
Argumentaire conseiller — Carnet de voyage numérique

Objectif de la démarche

Collecter l'adresse email du visiteur de manière naturelle, bienveillante et utile, en lui offrant une vraie valeur ajoutée.

Script en 5 temps

① L'accroche — capter l'attention (5 secondes)

"On a quelque chose qui pourrait vous être très utile pour la suite de votre séjour..."

ou, si le visiteur est en fin d'échange :

"Avant que vous partiez, est-ce que je peux vous proposer quelque chose ?"

② La présentation — ce que c'est (20 secondes)

"Nous éditons un carnet de voyage numérique personnalisé. Concrètement, c'est un document que vous recevez par email avec un lien. Ce lien ouvre une page avec toutes les bonnes adresses, les incontournables et les coups de cœur qu'on vient de vous présenter — organisés, cliquables, directement utilisables sur votre téléphone."

③ La valeur ajoutée — pourquoi c'est utile POUR LUI (30 secondes)

Adapter selon le profil du visiteur :

Profil	Argument clé
Famille	<i>"Comme ça, vous avez les horaires et les infos pratiques sous la main, sans avoir à tout noter ou à chercher sur internet."</i>
Couple / découverte	<i>"On y glisse aussi quelques adresses moins connues, les vrais bons plans locaux que vous n'aurez pas forcément sur les sites classiques."</i>
Randonneur / sportif	<i>"On peut y inclure les tracés, les points d'eau, les refuges — tout ce qu'il faut pour bien préparer vos sorties." Si DD renseigné</i>

Profil	Argument clé
Visiteur de passage court	<i>"Même si vous n'avez que deux jours, ça vous évite de passer du temps à trier les infos — tout est déjà sélectionné pour vous."</i>
Visiteur qui revient	<i>"Et si vous revenez, vous aurez déjà une base pour explorer autre chose — ça reste dans votre boîte mail."</i>

④ La réassurance — lever les freins (si besoin)

"C'est gratuit, bien sûr. Et on ne vous enverra pas de publicité — juste le carnet. Si un jour vous souhaitez recevoir notre newsletter avec les événements du territoire, vous pourrez le choisir, mais ce n'est pas automatique."

(Adapter selon la politique email réelle de votre OT — cette formulation suppose un opt-in séparé pour la newsletter qui peut être intégré à la GRC sous forme de lien vers une page questionnaire web avec un visuel engageant « recevez nos actus et bons plans ».)

⑤ La demande — naturelle et directe

"Je vous le prépare et je vous l'envoie tout de suite — quelle est votre adresse email ?"

Ou, plus doux :

"Vous voulez qu'on vous l'envoie ? Il me faut juste votre adresse email."

Ce qu'il faut éviter

-  Dire *"c'est pour notre base de données"* ou *"c'est pour rester en contact"* → trop commercial, brise la confiance
 -  Demander l'email avant d'avoir expliqué ce que le visiteur reçoit
 -  Insister si le visiteur refuse — rester sur une image positive de l'OT
-

Réponses aux objections courantes

Objection	Réponse conseiller
<i>"Je ne donne pas mon email."</i>	<i>"Pas de souci du tout ! Je peux vous imprimer les infos clés si vous préférez."</i>
<i>"J'ai peur de recevoir des spams."</i>	<i>"C'est uniquement le carnet — on ne vous inscrit à rien d'autre sans votre accord."</i>

Objection

"On rentre demain, ça ne sert à rien."

"Je suis déjà sur internet."

Réponse conseiller

"Ça peut être utile pour vous souvenir des bonnes adresses si vous revenez, ou pour en parler autour de vous !"

"Justement, on vous évite de chercher — tout ce qu'on vient d'échanger est déjà dedans, en un clic."



Conseils managériaux pour l'animation de l'équipe

- **Ritualiser la proposition** : le carnet doit être systématiquement proposé, pas seulement quand le conseiller y pense. En faire une étape du protocole d'accueil.
 - **Afficher un objectif collectif** : ex. "*X carnets envoyés cette semaine*" — crée une dynamique d'équipe sans pression individuelle.
 - **Partager les retours** : si un visiteur répond positivement à l'email, le mentionner en réunion d'équipe pour valoriser la démarche.
 - **Vérifier la conformité RGPD** : s'assurer que le formulaire de collecte (même oral) est couvert par une mention d'information claire et un registre de traitement à jour.
-

Ce script est conçu pour être **modulaire** : chaque conseiller peut s'en emparer à sa façon, **sans le réciter mot pour mot**. L'essentiel est de respecter les 5 temps et d'adapter l'argument de valeur au profil du visiteur en face.