



Saint-Emilion Tourisme

# PRÉPARER SA VISITE GUIDÉE

Pour voir nos échanges, cliquez ici : <https://vimeo.com/519954909>

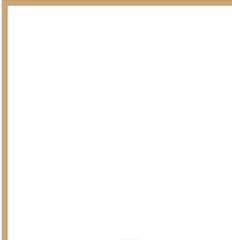
Votre structure, votre visite et votre manière de la faire vivre sont **uniques**.

Ainsi, nous vous proposons des pistes pour développer ou adapter vos visites guidées **à votre image**, et des conseils à transmettre aux guides qui assureront ces visites. On ne peut pas être parfait.e, mais on peut faire de son mieux !

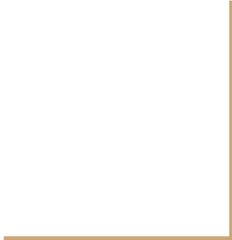


Et n'oubliez pas, l'**accueil** que vous réservez au public et le **contact** que vous créez

sont aussi importants que le contenu de votre visite !



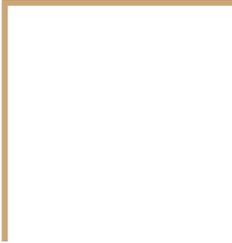
Pourquoi et pour  
qui ?



## Pourquoi et pour qui ?

- **Quelle(s) cible(s) ?**  
→ **Que recherche ce public ? Quels sont ses besoins / attentes ?**
- **Quels sont vos objectifs ?**
- **Que souhaitez-vous transmettre ?**
- **De quels moyens disposez-vous ?**
- **Qu'êtes-vous prêt.e.s à mettre en place ?**





# Concevoir *sa* visite



## Concevoir sa visite

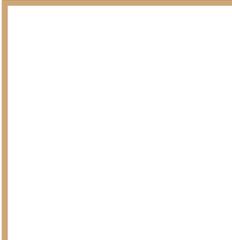


- **S'adapter** au public visé : adultes [groupes d'amis, croisiéristes, individuels...], enfant [familles, scolaires], personnes en situation de handicap [moteurs, visuels, auditifs, cognitifs]...  
→ Suggestion : concevoir plusieurs visites selon le type de public visé
- Définir le **contenu**  
→ Quel type de visite souhaitez-vous mettre en place ? Classique, ludique, contée, costumée, théâtralisée, randonnée...  
→ Architecture, histoire, vignoble, anecdotes, etc.  
→ Anticiper les questions ou lister les plus fréquentes afin d'inclure les réponses à celles-ci dans le discours  
→ Les outils/expériences que vous pouvez mettre en place : photos, objets à présenter, tablettes, panneaux explicatifs, ateliers etc.
- Définir une **durée de visite** en tenant compte du temps pour les questions, les déplacements, votre logistique

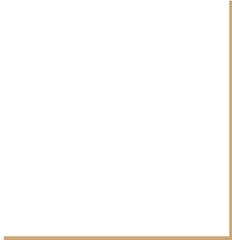
## Concevoir sa visite

- Définir le **parcours** de visite
  - Logique et compréhensible (chronologique, thématique, etc.)
  - Éventuellement prévoir des lieux de pause/assises
  - Sécurité
- **Rédiger** la visite ou une trame de visite
- **Testez** votre visite avec des proches, ils peuvent être de bon conseil !





Mener *votre* visite



## Mener votre visite

- **Accueil** des visiteurs
  - **Sourire** (même derrière le masque cela se voit!)
  - **Se présenter** et parler de son rôle dans la structure
  - Présenter la structure ou la prestation
  - Option : résumer le déroulé de la visite
- Interroger le **niveau de connaissances** de votre public
  - Questionner : ont-ils déjà visité des lieux similaires ? Savent-ils comment le vin est produit ? Que savent-ils cette période historique ?
  - Observer les réactions tout au long de la visite
- Rendre le **discours accessible**
  - Ce qui est évident pour vous ne l'est pas forcément pour le public
  - Expliquer le vocabulaire technique
  - Partir d'un élément visible pour entreprendre une explication
  - Aller du général au particulier



## Mener votre visite

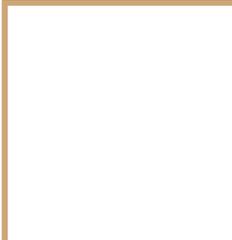
- **Gérer la durée de la visite**
  - Avant le début de visite : les clients ont-ils un impératif horaire ?
  - Si besoin : synthétisez, allez à l'essentiel... Déculpabilisez de ne pas TOUT dire !
- **Gérer le groupe**
  - Donner des consignes de déplacement / positionnement / sécurité
  - Se positionner judicieusement par rapport au public : s'il est plus évident de se placer face à un groupe, vous pouvez tout à fait mener une visite aux côtés de vos client.e.s s'ils ou elles sont 2 ou 3.
- **Gérer le niveau de voix**
  - S'assurer d'être entendu.e de tout le groupe
  - Osez proposer à celles et ceux qui le souhaitent de rester près de vous (problèmes auditifs ou autre)
  - Parler face au public
  - Tenir compte des bruits environnants, la résonance, le vent, la taille du groupe, ne pas parler en se retournant...



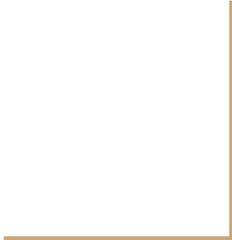
## Mener votre visite

- **Les questions**
  - Répéter la question posée à l'ensemble du groupe avant de répondre
  - Si vraiment une question est posée à un moment inopportun, osez dire que vous y répondrez plus tard
  - A l'inverse, certaines questions permettent de développer le discours
- Rester **attentif.ve** aux réactions du public
- Adapter le **niveau de langage** et le **ton**
  - à l'**image de la structure**, aux clients





Faire *vivre*  
votre visite



## Faire vivre votre visite

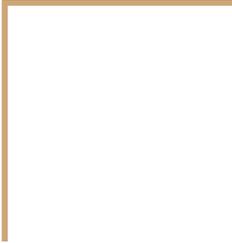
- **Interroger** dans le but d'introduire des idées  
→ "D'après vous, à quoi sert cet objet ?" "Comment se réalise tel processus ?"
- Donner des **exemples imagés** qui parlent à un grand nombre de personnes  
→ Exemple : image de la cafetière électrique pour illustrer les remontages
- Solliciter les sens  
→ Utiliser des **éléments visuels, audios, tactiles**  
→ Selon les possibilités, proposer de **goûter, toucher, sentir, écouter...**

➡ Les visiteurs sont physiquement et intellectuellement **stimulés**, donc mieux **impliqués** dans la visite

➡ Ils **s'intéressent** et **intègrent** mieux

➡ La visite est aussi, au moins en partie, naturellement **adaptée** au plus grand nombre : enfants, personnes ne maîtrisant pas totalement la langue, personnes ayant des difficultés pour voir, entendre, comprendre...





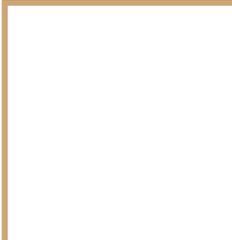
A éviter...



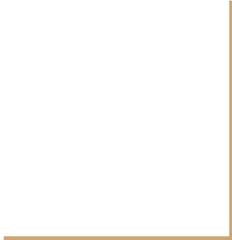
## A éviter

- Se faire **accaparer par une seule personne**
- Demander en **permanence s'il y a des questions**
- Les **répétitions** et les **tics de langage**
- Parler de ce que l'on ne peut pas voir et **donner l'impression que les visiteurs ratent quelque chose**
- Rappeler que **l'on est pressé.e**  
→ Vous avez une visite juste après ? Le groupe a un impératif horaire ? Il était en retard ? Allez à l'essentiel, faites en sorte que les clients **profitent sans se soucier de la logistique** dont ils ne sont pas toujours responsables.
- Les termes techniques sans explication et les **raccourcis**  
→ la "malo", la "mise"...
- Parler à un groupe en se déplaçant ou **dos au public**





Pour aller  
plus loin



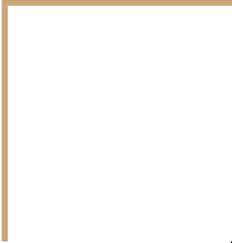
## Pour aller plus loin

- **Faire évoluer sa visite**
  - Prendre en compte les retours et avis clients
  - Visiter des sites similaires au vôtre
  - Suivre toutes sortes de visites guidées
- **Transmettre et former**
  - Vérifier et sourcer les informations
  - Créer un fonds documentaire
  - Rédiger les visites
  - Définir un.e référent.e “visite”
  - Accueil de nouveaux guides : leur proposer une visite détaillée, leur faire suivre plusieurs visites en compagnie de clients



*Lors de votre adhésion, vous avez choisi un Pack 3 ? L'office de tourisme vous propose un accompagnement à la visite guidée.*





Tous à vos  
questions !

- *nous sommes là pour  
y répondre* -

