

HÔTELLERIE

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

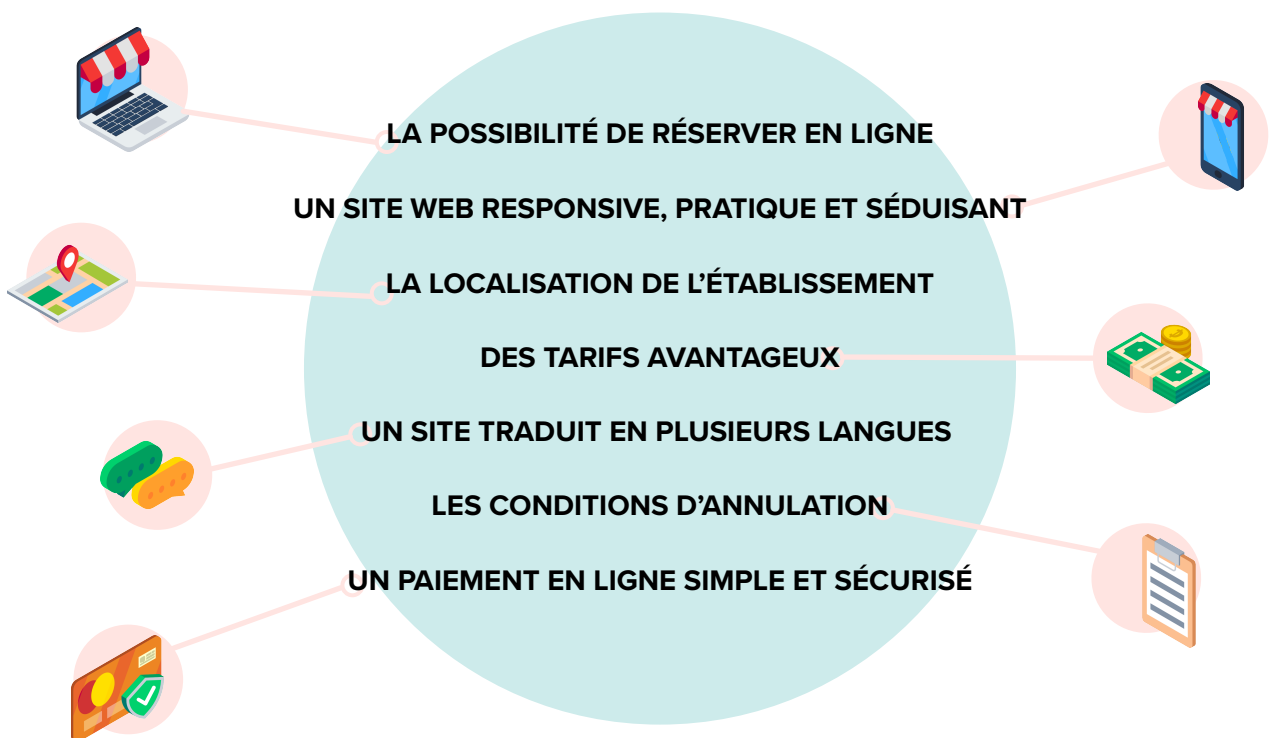


Des ventes de chambres d'hôtels sont réalisées par Internet notamment par les OTAs qui trustent les ventes online



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

QUE RECHERCHE LE CLIENT SUR LE SITE D'UN HÔTEL ?





QUELS SONT LES POINTS CLÉS POUR DÉVELOPPER LES VENTES SUR SON CANAL

DIRECT TOUT EN ÉTANT PRÉSENT CHEZ LES DISTRIBUTEURS EN LIGNE ?

AVOIR UN SITE PRO ET VENDEUR

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 hôtelier 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.

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.

AVOIR UNE VRAIE STRATÉGIE DE PRIX

Un site marchand est un site qui affiche clairement ses prix ! Être moins cher sur son canal direct, proposer des offres promotionnelles temporaires, 5% de réduction ou le petit déjeuner offert par exemple, adressées à ceux qui réservent en direct.

BIEN GÉRER SA DISTRIBUTION SUR LES CANAUX DE DISTRIBUTION

Tirer profit des OTA pour gagner en visibilité. Le client repère un établissement sur une plateforme de distribution puis se rend ensuite sur le site web de l'établissement. 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 Hotel 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.

CONNAÎTRE LES BASES D'UN BON RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Le référencement naturel, c'est la capacité qu'a un site 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...

SOIGNER SA E-RÉPUTATION

Selon une étude sur les avis en ligne publiée en 2019 par Tripadvisor en partenariat avec Ipsos Mori, près de 8 voyageurs sur 10 sont plus enclins à réserver en ligne lorsqu'ils constatent que l'hôtelier répond aux avis des clients. 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...) permet de renforcer le sentiment de privilège et de garantir des réservations en direct.

Exemples de bonnes pratiques : www.hotel-la-residence.com/fr/ à Lyon
www.richepanse.com/ à Paris

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



FOCUS RÈGLEMENTATION



La loi Macron promulguée le 6 août 2015, lève les contraintes de parité tarifaire imposées contractuellement par les OTAs aux hôteliers. Attention toutefois, les hôtels qui participent volontairement au programme « Etablissements préférés » de Booking ont des conditions particulières qui s'appliquent (parité tarifaire et de conditions).

BON À SAVOIR

PMS – Property Management System

C'est le logiciel d'exploitation, permettant de gérer informatiquement une grande partie des tâches nécessaires au fonctionnement quotidien d'un établissement: gestion des plannings, des réservations en ligne et hors ligne, automatisation de la facture...

CRM - Customer Relationship Management

Un outil CRM doit être capable de collecter un maximum d'informations concernant les clients de l'établissement, généralement contenues dans le PMS. Il doit présenter des fiches clients claires, contenant des informations pertinentes et doit permettre de mener des actions marketing ciblées grâce à une segmentation de la clientèle.

GDS – Global Distribution System

Ce sont des plateformes informatiques qui permettent de communiquer aux agences de voyages les disponibilités et différentes informations utiles à la réservation.

OTA – Online Travel Agency

Les OTAs sont des agences de voyages en ligne qui commercialisent essentiellement des prestations touristiques. Les OTAs les plus connues sont notamment des acteurs comme Booking, AirBnB, Hotels.com, Expedia, etc.

Channel manager

C'est un logiciel qui a pour fonction d'alimenter à travers un seul système informatique différents canaux de distribution. Il permet de synchroniser les disponibilités des hébergements de manière à éviter les surréservations (lorsqu'un hébergement est vendu sur une plateforme, il est immédiatement affiché comme non-disponible sur les autres).

Yield management

Le yield management consiste à maximiser le chiffre d'affaires généré en faisant varier les prix et taux d'occupation à l'aide d'une politique de tarification différenciée et dynamique. Exemple : les fluctuations tarifaires dans l'aérien.

L'Agence de Développement Touristique d'Ariège-Pyrénées a pour mission la sensibilisation et l'accompagnement des acteurs du tourisme ariégeois dans leur professionnalisation.

Cette fiche technique se veut être une synthèse des points clés à privilégier par un hôtel pour maximiser ses réservations et booster son chiffre d'affaires. Informations non exhaustives.



LES PRINCIPAUX SYSTÈMES DE RÉSERVATION POUR UN HÔTELIER

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)

LOGICIEL FONCTIONNALITÉ	RESERVIT	D-EDGE (EX AVAILPRO)	OCTORATE	NOVARESA	MISTER BOOKING.NET	ALLIANCE RESEaux	ELLOHA
	PMS	Connectivité PMS possible	Connectivité PMS possible	X	Connectivité PMS possible	X	
CRM	X	X	X	X	X		X
MOTEUR DE RÉSERVATION EN LIGNE	X	X	X	X	X	X	X
CHANNEL MANAGER	X	X	X	X	X	X	X
COMPATIBLE À ALLIANCE RÉSEaux	X	X	API hébergement	X	API multi tarifs	X	Non compatible
COÛTS DE CONNEXION À ALLIANCE RÉSEaux	Contacteur éditeur	Gratuit	Contacteur éditeur	Contacteur éditeur	Gratuit	Gratuit	Non compatible

Informations non exhaustives



PRIX : demander directement aux systèmes des réservation le devis (coût du système selon options + coût de connexion éventuel à Alliance Réseaux)



À NOTER : Le système de réservation d'Alliance Réseaux, Open System, est plutôt adapté aux petites structures de 10 chambres maximum (coût Eviivo de 4€/chambre) si la gestion administrative et comptable de l'établissement (PMS, CRM) est gérée indépendamment de l'Open System, qui ne dispose pas de PMS ni de CRM.