



LA SURVIE DE NOTRE HÔTELLERIE PASSE PAR UNE RÉAPPROPRIATION DE SA CLIENTÈLE...

## En réservant directement auprès de l'hôtelier, vous lui rendez non seulement sa plus-value... mais aussi son âme!

Il ne faut pas être angélique, le combat qui oppose l'hôtellerie à tous les sites de réservation en ligne qui foisonnent sur le net est loin, très loin, d'être gagné. Les forces en présence sont tellement disproportionnées entre des sites fédérateurs, qui ont pignon sur toile, et des hôteliers esseulés, qui se battent avec leurs armes parfois obsolètes pour ne pas perdre leur âme, que d'aucuns se demandent s'il n'est pas suicidaire, aujourd'hui, pour n'importe quel acteur de l'horeca, d'oser renoncer aux vitrines du web pour se réapproprier son dû...

Car en une dizaine d'années, guère plus, les habitudes de consommation ont à ce point changé que même les guides les plus prestigieux sont désormais devenus «has been», supplantés qu'ils sont par un tas de sites mieux référencés les uns que les autres qui font la pluie et le beau temps dans l'hôtellerie tout d'abord, mais souvent aussi dans la restauration.

### La réservation via des sites est facile, mais...

Allez, avouez-le, vous aussi, en cas de besoin, vous succomez sans autre forme de procès aux sirènes du web... Ce n'est ni honteux, ni inadmissible, c'est tout simplement dans l'air du temps. Et puis, c'est tellement facile. Du coup, dès qu'on cherche un hôtel, pour soi, pour un client ou pour un fournisseur de passage, on se connecte sur le moteur de recherche qui nous agrée pour lancer une investigation supposée efficace et, surtout, complète, avec prix et avis en prime. Sans même se rendre compte que l'on recourt de la sorte à un intermédiaire supplémentaire qui, bien évidemment, doit se

remunérer «sur le dos» de quelqu'un, on use par facilité, quand ce n'est pas par distraction ou par méconnaissance de la situation, d'un biais d'approche de l'hôtellerie qui échappe à l'hôtelier lui-même.

### Elle annonce la mort à petit feu d'une série d'établissements!

S'il est incontestable que les sites de réservation en ligne sont fort bien faits, conviviaux, rapides et aguichants, il n'en demeure pas moins qu'ils rabotent une partie de la marge de l'hôtel ou du restaurant que vous choisissez en passant par leurs services. Certes, les outils dont nous parlons sont de véritables machines de guerre, dotées des meilleurs atours, notamment les fameuses photos qui séduisent ou qui «tuent», les avis qui encensent ou détruisent une réputation, ainsi que la cote globale supposée objective qui répond à tout sauf aux lois d'une enquête statistique la plus élémentaire! Et pourtant, plus de 90 % des internautes disent avoir couramment recours à de tels sites pour leurs propres réservations, creusant encore le trou d'un secteur

hôtelier de moins en moins capable de rivaliser. Qu'importe donc au final si la démarche semble logique, puisqu'à l'instar des achats que nous consentons de plus en plus sur le net, principalement à l'étranger, cette manière de faire ne profite nullement à notre économie, à nos indépendants et ici, en l'occurrence, à nos restaurateurs et hôteliers.

### Mainmise sur le travail et la plus-value des hôteliers

Et gare aux hardis ou aux téméraires qui oseront se rebeller. Ce n'est en l'espèce pas le Président de FedHoReCa Wallonie qui nous contredira, lui qui est récemment monté aux barricades contre un site de réservation en ligne qui, semble-t-il, le desservait plus qu'autre chose. Car convenons-en, les sites en question ont pris une telle importance de nos jours qu'ils agissent parfois impunément contre des indépendants, répétons-le, trop esseulés. Les gestionnaires et gérants de tels outils assentent que la liberté individuelle offre à chacun de ne pas passer par le site une fois le choix

de l'établissement finalisé. Mais qui le fait? Qui note l'adresse et les coordonnées pour passer en direct par l'hôtel ou le restaurant qui a retenu notre attention? Soyons honnêtes et sérieux, la solution la plus simple est toujours privilégiée, tant pis pour l'hôtelier. Car en sus de l'aspect purement financier lié à la commission que ce dernier s'est engagé à verser pour voir son enseigne inscrite sur tel ou tel site de réservation en ligne - dont coût entre 10 et 25 % du prix de la chambre quand même! - sa charge de travail n'est pas moindre, que du contraire, puisqu'un intermédiaire prend place, via ce genre de réservation, entre le client et l'hôtel lui-même. Et encore, ajoutez à cela les démarches administratives qui incombent à l'hôtelier, ainsi que les différentes contraintes et obligations, pour une relation que dénoncent de plus en plus de patrons indépendants. Savez-vous, par exemple, que le contrat qui lie le booker et l'hôtelier décharge le premier de communiquer au second tout listing client. Il en découle que l'hôtelier se coupe de la sorte de

tout lien possible avec une clientèle réelle ou potentielle, voyant même partir vers d'autres une partie de son fonds de commerce puisque sans possibilité d'initier la moindre opération séduction ou marketing à l'attention d'une clientèle qu'il n'identifie pas.

### Hôteliers : redevenez le seul interlocuteur de votre clientèle!

Or pourtant, le prix payé par le client ne diffère pas si la réservation se fait via l'hôtelier lui-même. Que du contraire, nous avons fait le test, il est même souvent envisageable d'obtenir une remise supplémentaire, ou une attention d'accueil particulière, voire tout autre service de convivialité, que l'on n'aurait pas eu via la réservation «on line». D'où l'envie de vous sensibiliser quant à ce «nouveau» mode de réservation qui a peu à peu remis le contact direct aux oubliettes. Rappelez-vous ainsi que vos démarches ne sont pas plus compliquées, que le contact direct génère déjà une relation avec l'hôtelier et, surtout, que vous rétribuez de la sorte le

vrai - et seul - interlocuteur qui devrait être en relation directe avec vous. Au-delà, dites-vous que la santé financière (et donc in fine le service et les prestations) sera par ce biais renforcée, sans que cela vous coûte quoi que ce soit, l'image de l'hôtellerie y gagnant et vous aussi. ■

## Les hôteliers doivent agir

Chers «amis» hôteliers, informez donc vos clients quant à cette problématique qui vous sert... en vous mangeant à petit feu. Sensibilisez-les, par exemple, à l'impact négatif sur votre business de telles pratiques contre lesquelles il vous est de plus en plus difficile de lutter. Prônez le contact direct, qui est votre salut et votre plus-value. Identifiez vos clients et vos prospects. Reconstituez aussi votre base de données. Votre salut passera nécessairement par une réappropriation de votre clientèle... ■



Le Comptoir hôtelier, un lieu d'écoute et de conseils...

## La matière grise de vos projets

- Sables stabilisés au ciment
- Bétons maigres
- Bétons à composition
- Bétons de la marque « BENOR »
- Bétons « mousse » isolants
- Bétons fibrés
- GN-Blocs - blocs massifs empilables
- Dalles de sol (poli-miroir)

Zoning Industriel  
6600 BASTOGNE  
T 061 21 64 12  
F 061 21 76 01  
info@gnbbeton.be

Zoning Industriel  
5380 FERNELMONT  
T 081 41 48 44  
F 081 41 48 45  
info@gnbbeton.be

**gnb**  
Béton

