

CHAMBRES D'HÔTES

Développer ses ventes le plus en direct possible



Les habitudes de consommation ont évolué, les études montrent (ou prouvent) que les internautes se dirigent de plus en plus vers la réservation en ligne. Aujourd'hui Internet est devenu indispensable dans le domaine du tourisme et notamment pour la réservation des hébergements en ligne. La création d'un site internet avec la réservation en ligne est un facteur de réussite au bon développement commercial de l'entreprise. Il s'agit de répondre aux attentes des internautes qui ont pris l'habitude de consommer en ligne sur leur ordinateur ou leur téléphone.



Des européens préparent leurs vacances sur la toile



Des clients repèrent un établissement sur une plateforme de distribution puis vont visiter le site web de l'établissement



Des réservations d'hébergements sur la place de marché départementale se passent entre 20h et 8h.

QUE RECHERCHE LE CLIENT SUR LE SITE WEB D'UNE CHAMBRE D'HÔTES ?





CHAMBRES D'HÔTES - Développer ses ventes le plus en direct possible

LES POINTS CLÉS POUR AVOIR UN SITE PRO ET VENDEUR

RASSURER L'INTERNAUTE

Le site doit donner envie de réserver en répondant à des critères esthétiques actuels, apporter de la réassurance et aller à l'essentiel : « Site officiel » « Meilleur prix garanti » « Paiement sécurisé » « Contact direct ». Sans oublier la règle des trois clics, c'est-à-dire que pour trouver une information quelle qu'elle soit, il faut que l'internaute ne clique pas plus de 3 fois.

INCITER À LA RÉSERVATION EN DIRECT SUR SON SITE

95% des clients pensent qu'un site internet d'un hébergeur doit impérativement donner la possibilité de réserver en ligne. Le bouton « Réserver » doit être très visible, de préférence en haut à droite du site, ce qui lui permet d'être repéré très facilement. La qualité et le design du moteur sont extrêmement importants.

AVOIR UNE VRAIE STRATÉGIE DE PRIX

Un site marchand est un site qui affiche clairement ses prix ! Être moins cher sur son canal direct est un argument fort dans le choix final. Proposer un « petit plus » à ses clients qui réservent en direct. Ex : Offres promotionnelles temporaires, 5% de réduction avec un code promo, petit cadeau de bienvenue adressé à ceux qui réservent en direct.

ÊTRE TRANSPARENT SUR LES CONDITIONS D'ANNULATION

Selon une étude menée par Booking en 2020 auprès de plus de 20 000 voyageurs, 71% d'entre eux déclarent qu'ils attendent plus de transparence sur les conditions d'annulation et sur les processus de remboursement. Le meilleur moyen de rassurer les clients est de donner des informations précises sur les règles d'annulation. Les mettre en évidence sur le site web, dans les conditions générales de vente et sur les documents contractuels remis au client lors de sa réservation. Ex : Annulation gratuite jusqu'à la veille de votre arrivée ; Non annulable, non remboursable

VALORISER L'EMPLACEMENT DE L'HÉBERGEMENT

Faciliter la découverte de la destination en situant clairement l'emplacement de l'hébergement en ligne. Positionner l'hébergement au centre de tout à partir duquel tout est accessible. Indiquer la distance entre l'hébergement et les sites incontournables du territoire. Ex : 20mn du château de Foix, 10mn des sentiers de randonnée... Penser également à ceux qui n'ont pas de moyen de déplacement, indiquer la distance entre l'hébergement et les moyens de transports accessibles.

METTRE EN SCÈNE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Avoir de beaux visuels (photos, vidéos) est aussi important que les avis client. Ils jouent un rôle décisif dans le choix d'un hébergement. Le client d'aujourd'hui apporte toute son attention aux avis et à l'expérience vécue par les autres clients. Tirer profit du fait que vos clients diffusent de belles photos de leur expérience sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram...) en les repartageant. L'objectif : enrichir les différents supports de communication de l'établissement et renforcer le sentiment de partage et de convivialité.

PENSER MOBILE

Les réservations via smartphones augmentent de plus en plus chaque année. Le mobile est même devenu le principal canal de réservation de dernière minute ! Mobile first est le nouveau standard lors de créations de sites internet.

CONNAÎTRE LES BASES D'UN BON RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Le référencement naturel, c'est la capacité qu'a un site web à se faire référencer par d'autres, de façon « naturelle ». En effet, pour cela, il faut bien travailler le contenu du site, les textes, l'URL, les titres, la compatibilité mobile, le Https, la qualité du code html...



CHAMBRES D'HÔTES - Développer ses ventes le plus en direct possible

LES POINTS CLÉS POUR DÉVELOPPER LES VENTES SUR SON CANAL DIRECT TOUT EN ÉTANT PRÉSENT CHEZ LES DISTRIBUTEURS EN LIGNE

AVOIR UNE PAGE GOOGLE MY BUSINESS À JOUR

La fiche Google My Business est l'identité de la structure en ligne. Elle permet d'afficher gratuitement le numéro de téléphone, le site web, la localisation, les horaires d'ouverture, les photos et les avis clients. C'est la première page que le client voit sur internet suite à sa recherche de la structure en ligne. Il est très important d'avoir la main sur cette fiche et de la tenir à jour.

BIEN GÉRER SA DISTRIBUTION SUR LES CANAUX DE DISTRIBUTION

Les études montrent que 66% des clients repèrent un établissement sur une plateforme de distribution puis se rendent ensuite sur le site web de l'établissement. C'est ce que l'on appelle l'effet « Billboard ». L'objectif est de tirer profit des OTA (agences en ligne) pour gagner en visibilité. Privilégier un système de vente en ligne qui permette d'alimenter différents canaux de distribution à partir d'un seul et même planning (Channel manager).

ÊTRE PRÉSENT SUR LES COMPARATEURS DE PRIX

Pour favoriser les ventes en direct, relier son système de vente en ligne aux comparateurs (ex : TripAdvisor, Trivago, Kayak, Google Hôtel Ads...) L'intérêt des comparateurs : ils proposent des solutions pour intégrer l'établissement parmi la liste des sites de réservation, au même titre que les OTAs (agences en ligne).

AVOIR UN GAGE DE QUALITÉ ET LE FAIRE SAVOIR

Être classé en étoiles ou être labellisé est une garantie officielle de qualité de service et de confort pour les clientèles françaises et internationales dont les exigences sont de plus en plus élevées. Le mettre en avant sur ses supports de communication est un atout. Être présent sur les sites institutionnels renforce également le sentiment de réassurance. La labellisation ou le classement en étoiles est aussi un critère obligatoire pour être visible sur le site officiel de l'agence de développement touristique www.ariegepyrenees.com.

SOIGNER SA E-RÉPUTATION

Les voyageurs d'aujourd'hui font autant de confiance aux avis clients qu'aux recommandations personnelles. Être présent et répondre aux avis clients permet de démontrer clairement aux clients existants et potentiels toute l'importance qu'attache l'établissement à leurs commentaires et à la qualité des services.

FIDÉLISER SES CLIENTS ET SOIGNER SA RELATION CLIENT

Profiter des occasions de collecte de données (réservation par téléphone, sur place, durant le séjour, au départ...) pour constituer/enrichir un fichier clients. Envoyer un message personnalisé aux clients (prolongation d'une offre, tarifs préférentiels, vœux de fin d'année...) permet de renforcer le sentiment de privilège et de garantir des réservations en direct.

BON À SAVOIR

CANVA

L'outil gratuit pour créer de nombreux supports de communication (logo, flyers, affiches, carte de visite...)
- www.canva.com

PORTFOLIO ARIÈGE PYRÉNÉES TOURISME

Une sélection de photos pour les professionnels du tourisme.
- www.pro-ariegepyrenees.com

Sources données chiffrées : Coach Omnium, Id-Rezo, Blog Eloha