aider à repérer l'ensemble des attractions de la collectivité. Selon le type de visite que vous envisagez de proposer, chaque attraction pourrait être incorporée dans votre promenade guidée dans la collectivité.

EXEMPLE DE FEUILLE DE TRAVAIL :

Liste d'attractions dans la collectivité	
Attractions historiques <ul style="list-style-type: none">» Plaque commémorative» Photos historiques» Informations sur l'histoire de la collectivité»	Attractions culturelles <ul style="list-style-type: none">» Centre culturel communautaire» Expositions culturelles»
Attractions historiques <ul style="list-style-type: none">» Plaque commémorative» Photos historiques» Informations sur l'histoire de la collectivité»	Bâtiments uniques dans la collectivité <ul style="list-style-type: none">» Bureau de l'administration communautaire» Magasin communautaire» École
Endroits pour prendre un café et une collation <ul style="list-style-type: none">» Emplacements de pique-nique» Camion de cuisine de rue» Café	Autres points d'intérêt <ul style="list-style-type: none">» Station de traitement de l'eau/livraison d'eau» Jardin communautaire
Magasins d'art et d'artisanat <ul style="list-style-type: none">» Centre culturel» Bureau de l'administration communautaire	Attractions que vous pouvez créer pour la visite <ul style="list-style-type: none">» Foyer autour duquel s'asseoir pour raconter des histoires



TROISIÈME ÉTAPE :

Choisir un sujet ou un thème autour duquel articuler vos visites

Une fois que vous avez dressé la liste des attractions de la collectivité, l'étape suivante consiste à choisir un thème ou un sujet pour le ou les circuits que vous créez à l'intention de vos visiteurs potentiels. Le choix du thème vous aidera à déterminer ce qui est inclus dans la visite et ce qui est prioritaire au cours d'une visite particulière.

Il est tout à fait possible d'organiser une visite générale de la collectivité qui donne un aperçu de la vie dans la collectivité et partage des informations spécifiques à son histoire et à sa culture. L'avantage de créer des visites thématiques est que vous pouvez rejoindre un groupe précis de personnes qui s'intéressent à une activité particulière.

Exemples de visites thématiques :

- Visite historique
- Visite culturelle
- Visite culinaire
- Visite architecturale
- Visite géographique (faune, flore et géologie locales)

Le choix d'un thème dépendra de votre niveau d'intérêt et de connaissances sur un sujet précis ainsi que de ce qui est disponible au sein de la collectivité. Par exemple, si vous connaissez bien les plantes locales et leurs diverses utilisations médicinales ou quotidiennes, vous pouvez créer une promenade guidée dans la collectivité axée sur ce thème. Vous pouvez aussi mettre l'accent sur les aliments locaux et culturels et créer une promenade culinaire où les visiteurs peuvent s'arrêter à différents endroits pour goûter à la bannique, à la viande séchée ou à d'autres délices populaires dans votre collectivité.





QUATRIÈME ÉTAPE :

Effectuer des recherches

Une règle commune aux guides touristiques est que vous devez en savoir plus sur votre sujet que vos invités. Cela ne signifie pas que vous devez être l'expert en la matière, mais simplement que vous devez prendre le temps d'effectuer des recherches sur les faits que vous présentez et être suffisamment informé sur le sujet pour être en mesure de fournir une réponse précise si votre invité pose une question particulière. La recherche peut consister à passer du temps avec les aînés de votre collectivité pour en apprendre davantage sur l'histoire et la culture, à aller à la bibliothèque pour effectuer des recherches ou à consulter des ressources en ligne fiables.

Si quelqu'un vous pose une question à laquelle vous ne pouvez répondre, dites-lui que vous ne savez pas pour l'instant et que vous pourrez le contacter pour lui communiquer les informations une fois que vous aurez trouvé la réponse. Ce n'est jamais une bonne idée d'inventer des informations simplement pour répondre aux questions. Les personnes qui ont participé à votre visite guidée peuvent également avoir participé à d'autres visites guidées au cours de leur séjour aux TNO et avoir posé les mêmes questions à d'autres guides. S'ils obtiennent une réponse différente chaque fois, cela remet en question votre crédibilité et donne une mauvaise image de votre collectivité et des TNO en général. Il est toujours préférable d'être honnête et de dire que vous ne savez pas.



CINQUIÈME ÉTAPE :

Mise en place de la logistique de la visite guidée

La mise en place de la logistique de la visite comprendra :

- la planification du circuit;
- la détermination de sa durée;
- l'élaboration d'un calendrier.

Déterminer la durée de la visite

Lorsque vous déterminez la durée de votre circuit, vous devez tenir compte de certains facteurs.

Il s'agit notamment de :

- savoir à qui s'adresse la visite;
- quels sont les points d'intérêt que vous mettrez en évidence;
- combien de temps les participants disposeront pour la visite.

Les promenades dans la collectivité durent généralement entre une et deux heures, en fonction du nombre de choses à présenter et du nombre d'arrêts que vous ferez pendant la visite. Un circuit axé sur des thèmes culinaires dure généralement plus longtemps qu'un circuit général, car les visiteurs prennent le temps de s'arrêter à différents endroits pour déguster des plats locaux. Vous pouvez proposer aux voyageurs d'affaires un circuit plus court que votre promenade habituelle, car ce groupe peut disposer d'un temps limité pour participer à votre circuit entre deux réunions d'affaires.

Une fois que vous avez fixé la durée de la visite, il est essentiel qu'elle soit constante à chaque fois. Avec le temps, vous vous familiariserez avec les différentes étapes de la visite afin qu'elle commence et s'arrête à un moment précis.

Élaborer un calendrier des visites

Tl'étape suivante consiste à établir un calendrier pour votre saison d'exploitation. Il s'agit notamment de déterminer la durée de la saison d'exploitation et de fixer des dates et des heures précises pour les visites. Que vous prévoyez de fonctionner toute l'année ou seulement certains mois, une promenade guidée dans la collectivité qui a lieu en hiver peut être très différente de celle que vous proposez en été. Il est donc recommandé que les circuits proposés pendant les différentes saisons aient des éléments précis.

Lorsque vous établissez votre calendrier, il est important que vos visites soient proposées de manière cohérente et qu'elles soient proposées autant de fois que possible tout au long de la semaine. Il sera ainsi plus facile pour les visiteurs de réserver l'une de vos visites, car il y a plus de chances qu'elle s'ajoute bien à leur itinéraire.

ASTUCES

- Utilisez une carte de la collectivité pour tracer votre itinéraire et vous assurer qu'il suit une séquence logique. Numérotez chaque arrêt et notez les informations que vous avez l'intention de partager avec les clients.
- Lors de la planification de votre itinéraire, fixez une heure précise à laquelle vous souhaitez atteindre chaque lieu d'intérêt. De cette façon, vous serez en mesure de savoir si votre visite va trop vite ou si elle a pris du retard et vous pourrez ajuster votre présentation à chacun des arrêts restants pour vous assurer que la durée de la visite est de nouveau respectée.

Si des personnes participent à d'autres circuits pendant qu'elles visitent votre collectivité, vous devrez aligner vos visites sur les autres circuits proposés. À titre d'exemple, si vous savez que les visiteurs se lèveront tard la veille pour participer à une excursion d'observation des aurores, il est recommandé de programmer votre promenade guidée dans la collectivité plus tard dans l'après-midi, afin qu'ils puissent dormir plus tard dans la matinée. Par ailleurs, si vous savez que l'un des exploitants d'entreprise touristique locaux propose une excursion pittoresque en bateau l'après-midi, vous pouvez proposer vos promenades guidées le matin afin que les visiteurs puissent participer aux deux activités.

Planifier l'itinéraire

Lorsque vous planifiez l'itinéraire de votre promenade guidée, la visite doit se dérouler à un rythme régulier pour que les participants en profitent au maximum. Dans la mesure du possible, évitez de revenir sur vos pas. Avant de lancer votre circuit officiel, prenez le temps de parcourir l'itinéraire par vous-même ou avec des amis, entraînez-vous à dire les informations que vous partagerez avec vos invités tout au long du circuit, et travaillez sur le synchronisme.



Exemple de feuille de travail :

Horaire de la promenade guidée dans la collectivité (exemple)			Durée : 2 heures
Nom du circuit : Visite de Gamèti			
Heure	Arrêts prévus	Activité/informations partagées	Notes
10 h à 10 h 15	Début de la visite	Guides meet tour participants, have group sign safety waivers, explains what they will see on the tour.	To save time, guide may get participants to sign safety waivers in advance.
10 h 20 à 10 h 55	Bâtiment de l'administration communautaire	Visite du bâtiment, dont le grand hall. Date de construction, informations sur la structure gouvernementale de la collectivité et autres faits intéressants concernant Gamèti.	Ne visitez que les parties du bâtiment qui ne dérangeront pas les travailleurs ou les occupants.
11 h à 11 h 25	Ferme communautaire	Fournissez des informations sur l'histoire de l'agriculture à Gamèti (quand elle a commencé, comment elle soutient la collectivité, etc.)	Si possible, demandez à une personne travaillant à la ferme de partager des informations avec les clients. Prévoyez du temps pour que les visiteurs puissent s'arrêter et prendre des photos.
11 h 30 à 11 h 45	Point de vue panoramique du lac Rae	Soulignez les raisons pour lesquelles le lac Rae a été choisi comme emplacement de la collectivité de Gamèti, et sa place sur une route historique reliant le Grand lac de l'Ours et le Grand lac des Esclaves.	Prévoyez du temps pour que les clients puissent prendre des photos.
11 h 45 à midi	Magasin communautaire	Visite du magasin communautaire. Le guide fournit des informations sur l'acheminement de la nourriture dans la collectivité, aborde la question du coût de la nourriture dans une collectivité isolée et traite de l'importance de la chasse et de la pêche pour les résidents.	Laissez un peu de temps aux participants pour qu'ils se promènent dans le magasin et achètent quelque chose s'ils le souhaitent.





SIXIÈME ÉTAPE :

Déterminer les fournitures nécessaires à la réalisation de la promenade guidée

Comme pour tout produit touristique, vous aurez besoin de fournitures pour vos visites. Ces éléments peuvent être classés en deux catégories, soit l'équipement général et le matériel pour les visiteurs. L'équipement général est ce dont vous avez besoin pour la visite, tandis que le matériel pour les visiteurs est ce que vous pouvez inclure dans votre visite pour améliorer l'expérience de vos clients et vous démarquer des autres circuits proposés dans la région.

Équipement général

Voici certains articles qui pourraient être utiles :

- Une fiche d'information préalable à la visite pour vos clients (ce qu'il faut emporter, argent comptant pour acheter de l'artisanat local, etc.)
- Une trousse de premiers soins
- Une carte de la collectivité sur laquelle figurent les principaux arrêts
- Un sac à dos
- Une petite glacière pour les boissons et les aliments périssables servis
- Un thermos pour le café ou le thé et des tasses lavables
- Une couverture résistante à étendre sur le sol ou une table de pique-nique à utiliser pendant les pauses
- Des vêtements de pluie tels que des ponchos et des chapeaux imperméables en cas de mauvais temps
- Du chasse-moustiques

Articles pour les clients

Voici certains articles utiles pour vos clients :

- Bouteilles d'eau
- Collations préemballées, comme des barres tendres et des biscuits
- Un petit cadeau d'un artisan local, comme un porte-clés ou un signet

Les dépenses liées à l'équipement général sont incluses dans votre budget de démarrage ou de fonctionnement, tandis que les dépenses liées à l'organisation de la visite pour vos clients sont incluses dans le coût de la visite proprement dite.





SEPTIÈME ÉTAPE :

Développer le contenu de votre promenade guidée

Maintenant que vous avez une bonne idée de ce que vous comptez présenter lors de votre visite, l'étape suivante consiste à préparer les informations que vous comptez partager avec vos clients. Il s'agit d'un processus en deux parties qui comprend l'élaboration des renseignements que vous souhaitez partager, puis le partage de ces renseignements de façon authentique, significative et mémorable.

Élaborer le narratif

L'élaboration du narratif de la visite commence en fait par le **script du guide touristique**. Il s'agit de renseignements importants que vous communiquerez à vos clients dès le début de la visite, notamment :

- Vous présenter en tant que guide touristique et parler un peu de vous et de votre lien avec la collectivité
- Donner un aperçu du type de visite
- Indiquer l'emplacement des toilettes sur le circuit
- Fournir toute information relative à la sécurité, comme l'emplacement de la trousse de premiers soins, demander aux clients de ne pas s'approcher des chiens errants dans la collectivité, etc.
- Mentionner le nombre d'arrêts pendant le circuit et ce qui attend vos clients
- Fournir des informations sur un plan de rechange en cas de mauvais temps ou d'un autre contretemps

ASTUCES

1. Commencez la visite par un exercice d'échauffement rapide. C'est un excellent moyen de faire circuler le sang et de briser la glace.
2. Préparez un cahier de ressources que vous pourrez apporter lors de la visite et qui comprendra des informations amusantes sur la région, des photos et des informations sur la faune et la flore, ainsi que des données géographiques ou historiques que vous pourrez consulter si les visiteurs vous posent des questions auxquelles vous n'avez pas la réponse. Incluez également des photos dans le cahier que vous montrerez à vos clients pour les aider à mieux comprendre ce à quoi vous faites référence.
3. Si vous n'êtes pas certain des sujets à aborder lors de vos premières visites, élaborez une série de fiches auxquelles vous pourrez vous référer. Afin de rester le plus authentique possible, il est préférable d'utiliser des fiches plutôt que de lire un script.

Lorsque vous commencez à élaborer le narratif pour vos clients, veillez à ce qu'il soit à la fois informatif et captivant. N'oubliez pas que bon nombre de ces visiteurs viennent d'autres régions du Canada ou du monde, qu'ils sont intrigués par la façon dont les gens vivent dans nos collectivités et qu'ils sont désireux d'en savoir plus sur l'histoire et la culture de la région. On pourrait notamment vous poser les questions suivantes :

- Quand la collectivité a-t-elle été créée et pourquoi?
- À quoi ressemble le quotidien dans la collectivité? (Comment les résidents gagnent-ils leur vie, où les enfants vont-ils à l'école, que font-ils pendant leur temps libre?)
- Quels sont les faits historiques les plus intéressants à partager?
- Existe-t-il des bâtiments d'importance au sein de la collectivité?
- Y a-t-il des histoires approuvées que vous pouvez raconter aux visiteurs?
- Y a-t-il des lieux d'intérêt significatifs dans la collectivité?
- Certaines plantes et certains animaux sont-ils uniques à la région ou jouent-ils un rôle intégral dans la vie des résidents?

Raconter votre histoire

La manière dont vous partagez votre histoire est tout aussi importante que les informations que vous communiquez à vos visiteurs. Soyez toujours sincère et parlez avec votre cœur. Ils ressentiront votre passion. Bien que vous puissiez vous sentir un peu nerveux ou gêné au début, avec le temps vous serez plus à l'aise pour partager votre histoire et vous peaufinerez vos talents de conteur.

Avoir un bon sens de l'humour est un atout non négligeable. Si vous vous sentez assez à l'aise pour raconter des histoires drôles ou pour ajouter un peu d'humour à votre visite, vos clients apprécieront d'autant plus votre visite. À la fin de chaque visite, les participants doivent repartir avec le sentiment d'avoir mieux compris votre collectivité et votre culture, tout en s'amusant.





HUITIÈME ÉTAPE :

Fixer le prix de la visite

Maintenant que vous avez établi les grandes lignes de ce que vous allez inclure dans votre promenade guidée, la prochaine étape du processus consiste à en déterminer le prix.

Il s'agit d'abord de déterminer les coûts fixes et variables de votre visite et d'appliquer une partie de vos coûts d'exploitation annuels à chaque circuit vendu.

Une fois ces coûts calculés, il faut ajouter un montant raisonnable au prix de la visite pour s'assurer qu'elle est rentable. La dernière étape consiste à intégrer des frais de distribution, si vous décidez de faire affaire avec un vendeur tiers, comme un agent de voyage.

Coûts fixes

Il s'agit de coûts qui restent inchangés, quel que soit le nombre de participants à la visite. Voici quelques exemples de coûts fixes :

- Salaire du guide
- Assistant pour aider à accueillir les visiteurs
- Conducteur de navette
- Location du centre communautaire pour offrir des activités culturelles ou des démonstrations dans le cadre de la visite

Coûts variables

Il s'agit de coûts basés sur le nombre de clients qui participent à une visite. Voici quelques exemples de coûts variables :

- Bouteilles d'eau
- Collations, comme des barres tendres ou des biscuits
- Cadeau pour chaque visiteur

Coûts d'exploitation

Les coûts d'exploitation sont les coûts associés au fonctionnement quotidien de votre entreprise. Voici quelques exemples de coûts d'exploitation :

- Permis d'exploitation
- Frais d'adhésion (Tourisme TNO, Association touristique autochtone du Canada [ATAC], chambre de commerce locale, etc.)
- Assurances
- Matériel de démarrage (cartes, sac à dos, glacière, trousse de premiers soins, etc.)
- Marketing et promotions

Lors de l'établissement du prix d'un circuit, une partie des coûts d'exploitation est ajoutée au prix global du circuit. Il est courant d'ajouter 10 % au prix du circuit par personne pour couvrir les coûts d'exploitation annuels et de 5 à 10 % pour les dépenses de marketing.



Ajustement des réservations

Une pratique courante lors de la détermination de votre prix est d'incorporer un ajustement des réservations pour tenir compte des périodes où vos circuits ne sont pas entièrement réservés. Ainsi, vous pouvez fixer le prix de votre circuit sur la base de quatre personnes, mais il arrive que vous n'ayez que deux participants. Au cours de la saison, vous avez en moyenne 3,5 personnes par visite, soit une capacité de 87,5 %. Comme vous ne connaîtrez pas vos réservations moyennes au cours de votre première année d'activité, il est courant d'ajuster vos réservations de 85 %.

Ajouter le profit

Une fois tous les coûts déterminés, ajoutez un montant raisonnable de profit. Un bon point de départ consiste à ajouter 10 % de profit au prix par personne de chaque circuit pour obtenir le prix final. Ensuite, il sera important d'examiner ce qui est facturé pour des expériences semblables aux TNO ou dans la région et d'envisager d'ajuster le prix pour s'assurer qu'il reste concurrentiel.

Tarifs spéciaux

En plus du tarif de détail habituel, il est possible de créer des tarifs spéciaux pour vos clients. Il peut s'agir d'un tarif réduit pour les groupes plus importants ou d'un tarif hors saison pour tenter d'attirer les visiteurs pendant les périodes creuses.

Prix de gros ou prix nets

Si vous souhaitez vendre votre promenade guidée par l'intermédiaire d'une agence de voyages ou d'une plateforme de réservation en ligne, il est important de proposer des tarifs nets à ces vendeurs tiers. Les tarifs nets sont des tarifs réduits que les agents de voyage et les grossistes en voyages reçoivent pour vendre vos voyages à leurs clients. La commission ou le tarif net moyen est de 20 %.

Exemple de feuille de travail :

Voici un exemple de fiche de calcul des prix qui reprend la promenade guidée de Gamèti utilisée plus haut dans le document. Une feuille de travail vierge est incluse à la fin du document.

Modèle de calcul des prix : Il y a tant à voir à Gamèti : promenade guidée dans la collectivité			
Calcul 1 : Coûts fixes (A)			
Activité/service	Coûts par visite	Divisé par le nombre de participants	Coût total par personne
Salaire du guide	120 \$	4	30 \$
Aîné pour la visite de la ferme	50 \$	4	12,50 \$
Assistant pour aider pendant la visite <i>(s'applique seulement aux groupes de 8 personnes et plus)</i>	60 \$		0,00 \$
Total des coûts fixes	740 \$		A 42,50 \$

Calcul 2 : Coûts variables (B)	
Activité/service	Coût total par personne
Bouteille d'eau	3,00 \$
Collations (barres tendres, biscuits)	5,00 \$
Cadeau de départ	20,00 \$
Total des coûts variables	B 28,00 \$

Calcul 3 : Addition des coûts fixes et variables (C)	
Total des coûts fixes et variables (A + B)	C 70,50 \$
Calcul 4 : Ajouter un % de frais généraux à la visite (D)	

Total des dépenses d'exploitation (multiplier C x 10 %)	7,05 \$
Total des dépenses de marketing (multiplier C x 7,5 %)	5,29 \$
Total des frais généraux ajoutés	D 12,84 \$

Modèle de calcul des prix :

Il y a tant à voir à Gamèti : promenade guidée dans la collectivité

Calcul 5 : Coût total du forfait par personne (E)

Coût total du forfait par personne (C + D)

E 82,84 \$

Calcul 6 : Ajustement de réservation (F)

Diviser par des ventes réalistes (diviser E par 85 %)

F 97,46 \$

Calcul 7 : Ajouter le profit approprié (G)

Ajouter le profit souhaité (multiplier F x 10 % de profit)

G 9,75 \$

Calcul 8 : Coût total par forfait, profit compris (H)

***Coût total par forfait, profit inclus (additionner F + G)**

H 107,25 \$

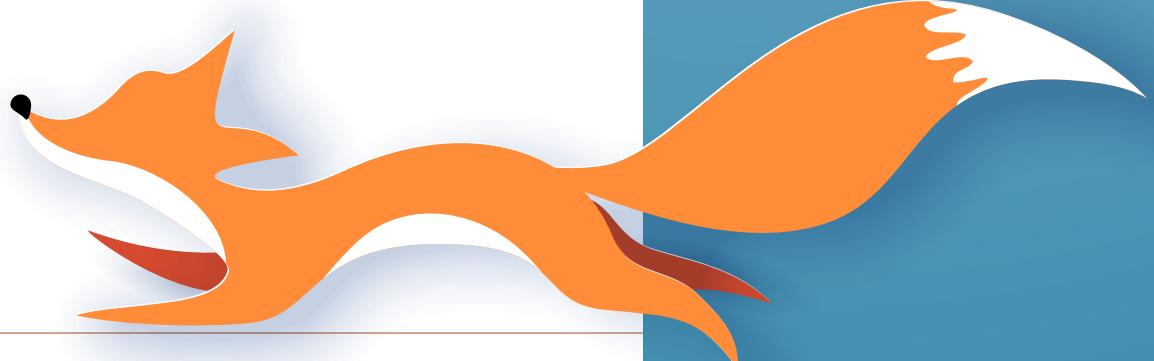
Calcul 9 : Ajuster le prix pour les différents types de clients

***Tarif de basse saison (H - 15 %)**

H (1) 91,12 \$

***Rabais de groupe (H - 10 %)**

H (2) 96,48 \$





SECTION 5:

Promouvoir Votre Promenade Guidée Dans La Collectivité

Une fois que vous aurez élaboré votre visite et fixé un prix pour le marché de détail, vous devrez commencer à en faire la promotion. Il s'agit d'un processus en deux étapes. La première étape consiste à élaborer votre matériel promotionnel et la seconde à utiliser ce matériel promotionnel pour faire la promotion de votre entreprise.

Promotional Materials

Matériel promotionnel

Il existe toute une série de documents promotionnels pour promouvoir votre entreprise. Parmi les plus populaires, citons :

- Site Web
- Médias sociaux
- Annonces
- Brochures ou feuillets promotionnels

Site Web

Un site Web est un excellent moyen de partager de l'information sur votre entreprise. Il offre aux consommateurs un sentiment de sécurité en leur montrant que vous êtes une entreprise légitime, il peut servir de centre d'information pour vos activités publicitaires, en plus de faciliter les réservations. En revanche, il peut représenter une dépense importante pour les entreprises en démarrage.

Médias sociaux

Les médias sociaux sont un excellent moyen de promouvoir vos circuits auprès des clients potentiels et d'entamer un dialogue constructif avec eux. Les plateformes de médias sociaux sur lesquelles vous choisirez d'être actif seront déterminées par votre public cible. Facebook et Instagram s'adressent à un public légèrement plus âgé, tandis que TikTok a généralement un public plus jeune. Il est également important d'avoir un compte sur Tripadvisor, car cette plateforme est très efficace pour générer des réservations de voyagistes locaux.

Bien que les médias sociaux soient un moyen plus rentable de rejoindre vos clients potentiels comparativement aux formes traditionnelles de publicité, vous devrez y consacrer beaucoup de temps. Heureusement, il existe des outils de développement de contenu et de programmation, tels que Canva et Later.com, qui peuvent vous aider à simplifier ce processus.

Annonces

Il s'agit d'annonces et de modèles d'annonces que vous pouvez utiliser lorsque vous achetez de l'espace publicitaire. Ils sont généralement produits par le graphiste d'une agence de marketing. Les annonces peuvent être conçues à la fois en format numérique et en format imprimé. Il est utile de les avoir sous la main, car elles sont prêtes à l'emploi et peuvent généralement être redimensionnées pour correspondre aux spécifications de l'espace publicitaire que vous souhaitez acheter.

Brochures ou feuillets promotionnels

Les brochures sont un autre excellent moyen de promouvoir vos circuits. Elles peuvent être imprimées et affichées dans un centre touristique local ou dans d'autres endroits de la ville fréquentés par les visiteurs, comme les hôtels ou le magasin communautaire. Elles peuvent également être envoyées par la poste ou par

courriel aux clients potentiels. Les feuillets promotionnels sont semblables aux brochures, mais ils sont conçus en une ou deux pages sur du papier 8,5" x 11". L'avantage des feuillets promotionnels est qu'ils peuvent être facilement imprimés à partir d'une imprimante personnelle. Les compagnies aériennes locales (Northwestern Airlease, Summit Air, Air Tindi et Simpson Air) sont des lieux idéaux pour faire la publicité de vos circuits.

Exemple de feuille de travail :

Vous trouverez ci-dessous un exemple de feuille de travail qui a été produite pour commercialiser une promenade guidée dans la collectivité. Une feuille de travail vierge est incluse à la fin du document.

Circuit en vedette : Il y a tant à voir à Gamèti : promenade guidée dans la collectivité	
<p>À compter de \$108.00 par personne + TPS</p> <p>TPour réserver, contactez JD Tours</p> <p>Tél. : 867-997-0000 Courriel : info@jdtours.com</p> <p>Pour en savoir plus, visitez notre site Web : www.jdtours.com</p>	 <p>Participez à une visite authentique de Gamèti. Découvrez la richesse de l'histoire et de la culture du peuple tlicho tout en vous informant sur la création de la collectivité. Visitez une ferme en activité, découvrez le quotidien de notre collectivité isolée et admirez le magnifique lac Rae et la nature sauvage environnante. Arrêtez-vous dans notre magasin d'artisanat local pour acheter des objets authentiques fabriqués sur place en souvenir de votre visite</p> <p>Activités principales</p> <p>Promenade guidée dans la collectivité Visite de la ferme communautaire</p> <p>Le prix comprend</p> <ul style="list-style-type: none">» Visite de la collectivité» Bouteilles d'eau» Collations» Cadeau de bienvenue <p>Le prix ne comprend pas</p> <ul style="list-style-type: none">» Les pourboires et les taxes



Advertising

Publicité

La publicité jouera un rôle clé en contribuant à faire connaître l'entreprise et à générer des ventes. En règle générale, la publicité numérique est plus efficace que la publicité imprimée. La publicité numérique peut inclure des publications « boostées » sur les médias sociaux, des annonces et du marketing par moteurs de recherche (SEM). Le SEM consiste à payer pour des mots clés afin que le site Web de votre entreprise apparaisse en tête des recherches sur Internet. Cela n'est pertinent que si vous avez un site Web et que si votre site a été configuré pour faire apparaître ces mots clés dans votre contenu. La publicité imprimée est plus efficace pour attirer la clientèle une fois qu'elle est à destination.

Il existe d'excellentes possibilités de marketing, gratuites ou peu coûteuses, auxquelles vous pouvez participer, notamment par l'intermédiaire de Tourisme TNO ou de l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC). En plus de l'inscription gratuite sur son site Web, Tourisme TNO propose également des programmes de marketing coopératif qui permettent de participer à diverses activités de marketing à un tarif réduit.

Il est recommandé de devenir membre des deux associations afin de profiter de ces possibilités de publicité gratuite ou à faible coût. Vous trouverez de l'information sur les frais d'adhésion à Tourisme TNO et à l'ATAC ici :

www.members.spectacularnwt.com/members/purchase-membership

www.indigenoustourism.ca/membership/

SECTION 6:

Des Stratégies Pour Réussir

Voici quelques stratégies utiles lorsque vous développez votre promenade guidée dans la collectivité :

- **C'est en forgeant qu'on devient forgeron**

Un dicton largement répandu dans l'industrie du tourisme dit qu'on n'a jamais une deuxième chance de faire une première impression. Dans cette optique, vous devrez tester vos visites auprès de membres de votre famille et d'amis avant de les proposer à des clients. Vous pourrez ainsi corriger les problèmes et perfectionner tous les aspects de votre visite avant d'accueillir votre premier client. Si vous avez la possibilité de le faire, il est recommandé d'inviter le personnel de Tourisme TNO à essayer votre visite. Les représentants de Tourisme TNO pourront formuler des commentaires constructifs sur les attentes du marché et sur la façon d'adapter vos visites pour en assurer le succès.

- **Commencer petit et se développer plus tard**

Il est préférable de développer votre promenade guidée en utilisant les ressources et l'infrastructure existantes plutôt que d'investir beaucoup d'argent dans l'équipement et d'avoir une dette importante avant même de commencer à accueillir des visiteurs. Lorsque vos visites gagneront en popularité, il sera possible d'acheter de nouveaux équipements, de créer de nouveaux circuits et d'offrir de nouveaux produits.

- **Travailler avec des produits existants et des gens fiables**

Lorsque vous choisissez des activités à ajouter à votre circuit, il est préférable de sélectionner des activités que vous avez essayées vous-même et dont les responsables sont fiables. N'oubliez pas que c'est votre réputation qui est en jeu si les choses ne se déroulent pas comme prévu lors de votre visite.

- **Demander de l'aide en cas de besoin**

Créer et gérer sa propre entreprise n'est pas une mince affaire. Heureusement, il existe des ressources pour vous aider. Prenez l'initiative de demander de l'aide et de vous informer sur les ressources disponibles. Vous trouverez plusieurs ressources à la section suivante.



SECTION 7:

Ressources

En parcourant ce manuel, vous constaterez que l'élaboration de votre promenade guidée dans la collectivité demande beaucoup de travail. La bonne nouvelle, c'est qu'il existe de l'aide pour vous faciliter la tâche et vous offrir le soutien dont vous avez besoin, notamment dans les domaines suivants :

- Soutien financier
- Développement de produits
- Formation
- Développement commercial
- Marketing
- Étude de marché



Soutien financier

Des agences fournissent des fonds pour soutenir le développement et la commercialisation du tourisme aux collectivités et aux entreprises touristiques :

Ministère de l'Industrie, du Tourisme et de l'Investissement (MITI) du GTNO

- **Programme de diversification et de commercialisation des produits touristiques**
www.iti.gov.nt.ca/fr/pdcpt
- **Société d'investissement et de développement des TNO (SID) et Fonds de développement des Métis et des Dénés (FDMD) pour les petits prêts**
- **Programme d'appui aux entrepreneurs et au développement économique (PAEDE)**
Pour savoir comment le PAEDE peut vous aider, notamment en ce qui concerne les investissements et la recherche, consultez le :
www.iti.gov.nt.ca/fr/services/programme-d%28appui-aux-entrepreneurs-et-au-d%C3%A9veloppement-%C3%A9conomique

Formulaire de demande : www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/SEED_Application_Form.pdf



Développement de produits

Le GTNO a mis au point des ressources d'information que les collectivités et les entreprises locales peuvent utiliser comme guide pour développer des produits et des forfaits touristiques.



Formation

The GNWT offers the following tourism training resources:

- HospitaliTNO
 - Ce programme consiste en un atelier de deux jours conçu pour préparer les participants à accueillir des visiteurs dans leur collectivité.
 - Au cours des deux jours, les participants sont sensibilisés aux attentes des clients, à la communication efficace, à la gestion des clients difficiles et à l'importance d'être ambassadeurs de leur collectivité.

Lien vers la brochure du programme (version française à la première page)

https://www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/iti_northernhost_brochure_final.pdf

- Fonds de formation touristique (FFT) : <https://www.iti.gov.nt.ca/fr/FFT>
 - Ce fonds vise à financer des activités de formation de courte durée pour permettre aux travailleurs du secteur du tourisme d'acquérir de nouvelles compétences et à aider les exploitants d'entreprises touristiques aux TNO à soutenir et à encourager une main d'œuvre mieux formée en tourisme.
 - Maximum d'une demande par personne par année.

Communiquez avec votre bureau régional du MITI pour en savoir plus.



Développement commercial

Le GTNO et le gouvernement du Canada offrent aux entreprises nouvelles et existantes des services de soutien au développement commercial qui peuvent être utiles dans le développement de votre promenade guidée dans la collectivité.

Société d'investissement et de développement des Territoires du Nord-Ouest (SID)

- La SID appuie les objectifs économiques du GTNO en :
 - fournissant de l'information et de l'aide financière aux entreprises;
 - investissant dans celles-ci;
 - fournissant un accès à des ressources telles que des modèles de plans d'affaires et des modèles de prévisions financières.

Consultez leur site Web pour en savoir plus : www.bdic.ca/fr/

Banque de développement du Canada (BDC)

- La BDC est une institution financière au service des entrepreneurs canadiens.
 - Le soutien de la BDC permet d'accéder à du financement, à un fonds de roulement et à des services de conseil pour soutenir le développement des entreprises.

Consultez leur site Web pour en savoir plus : www.bdc.ca/fr





Marketing

Les organisations suivantes offrent à leurs membres des possibilités de marketing gratuites ou à prix réduit :

Tourisme TNO

- Tourisme TNO offre les occasions de marketing suivantes à ses membres :
 - Affichage gratuit sur le site Web www.spectacularnwt.com (les membres peuvent téléverser des photos et modifier leurs propres affichages).
 - Les membres de Tourisme TNO peuvent inscrire trois forfaits gratuitement sur le site Web par exercice.
 - Coût réduit pour participer aux foires commerciales où Tourisme TNO est présent.
 - Les membres peuvent économiser jusqu'à 35 % lorsqu'ils achètent des annonces coopératives de Tourisme TNO (disponibles en format papier et sur Internet).

Pour en savoir plus, communiquez avec Tourisme TNO

Spécialiste des événements commerciaux et des partenariats

Courriel : info@spectacularnwt.com **Téléphone :** 867- 873-5007

Association touristique autochtone du Canada (ATAC)

- L'ATAC offre les services de marketing suivants à ses membres :
 - Affichage gratuit sur son site Web public <https://destinationindigenous.ca/fr/>;
 - Tarif réduit pour participer aux foires commerciales;
 - Accès aux programmes de marketing et de vente que l'association met en œuvre pour promouvoir le tourisme autochtone.

Pour plus d'informations, communiquez avec l'ATAC

Courriel : industry@indigenoustourism.ca **Téléphone :** 604- 351-1028

Ministère de l'Industrie, du Tourisme et de l'Investissement (MITI) du GTNO

- Le MITI produit un manuel qui fournit des informations et des conseils pour le marketing de votre entreprise touristique.



Étude de marché

Les organisations suivantes sont d'excellentes ressources pour accéder aux études de marché et aux informations les plus récentes sur le secteur :

Destination Canada (DC)

- Le site Web de DC fournit des études détaillées dans les domaines suivants :
 - Statistiques de fréquentation du Canada (ventilées par marchés internationaux);
 - Recherche sectorielle sur les voyages culinaires, le tourisme autochtone et les voyages des milléniaux;
 - Profils de marché pour chacun des marchés internationaux dans lesquels DC est actif (Canada, États-Unis, Mexique, Allemagne, France, Royaume-Uni, Japon, Chine, Corée du Sud et Inde);
 - Renseignements sur des marchés spécifiques basés sur les consommateurs (veille touristique mondiale);
 - Faits saillants du marché;
 - Recherche sur le tourisme et la COVID-19.

Consultez le site Web de DC pour un examen plus approfondi de ses documents de recherche
www.destinationcanada.com/fr

GTNO

- Le GTNO a produit un rapport annuel sur les visiteurs aux TNO, ventilé par type de secteur (observation des aurores, pêche, tourisme, chasse, aventure en plein air, visite d'amis et de parents, et voyages d'affaires).
- Le GTNO fait également état du nombre de visiteurs annuels accueillis dans chacun des parcs et terrains de camping territoriaux.

Pour en savoir plus, visitez le site Web du MITI et consultez la section « Publications sur le tourisme » :
www.iti.gov.nt.ca/en/publications?f%5B0%5D=field_document_category%3A46

Tourisme TNO

- Chaque année, Tourisme TNO produit un plan de marketing annuel qui fournit des informations de qualité sur les statistiques relatives aux visiteurs et les tendances du marché.

Cliquez ici pour consulter leur plus récent plan de marketing. (Anglais seulement)
www.members.spectacularnwt.com/resources/marketing-plan

SECTION 8:

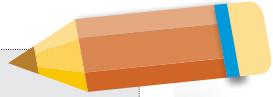
Feuilles De Travail

Les feuilles de travail suivantes peuvent vous aider à établir les informations importantes et les détails de la tarification de votre circuit.

Exercise 1

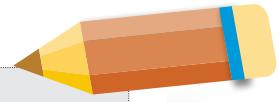
À l'aide du tableau ci-dessous, dressez un inventaire des attractions et des points d'intérêt que vous souhaitez inclure dans votre promenade guidée dans la collectivité.

Liste d'attractions dans la collectivité	
Attractions historiques	Attractions culturelles
»	»
»	»
»	»
»	»
»	»
Sites panoramiques/points de vue	Autres points d'intérêt
»	»
»	»
»	»
»	»
»	»
Endroits pour prendre un café et une collation	Autres points d'intérêt
»	»
»	»
»	»
»	»
»	»
Magasins d'art et d'artisanat	Attractions que vous pouvez créer pour la visite
»	»
»	»
»	»
»	»
»	»



Exercise 2

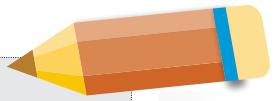
En suivant l'exemple de la page 14, dressez un inventaire des attractions et des points d'intérêt que vous souhaitez inclure dans votre promenade guidée dans la collectivité et indiquez l'heure de chaque arrêt. (Ajoutez des lignes supplémentaires si nécessaire.)



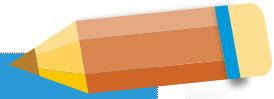
Horaire de la promenade guidée dans la collectivité (exemple)

Exercise 3

En suivant l'exemple des pages 21 et 22, établissez un prix de vente au détail pour votre promenade guidée dans la collectivité. (Ajoutez des lignes supplémentaires pour les coûts fixes et variables si nécessaire.)



Modèle de calcul des prix			
Nom du circuit :			
Calcul 1 : Coûts fixes (A)			
Activité/service	Coûts par visite	Divisé par le nombre de participants	Coût total par personne
	\$		\$
	\$		\$
	\$		\$
Total des coûts fixes	\$		A \$
Calcul 2 : Coûts variables (B)			
Activité/service			Coût total par personne
			\$
			\$
			\$
Total des coûts variables			B \$
Calcul 3 : Addition des coûts fixes et variables (C)			
Total des coûts fixes et variables (A + B)			C \$
Calcul 4 : Ajouter un % de frais généraux à la visite (D)			
Total des coûts d'exploitation (multiplier C x 10 %)			\$
Total des dépenses de marketing (multiplier C x 7,5 %)			\$
Total des frais généraux ajoutés			D \$



Calcul 5 : Coût total du forfait par personne (E)

Coût total du forfait par personne (C + D)	E	\$
--	---	----

Calcul 6 : Ajustement de réservation (F)

Diviser par des ventes réalistes (diviser E par 85 %)	F	\$
---	---	----

Calcul 7 : Ajouter le profit approprié (G)

Ajouter le profit souhaité (multiplier F x 10 % de profit)	G	\$
--	---	----

Calcul 8 : Coût total par forfait, profit compris (H)

*Coût total par forfait, profit inclus (additionner F + G)	H	\$
--	---	----

Calcul 9 : Ajuster le prix pour les différents types de clients

*Tarif de basse saison (H - 15 %)	H(1)	\$
-----------------------------------	------	----

*Rabais de groupe (H - 10 %)	H(1)	\$
------------------------------	------	----

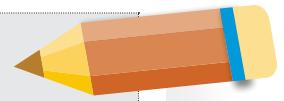
REMARQUE IMPORTANTE

Si vous décidez de vendre votre circuit par l'intermédiaire d'une agence de voyages, celle-ci vous demandera une commission de 20 % sur le prix de détail. De nombreux exploitants d'entreprise touristique choisissent d'inclure cette commission dans le prix de leur forfait.

Exercise 4

Remplissez la feuille de travail suivante pour promouvoir votre promenade guidée dans la collectivité

Circuit en vedette : (Ajoutez le nom ici)



Ajoutez une ou plusieurs photos ici

À compter de

\$ _____ par personne
+ TPS

Pour réserver, contactez

Nom :

Téléphone

Courriel :

Site Web/Médias sociaux :

Description du circuit

Activités principales

Le prix comprend

Le prix ne comprend pas

