

Innovation report inspiration trip Topsail Charters

Topsail Charters (Essex) est une entreprise qui a réussi à se réinventer après 32 ans en réfléchissant à la façon dont elle peut offrir l'expérience exceptionnelle que le touriste recherche aujourd'hui. Ils se concentrent sur la génération de revenus supplémentaires pendant les mois d'hiver en tant qu'entreprise saisonnière. En réfléchissant à la façon dont ils pouvaient attirer un public large et varié sans gros budget de communication par le biais des médias sociaux.

- Lorsque vous êtes dans le métier depuis 32 ans, il s'agit de se repositionner et de reformuler votre produit. La croisière de 2 heures l'après-midi s'est ainsi transformée en une aventure sur 2 îles. Le nom du produit s'adaptant à l'expérience que le visiteur recherche.
- Comme les activités de médias sociaux s'adressent aux femmes, les réservations sont passées de 40 à 60 %: *"Les femmes vont plus vite pour réserver, les hommes nous voient, ils nous aiment sur Facebook, mais ne réservent pas"*.
- Pendant les mois d'hiver, lorsque les gens sont moins susceptibles de faire une excursion en bateau, Topsail Charters établit des collaborations avec d'autres entrepreneurs locaux. Par exemple, les bateaux sont utilisés comme restaurants. Topsail est capable d'atteindre des gens qui n'en ont jamais entendu parler et peut générer des revenus pendant les mois d'hiver grâce à la vente de nourriture et de boissons.
- La communication se concentre principalement d'octobre à la fin de l'année et la vente de chèques-cadeaux pour Noël est un moyen important de garantir des revenus payés à l'avance et d'obtenir des réservations tôt au printemps.
- Il est essentiel d'offrir aux gens une grande expérience. Chacun a des attentes différentes. Il est donc important que les employés aient les bonnes compétences pour traiter avec les gens et répondre aux attentes. Au début de chaque voyage, les membres du personnel parlent du voyage et de ce à quoi les invités peuvent s'attendre.

Bien qu'ils utilisent des voiliers, les circonstances ne sont pas toujours bonnes pour la voile. Avant le départ, le skipper explique exactement ce qu'il va faire : " Nous allons rouler pendant 30 minutes, puis naviguer pendant une heure ". De cette façon, tout le monde comprend et personne n'est déçu.

- TripAdvisor est essentiel pour avoir des commentaires, Instagram est important pour la création de reconnaissance de nom et Facebook conduit à des réservations directes.
- Topsail Charters a choisi de mettre le client au centre de la communication. Beaucoup d'entreprises disent aux gens ce qu'elles ont à offrir, comme par exemple *"nous vous offrons de nombreuses possibilités de ..."* Topsail Charters tente de reformuler ces approches traditionnelles pour que tout vienne du point de vue du client : *"Vous pouvez choisir parmi de nombreuses possibilités", "Vous pouvez naviguer le long de la baie" ...*
- Les publications sur les réseaux sociaux sont soigneusement planifiées pendant la journée - juste avant la pause café le matin, juste avant la pause déjeuner, en soirée.
- L'entreprise a la chance que les clients leur envoient spontanément de nombreuses photos. Le photographe demande toujours explicitement l'autorisation pour prendre la photo et pour l'utiliser ultérieurement. Toutes les photos sont ensuite sauvegardées, y compris le nom et les coordonnées du photographe, triées par date.
- Même si vous en avez l'autorisation, Topsail Charters n'utilise la photo que sur les médias sociaux et jamais dans les brochures officielles, flyers etc. afin d'éviter que les personnes sur la photo soient associées à la vente de Topsail Charters.
- Tous les membres du personnel connaissent tous les produits (y compris les boissons) à bord, afin que chacun puisse répondre aux questions des invités et les produits sont en vente après le voyage.
- Topsail Charters utilise autant que possible des produits locaux par le biais de fournisseurs locaux. Cela garantit une grande flexibilité, les fournisseurs locaux où vous avez une bonne relation peuvent également livrer les commandes supplémentaires rapidement. La bière, le vin et le jus de pomme sont produits localement. L'ambition est de ne stocker les produits locaux que dans un délai de cinq ans pour offrir aux hôtes une gamme complète de vins et bières locaux. Cette approche semble être très appréciée par les invités.

