

COMMENT DÉVELOPPER UNE OFFRE OUTDOOR CENTRÉE SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

Témoignages des Communautés de Communes
de Haute Maurienne Vanoise et Maurienne Galibier



Démarche Design thinking

Comment enchainer l'expérience
en remettant le pratiquant
au cœur des projets



FLORIAN

On vous propose de renverser la table...

APPROCHE CLASSIQUE

(de l'offre à l'utilisateur)



TERRITOIRE



OFFRE CRÉÉE



USAGER



TERRITOIRE ENRICH



OFFRE CO-CRÉÉE



BESOINS IDENTIFIÉS

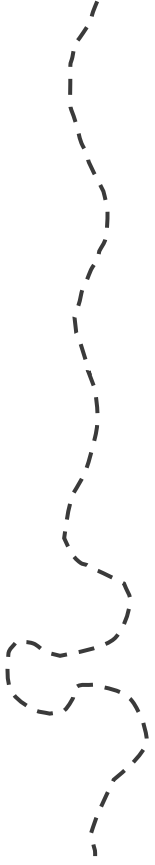


DESIGN THINKING

(de l'utilisateur à l'offre)

Comment définir le design thinking ?

- Un état d'esprit, une boîte à outils plaçant **l'utilisateur au cœur** de la conception de l'expérience
- **Une démarche qui vise à comprendre profondément** ce que les utilisateurs ressentent, vivent et recherchent...

- 
- ...Pour leur proposer des expériences, des produits, des services profondément **adaptés à leurs usages et à leurs désirs**

Une expérience ? Késaco ?

UNE EXPÉRIENCE

C'est une "parenthèse immersive".

Un moment qui engage les 5 **SENS** et génère des émotions.

Elle imprègne en profondeur l'utilisateur, qui en retire des souvenirs mémorables.

RÉCETTE D'UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE

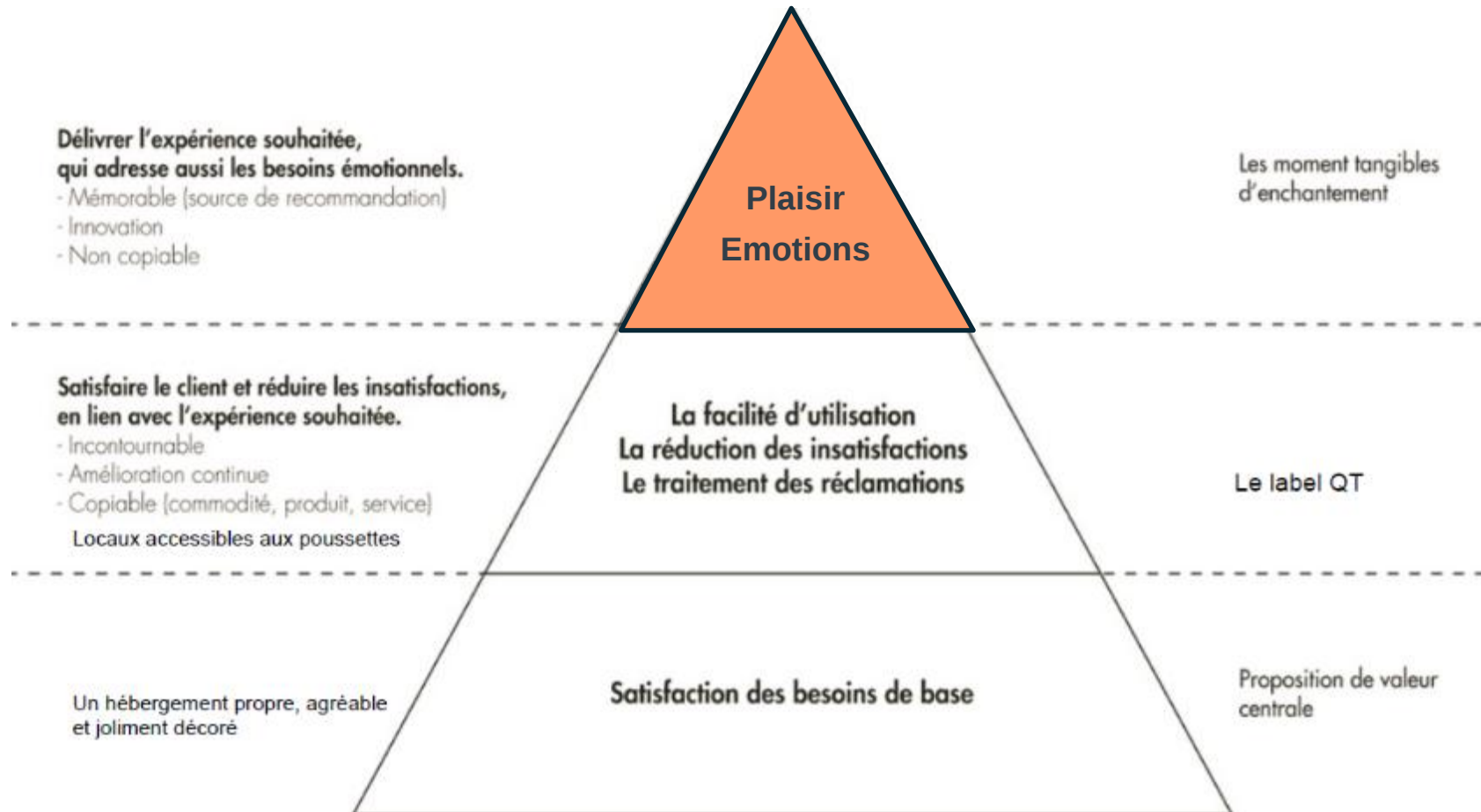
un thème captivant / original,

Des interactions sensorielles et émotionnelles,

Une dimension sociale

Une participation active de l'utilisateur qui va générer une transformation de soi

Une “Expérience” va bien au-delà d’un service de qualité



Laurence Body et Christophe Tallec, *L'expérience client*, Eyrolles 2015

3 NIVEAUX DE SATISFACTION

Avec l'innovation et l'accessibilité de la randonnée comme fil conducteur, Quechua est toujours au rendez-vous et ne cesse de surprendre avec ses produits techniques et malins à la fois. Dans ses bureaux nichés au pied du Mont-Blanc, au plus près des sentiers de randonnée, l'exploration est dans l'ADN de Quechua. La marque porte depuis plus de 20 ans une attention toute particulière à l'accompagnement des sportifs dans leurs randonnées.

C'est dans cette démarche que la marque a imaginé et lancé en 2005 la **tente 2 Seconds** : un nouveau produit sur le marché du camping.

La folle histoire de la tente 2 Seconds débute 2 ans plus tôt ; Jean-François Ratel, alors chef de produit chez Quechua, teste en montagne des produits avec des clients lorsque l'idée délirante d'une tente qui se monte toute seule est évoquée.



“ Je rêve d'une tente
que l'on jette en l'air et qui
se monte toute seule. ”

Jean-François et son équipe n'ont alors qu'une idée en tête : relever le défi. Après plusieurs mois d'études, les premiers prototypes voient le jour et c'est deux ans plus tard que le rêve devient réalité.

La marque de Haute-Savoie commercialise la première tente auto-déployante et autoportante. Un pari fou qui révolutionne le camping et positionne Quechua comme leader sur le marché.

ALEXANDRE P. / Designer tentes et matériel de trekking / Sallanches (Haute-Savoie) »

"Il y a différentes manières d'appréhender le métier, mais pour moi le designer est empathique, il doit proposer des solutions qui allient subtilement fonction et émotion."

LA TENTE

2 SECONDS EASY

ENCORE PLUS FACILE...

... À DÉPLIER



... À REPLIER



... À TRANSPORTER



Dormir à la belle étoile devient encore plus accessible avec la nouvelle tente 2 Seconds Easy ! Grâce à une forme plus dynamique, une structure autoportante brevetée associée à un bouton "poussoir", le montage mais surtout le repliage de la tente s'effectue instantanément et plus facilement. Une fois repliée, la tente se loge dans une simple housse pour plus de compacité afin d'être toujours plus facile à transporter quelles que soient les conditions.

Dotée de la technologie brevetée "Fresh&Black" avec son tissu multi-couches, elle garantit un haut niveau d'obscurité, et cela même en plein jour ou sous une pleine lune, tout en restant au frais.

Enfin et toujours dans un souci de durabilité, les équipes Quechua ont mis l'accent sur la résistance du produit, pour faire de cette nouvelle tente innovante un allié lors des prochaines randonnées.

TENTE 2 SECONDS EASY FRESH & BLACK 2 PERSONNES - 8553541



Imperméable



Résistance au vent
jusqu'à 50km/h
(force 6)



Sans PFC
& technologie
Dope-dye



Pièces réparables



Garantie 5 ans



4.7
KILOS

FRESH & BLACK
FRAICHEUR OBSCURITÉ

Technologie
Fresh & Black
fraicheur et obscurité
garantie

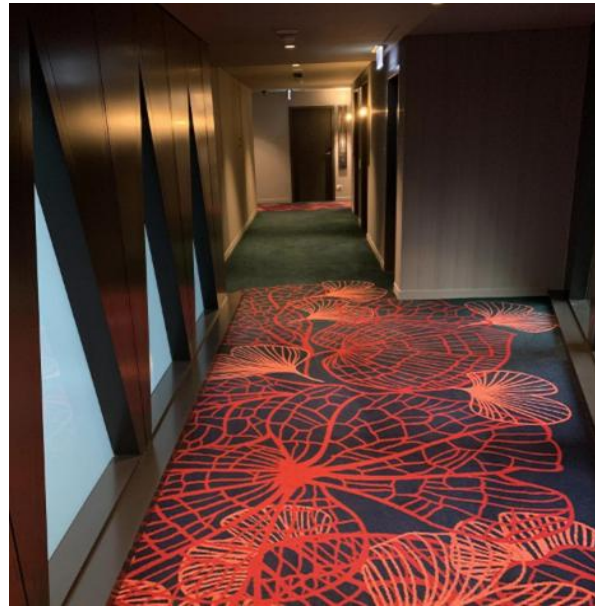
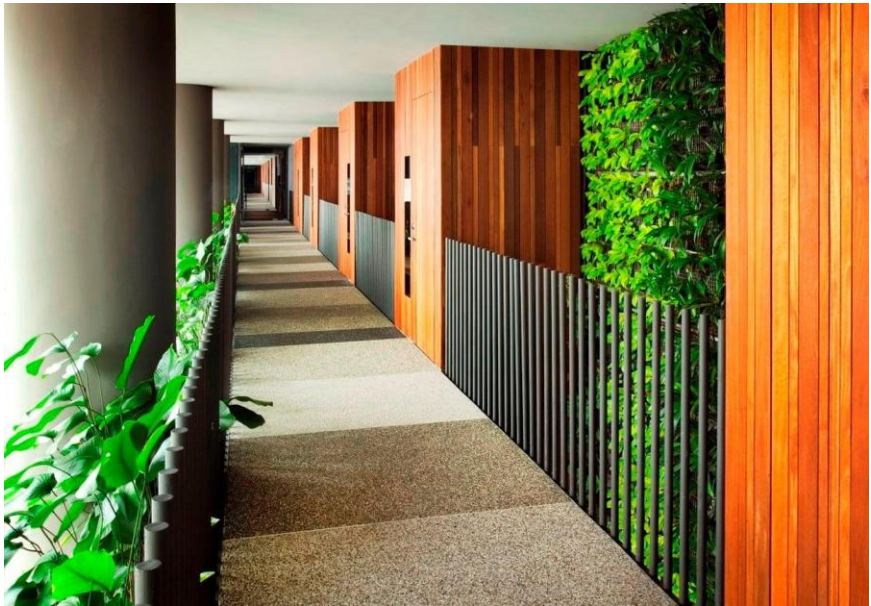
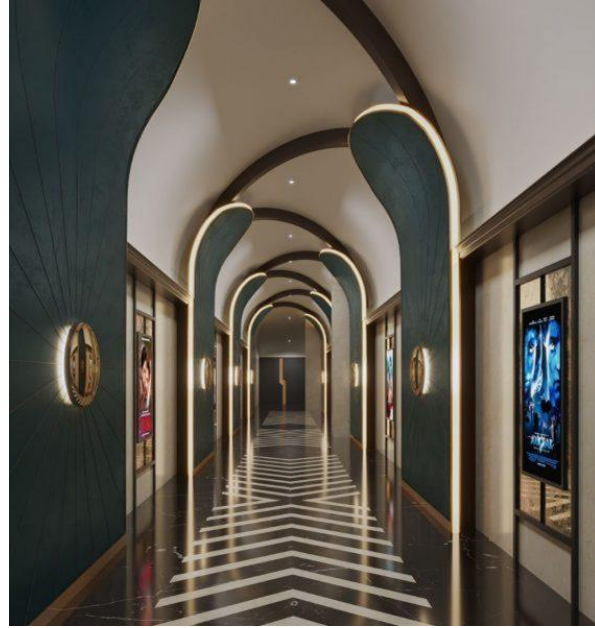
99€

à découvrir en
exclusivité en location
à partir de mi-avril

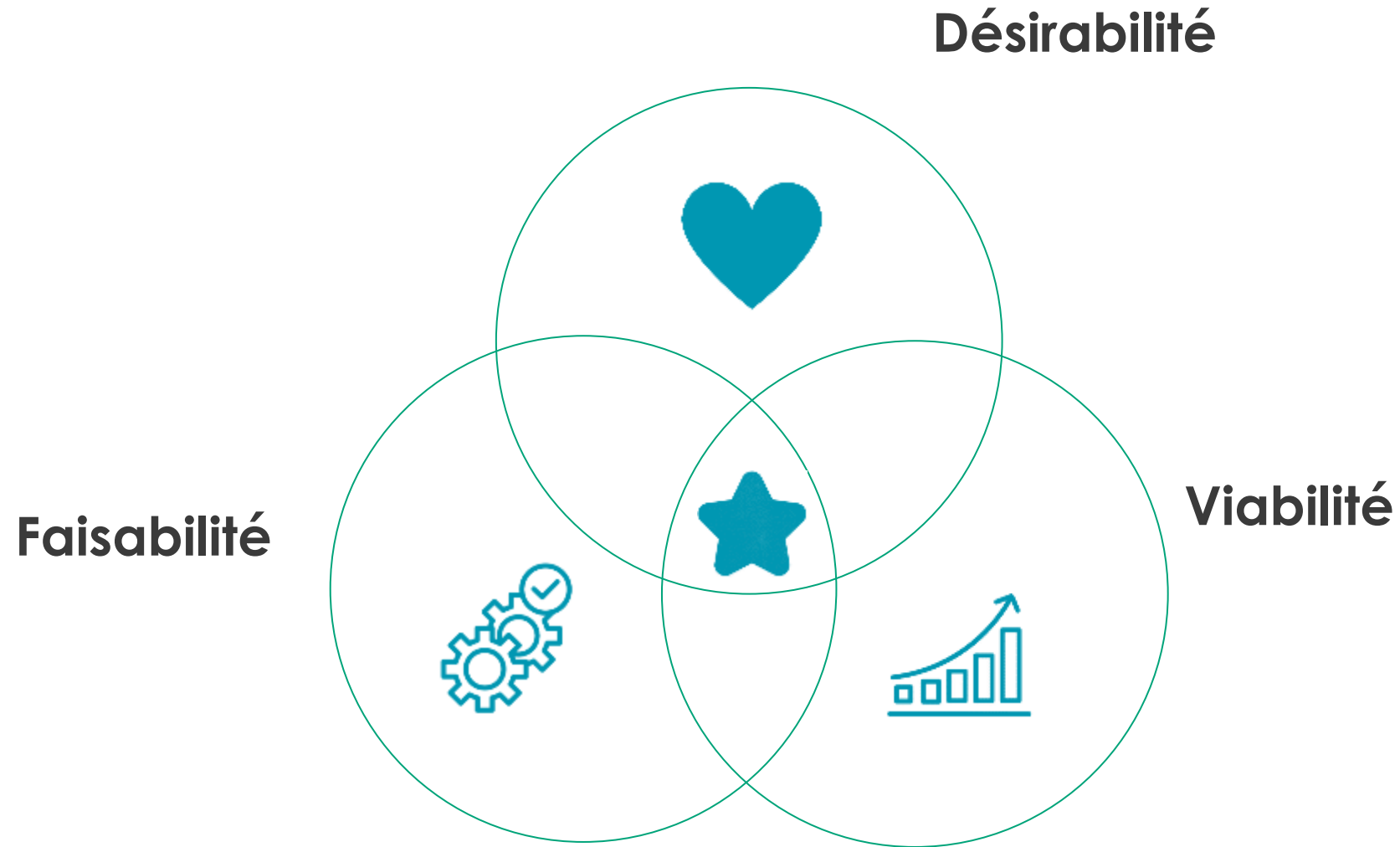
Inspiration



Inspiration

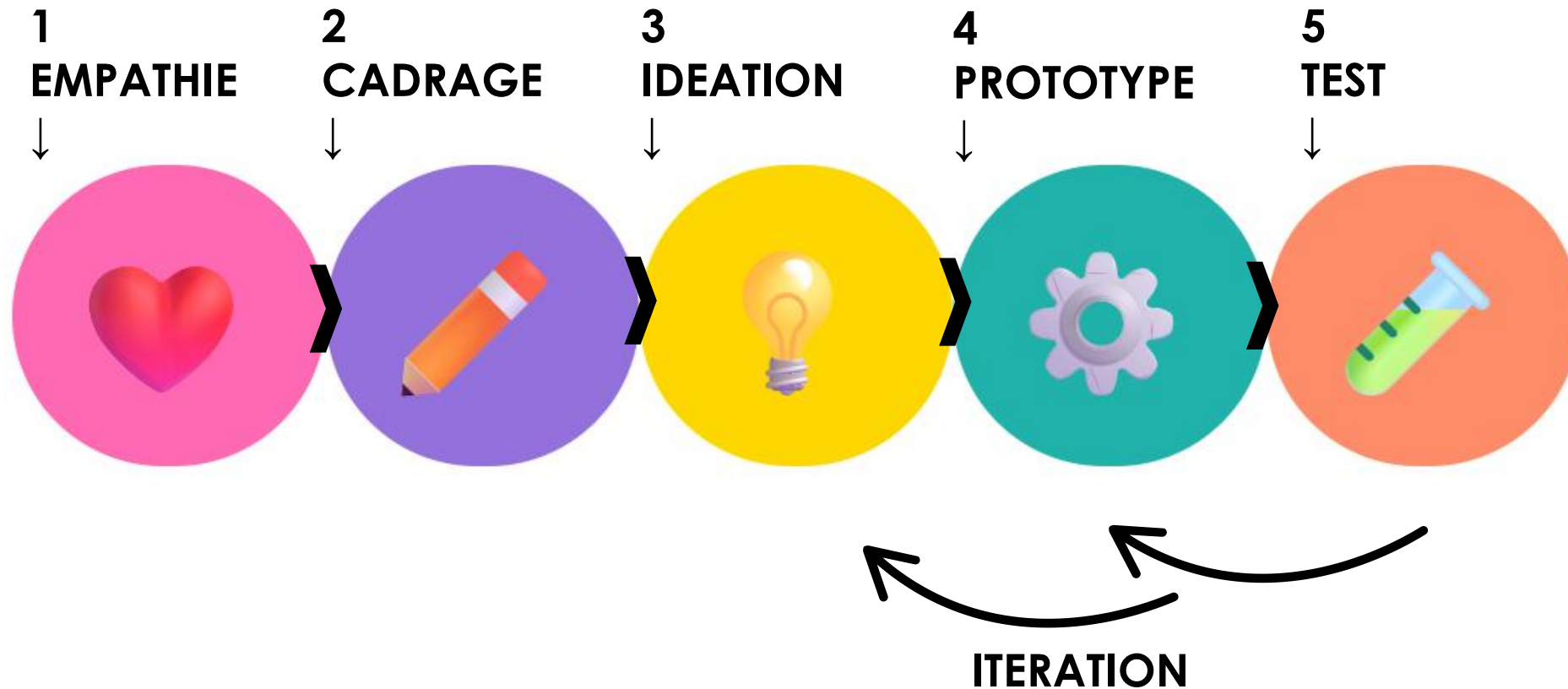


Les 3 piliers du succès



Les étapes & outils du design thinking

Une méthode en 5 étapes





Empathie / Inspiration

- **OBSERVATION** sur le **TERRAIN**
- **PARTIR A LA RENCONTRE** des “**VRAIS**” **GENS**
- **COMPRENDRE, ÉCOUTER**, sans influencer

Cette observation peut être diverse,
l'important est de ne pas intervenir, ni
juger, mais s'imprégner





Définir nos personas



Qui est-il ?

Sa personnalité

Sa pratique
de vélo

Comportement
de voyage

Ses motivations
et attentes

Les freins
et frustrations

Ses outils
au quotidien

Ses autres
passions et loisirs

Mobilités

Sensibilité
environnementale



Parcours client empathique

au fil des pas ...



INSPIRATION

CONCEPTION

RESERVATION

SUR PLACE

APRES !

!



Ce qu'il fait



Attentes



Irritants



Opportunités



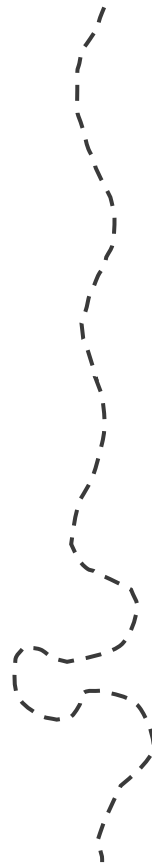
Points de contact



Cadrage : le brief auquel répondre

UNE BONNE PROBLÉMATIQUE

- Part de l'utilisateur
- Exprime une tension
- Cadre tout en restant ouverte
- Garde une dimension émotionnelle
- Inspire pour générer des idées



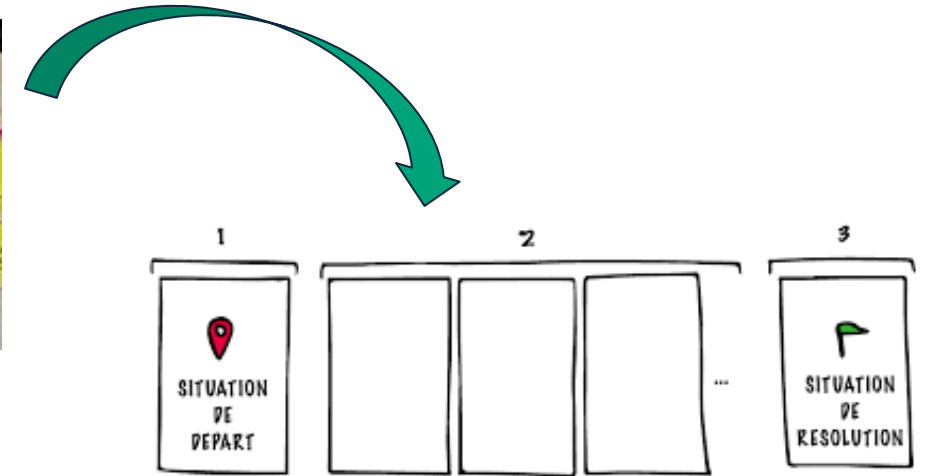
Une question qui synthétise le problème à résoudre



Idéation / Créativité pour enchainer l'expérience

Prototype-Test-Agilité

- Générer un **maximum d'idées, sans se brider**
- **Imaginer une expérience idéale**, une promesse (prototype)
- **La tester et la confronter aux usagers** pour alimenter les réflexions et l'enrichir





Plan d'actions

1^{ER} NIVEAU :

- Gommer les irritants et répondre aux besoins de base

2^{ème} NIVEAU :

- Enchanter l'expérience
- Innover pour aller plus loin dans l'expérience proposée
- Tester, évaluer, enrichir



PRIORISATION DES ACTIONS A COURT, MOYEN, LONG TERME

Témoignage des territoires



1ère partie

Contexte territoire et choix de cette méthode





Haute Maurienne Vanoise

Démarche 2018-2019 et +

- Objectif d'améliorer une Offre VTT existante sur le territoire
- Pas uniquement en terme d'aménagements
- Identifier les points de blocages et les leviers possibles d'amélioration sur toutes les composantes de l'offre



Maurienne Galibier

Démarche 2025-2026

- Stratégie touristique APN
- Souhait de développer une Offre Trail sur le territoire, peu présente et de créer du séjour trail
- Questionnement autour des profils de traileurs à cibler et des actions à mener
- Accompagnement par Agate, co-construction de la démarche en équipe

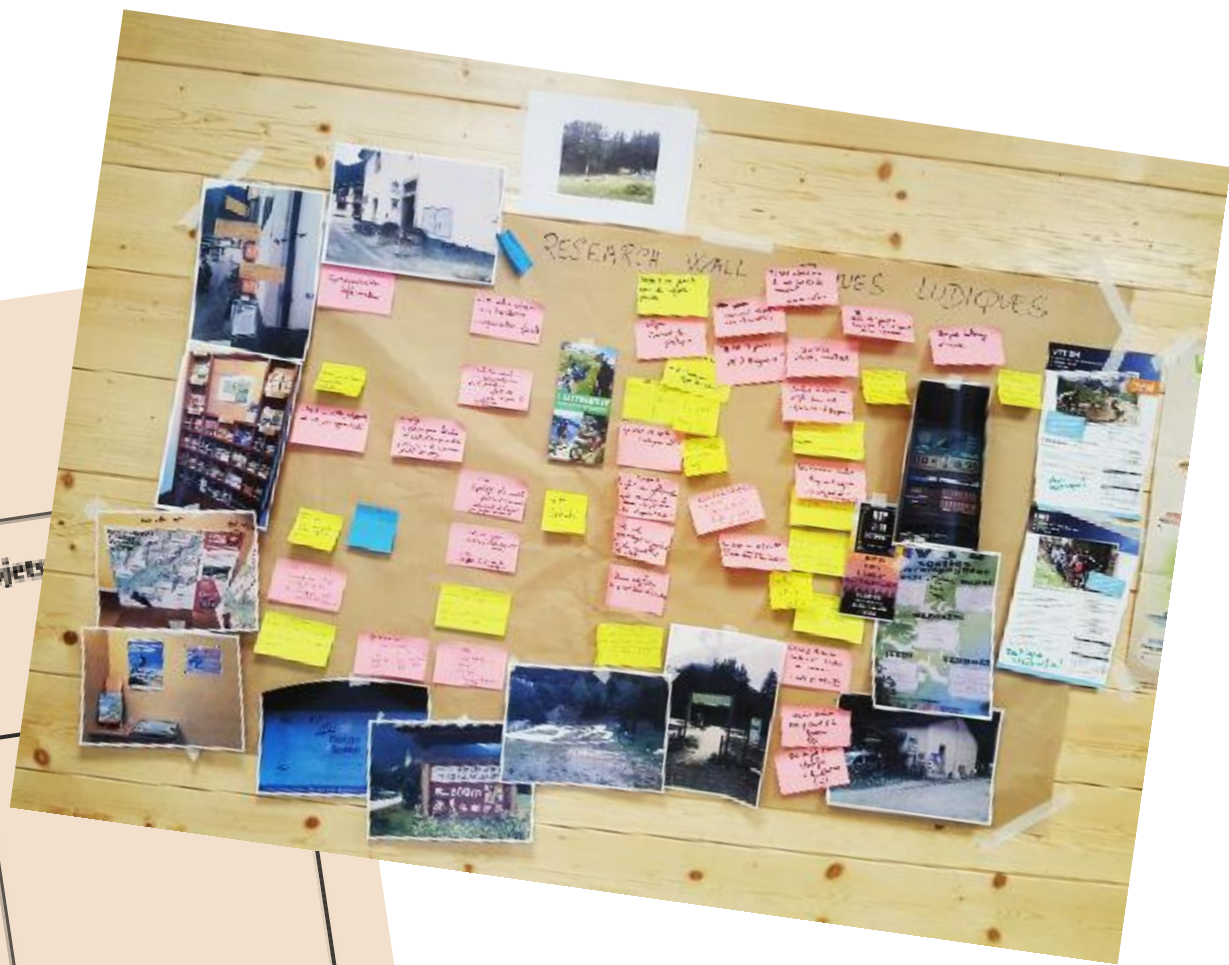
2ème partie

Application de la démarche à leurs projets



Empathie : observation et enquêtes quali auprès des pratiquants

Grille d'observation			
Moment clé observé :		Horaire :	
Lieu :	Activité	Environnement	Interactions
Personnage(s) en présence (utilisateur principale et autres intervenants)			



Interview semi-directive

Lieu de la rencontre :

Pour mieux vous connaître... VOUS Age, sexe, profession, situation matrimoniale VOTRE PRATIQUE DU VTT (en général) Type de pratique du VTT (enduro, cross-country, all terrain, espaces ludiques...) Niveau estimé Le VTT dans votre séjour en Haute Maurienne Vanoise (motivation principale du séjour ? pratique quotidienne ou occasionnelle ? c'est une découverte ? un bonus pendant les vacances ? autres ?)	
---	--

Empathie : interviews ciblées auprès de pratiquants

- Une cinquantaine de personnes
- Profils variés (hommes femmes ; de 20 à 60 ans...)
- Destination : du local au national
- Individuel téléphonique 1h
- Sur l'évènement Galibier



introspection
décompresser
évasion
aérer
reconnexion
vivre
santé
liberté
seretrouver
contemplation
philosophie
déconnexion
évacuer
lacher prise
apaisé
bien-être
méditation

Enseignements de cette phase d'écoute et d'analyse des clientèles



Exemple de trois idées reçues tenaces qu'il nous a fallu déconstruire...

LA PERFORMANCE À TOUT PRIX ?

LE BALISAGE SPÉCIFIQUE, UNE NÉCESSITÉ ?

LA SEMAINE DE TRAIL, OBJECTIF ULTIME ?

Enseignements de cette phase d'écoute et d'analyse des clientèles

- Tendance initiale à mettre tous les pratiquants dans le même paquet
- Or en allant à leur rencontre, en les interrogeant, prise de conscience d'une forte diversité (pratique, profil, mode de vie, attentes ...)



Les personas VTTistes

Marc et Elodie
Couple découverte

[illegible]

Benoit et Sandrine
Lea, baptiste et Léo
Famille sportive ados

Florian
Vttiste enduro
allmountain



MOOD BOARD

Desire
Profiter maxime
à la montagne
avec le beau temps
pendant un week-end d'été

Décalé du tonneau
et bien sûr des pâtes
#9
Une fête en famille
revoir en famille
boules d'été - cake
#9 #9 #9

BERTRAND
43 ans
Touche 2
La chaise sup en
Alsace

des nées amies
direction Le moulin
et on maitre jusqu'en

Marie 45 ans
Opéra de la justice
Jubilée
Dons.

MITE ESTER
→ ACTIVITES famille
→ ACTIVITES enfants

SE REPOSER
Etre au
calme
car on est
sereni de
La nature (différent de Lyon)

on vit à Lyon
dans le bruit
on s'efface.

on distoste
à l'embrouille sur la
logistique des vacances
→ on c'est compliqué
on a fait pas à place B

influence sur le choix
du village de destination
SARVIERES

Achat récent : la porte velo
pour la vélos des enfants

Pour trouver l'infos :

- au retour du week-end :
→ site net OT CCMH
- facebook g'aise
→ OT CCMH
- en début de séjour : visite or
par offre activités d'aut vtt
(contes, lundis...)
- téléphone
pour résa VTT à Besançon

Projet antique
transport :
- remorque
- voiture perso
→ Parcours à Chantemerle
la dépe
pour faire la famille ensemble
plus simple, avec nos enfants
on a pu venir visiter
la belle ville de Besançon

**Bertrand et Karine,
Juliette, Tom**
Famille multiactivités
jeunes enfants

Les personas Traileurs



MARGOT

PROFIL

- 25 ans
- Sans enfant
- Jeune actif
- Habite en agglomération
- Revenu limité

Recherche un équilibre entre activité sportive et peu d'impact nature, se déplace à vélo la semaine

MOTIVATIONS

- Dépassement ●●●●○
- Se challenger ●●●●●
- S'évader ●●●●○
- Courir en montagne ●●●●○
- Performance ●●○○○



ALEX

PROFIL

- 38 ans
- En couple, avec ou sans enfants
- Profession intermédiaire
- Revenus moyens

Aime se challenger courir sur les traces d'un événement majeur ou se préparer à une compétition

TECHNOLOGIE UTILISÉE

MOTIVATIONS

- Dépassement ●●●●●
- Se challenger ●●●●●
- S'évader ●●●○○
- Courir en montagne ●●●●●
- Performance ●●●●○

MANIÈRE DE PRATIQUER

- 4 à 6 sorties par semaine
- Confirmé / expert
- Court seul
- Adhèrent à un club (licence)

En mode entrain des séances courtes avec des objectifs progression pour un certain niveau à un moment clé. Plan d'entrainement en séance d'entrainement pas d'imprévu

CLUB, SECTION HORS STADE

PROFIL

Club d'athlétisme proposant une section hors stade ou club dédié à la pratique du trail.

La section trail se compose d'un groupe de 15 à 30 personnes, exclusivement des adultes, de tout âge. Nous proposons deux à trois séances d'entraînement encadrées par semaine : une à deux séances spécifiques/techniques et une sortie longue (12h le week-end).



Sylvaine, entraîneuse au Club d'athlétisme Les Grandes Foulées

PETIT TOUR OPÉRATEUR LES INFLUENCEURS

PROFIL

Personne indépendante qui crée et organise un ou plusieurs séjours trail en France visant à rassembler des personnes autour d'une passion commune dans un cadre convivial pour les faire découvrir un territoire.

Séjour de 2 à 3 jours, groupe d'une quinzaine de personnes de niveau modéré

Nous proposons des séjours trail conviviaux pour partager notre passion et vous faire découvrir des endroits authentiques



Élodie, Influenceuse et fondatrice de l'agence "Horizon Single"

TOUR OPÉRATEUR LES SPÉCIALISTES DU TRAIL

PROFIL

Agence spécialisée dans la création et l'organisation de stages et séjours trail principalement en France, mais aussi à l'étranger.

Nous proposons une gamme variée:

- week-end choc, séjour, itinérance...
- De 3 à 7 jours, mais 95% de nos séjours sont sur 3 jours.
- Niveau de gamme variée: 300 à 600 € pour 3 jours (hors transport)

Notre point fort : une équipe d'encadrants passionnés : coureurs expérimentés formés au secours en montagne. Accompagnateurs en montagne et spécialistes du trail, coureurs élités, coachs et nutritionnistes.



Mathys, Co-fondateur de Natur'events

Moodboard Persona Margot



SE DEPASSER MAIS DANS LE PLAISIR



MULTI- ACTIVITES

PLEINE NATURE



BUDGET LIMITE



DECOUVRIR DE NOUVEAUX HORIZONS



DESTINATION AUTHENTIQUE



L'EAU POUR SE RESSOURCER

LIMITER SON IMPACT – RESPECTER L'ENVIRONNEMENT



DECOUVERTE TERROIR ET PATRIMOINE





MARGOT



PROFIL

25 ans
 Sans enfant
 Jeune actif
 Habite en agglomération
 Revenu limité

Recherche un équilibre entre activité sportive et peu d'impact nature, se déplace à vélo la semaine

MOTIVATIONS

- Dépassement ●●●●○
 Se challenger ●●●●●
 S'évader ●●●●○
 Courir en montagne ●●●●○
 Performance ●●○○○

MANIÈRE DE PRATIQUER

- 2 à 3 sorties par semaine
- Intermédiaire à confirmé
- Court en groupe
- Multi-activités
- Fait jusqu'à 1h de route pour la sortie du Week-end

SÉJOUR IDÉAL

- Avec des amis
- Sur un week-end
- Découverte d'un nouveau massif, se dépayser
- Hébergement accessible / bons plans
- Destination authentique
- Activités diverses
- Impact limité

CANAUX DE COMMUNICATION



S'inspire sur les réseaux sociaux et plateforme communautaire recherche de bons plans ; visite les communautés la semaine pour trouver des bons plans le Week end

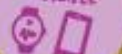
ÉVÉNEMENTS

- 4 / 5 par an
- Format 15 - 20 km
- Ambiance / convivialité (encouragements le long de l'itinéraire)
- Multi-activité dans l'événement (raid) parfois
- Partager un moment familial / entre amis
- Peut prolonger sur 2-3 jours
- 4-5 heures de route

SORTIE IDÉALE

- Beauté / Panorama / découvrir de nouveaux lieux
- Technicité et dénivelé mais toujours dans le plaisir
- Diversité de paysage / Nature préservée
- Partage entre amis

TECHNOLOGIE UTILISÉE



LE SÉJOUR IDÉAL DE MARGOT



EN AMONT ELLE S'INFORME ET CONSULTE :

Les plateformes Rando : visio rando; altitude rando; geoportail; carte IGN

Les plateformes communautaires : Komoot

La page web et réseaux sociaux de la destination (Facebook + Instagram) : promouvoir idées séjour + infos parcours



L'HÉBERGEMENT QU'ELLE RECHERCHE :

Hébergement simple mais authentique : Air BnB ; Appart ; Gîte ou Camping (tente ou bungalow)

Autonomie sur la nourriture

Pour 2 nuits (vendredi et samedi)

Capacité : 3 ou 4 copines (1 voiture)

Pas trop cher / budget limité

Logement facilement accessible en navette depuis la gare (pouvoir ensuite se débrouiller sans véhicule) / sensibilité à l'environnement et budget

Camping avec piscine

LES PETITS +



LES PARCOURS QU'ELLE RECHERCHE :

15-30 km | 500 m à 1200 m de D+ | 3 à 6h

2 parcours à minima : 1 journée costaud + 1 journée « Chill »

Parcours avec traces GPX téléchargeables

Idéalement bien balisés en rando

Sur single au profil varié favorisant la découverte : forêt, alpages, villages, patrimoine...

Nature préservée / ambiance sauvage

Beaux panoramas / idéalement en Balcon / cela peut être un peu technique ou alpin (moins qu'Alex quand même) ; le tout est de le savoir

Secteurs peu fréquentés (loin de la foule)

Hors des pistes aménagées et des remontées mécaniques

Hors zones à patous

Hors zones à risque de névés (en Juin) : info praticabilité en amont

Points de départ facilement identifiables

Points d'eau sur l'itinéraire (gourdes filtrantes)



AU-DELÀ DES SORTIES TRAIL, ELLE APPRÉCIE... :

Multi-activités : via ferrata, vélo route et VTT, canyoning, rafting, escalade (on bouge à notre âge !)

Découverte territoire : visite de ferme ; découverte patrimoine (fort, église) ; beau point de vue (apéro coucher de soleil...)

Se prélasser au bord ou dans l'eau (rivière, lacs, piscine, pas de spa c'est trop cher)

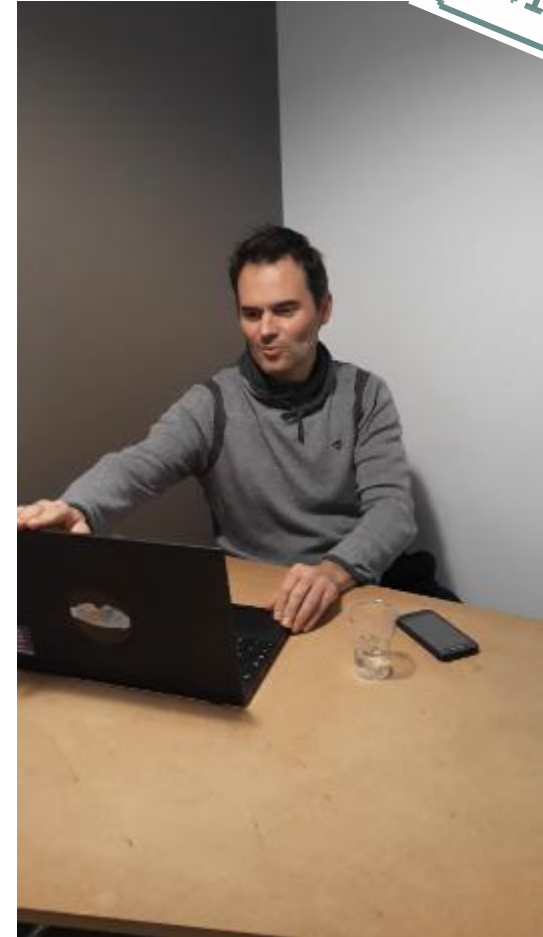
Un bar sympa pour boire un verre : si possible ambiance festive ; petit événement concert

Resto terroir à prix abordable (1 pendant le séjour)

Magasin de produits locaux à prix abordable

Phase de créativité, idéation

On enchante l'expérience!



La créativité au cœur de la Démarche



Le quizz

DESTINATION TRAIL

Quelle cible vous correspond ?

Ce quizz vous aide à identifier les clientèles trail que votre territoire ou votre structure peut accueillir : non pas une seule, mais plusieurs, selon vos atouts réels.

Comment jouer ? Cochez toutes les réponses qui vous correspondent. Chaque réponse renvoie à une lettre : **A, B, C ou D**. À la fin, comptez vos lettres : lettre majoritaire = clientèle prioritaire ; 2^e lettre = clientèle secondaire

1 Quelle atmosphère offre votre destination ?

- A** Panoramas et nature préservée pour s'évader du quotidien
- B** Massif sauvage et sommets emblématiques pour se challenger entre amis
- C** Convivialité et esprit de groupe pour se perfectionner et préparer son objectif
- D** Destination authentique et accessible pour s'initier à la haute montagne

2 Quelles ambiances de parcours pouvez-vous offrir ?

- A** Parcours en balcon préservés
- B** Parcours techniques et sauvages pour se challenger avec lac et sommet
- C** Parcours diversifiés avec d+ et plusieurs variantes pour groupes
- D** Itinéraires emblématiques accessibles

3 Quel type d'hébergement proposez-vous ?

- A** Hébergement simple et authentique, budget maîtrisé
- B** Chalet / appart de caractère et confortable avec vue
- C** Gîte de groupe camp de base avec espace convivial et bon accueil pour 15 à 30 personnes
- D** Résidence ou gîte confort avec accueil chaleureux, repas et services adaptés pour 15 personnes

4 Quels niveaux d'accompagnement pouvez-vous offrir ?

- A** Autonomie simple & infos essentielles
- B** Inspiration & suggestions personnalisées
- C** Accompagnement local pour groupes
- D** Accompagnement structuré pour séjours organisés

5 Quel est votre niveau d'accessibilité ?

- A** Mobilité douce et accès simple : Gare + navette
- B** Accès voiture pratique et fluide : Parking clair
- C** Accès groupe et départ basket aux pieds : Parking minibus
- D** Accès premium pour séjours organisés : Gare TGV + navette

6 Quelles sont vos activités complémentaires ?

- A** Multi-activités (vélo, rando, via ferrata) / découverte terroir
- B** Culture locale, restos terroir, bière locale, baignade torrent...
- C** Convivialité et festivités
- D** Culture locale et récupération

GRILLE DE RÉSULTATS

Quel profil attirez-vous ?

- A** Margot, le trail comme échappée belle
- B** Alex, se dépasser et partager la montagne
- C** Les Clubs : le groupe sportif en quête de "weekend choc"
- D** Les TO spécialisés : les séjours organisés & premium



Dynamique de travail avec le réseau d'acteurs



3ème partie

Résultats, enseignements et perspectives



Concrétisation : 1^{er} stage commercialisé sur l'Adret

La publication "Insta" correspond parfaitement aux moodboards du persona ("petit TO") imaginé !

