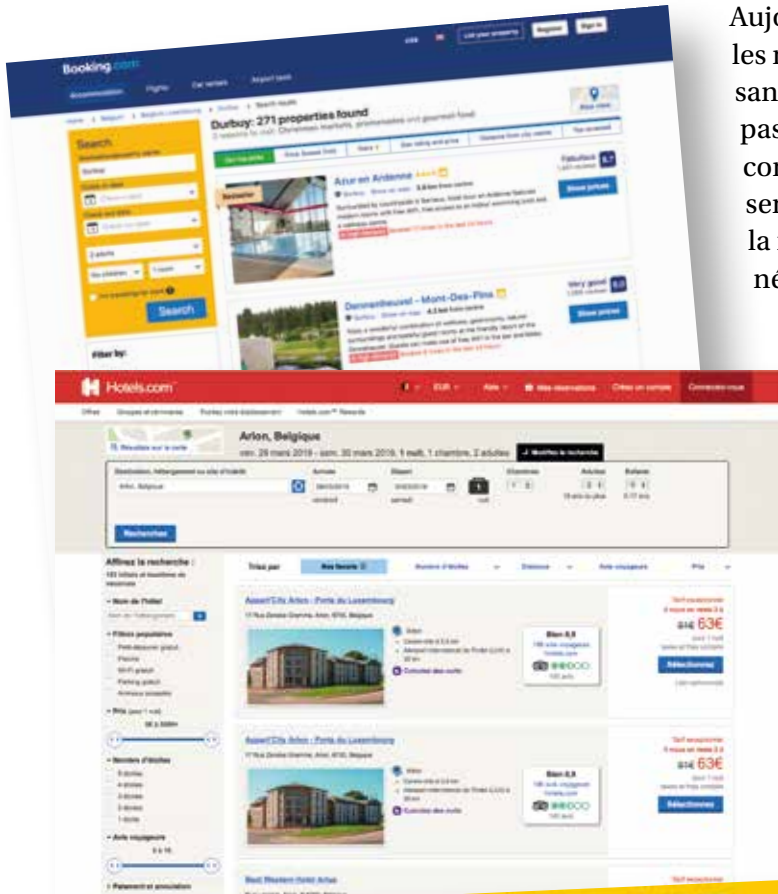


Envie d'augmenter les réservations directes dans votre établissement... Voici 7 clés !



Aujourd'hui, les OTA sont devenues incontournables dans les milieux du tourisme et de l'hôtellerie. Vous voudriez sans doute, comme beaucoup d'autres, pouvoir vous en passer mais, avouons-le, il est désormais de plus en plus compliqué d'optimiser le taux d'occupation d'un établissement sans recourir à leur force de frappe. Il n'empêche, la réservation directe reste une piste... à ne surtout pas négliger. Explications !

Pour les non-initiés, l'acronyme OTA est utilisé en marketing touristique pour désigner les « Online Tourism Agency », autrement dit les agences de voyages en ligne, ces nouveaux 'intermédiaires commissionnés', qui commercialisent essentiellement des prestations touristiques et/ou carrément des voyages fournis par des tiers. Les plus connus d'entre eux sont Booking, Expedia ou Hotels.com, qui sont quasi devenus, avec le temps, des standards. D'ailleurs, la position hégémonique de ces partenaires - de plus en plus obligés ! - n'est pas sans excéder des professionnels qui se sentent quelque peu dépossédés de leur propre image, de leur arme marketing personnelle. Et d'aucuns, de plus en plus nombreux même, de vouloir reprendre leur destinée en main...

Reprendre son destin en main...

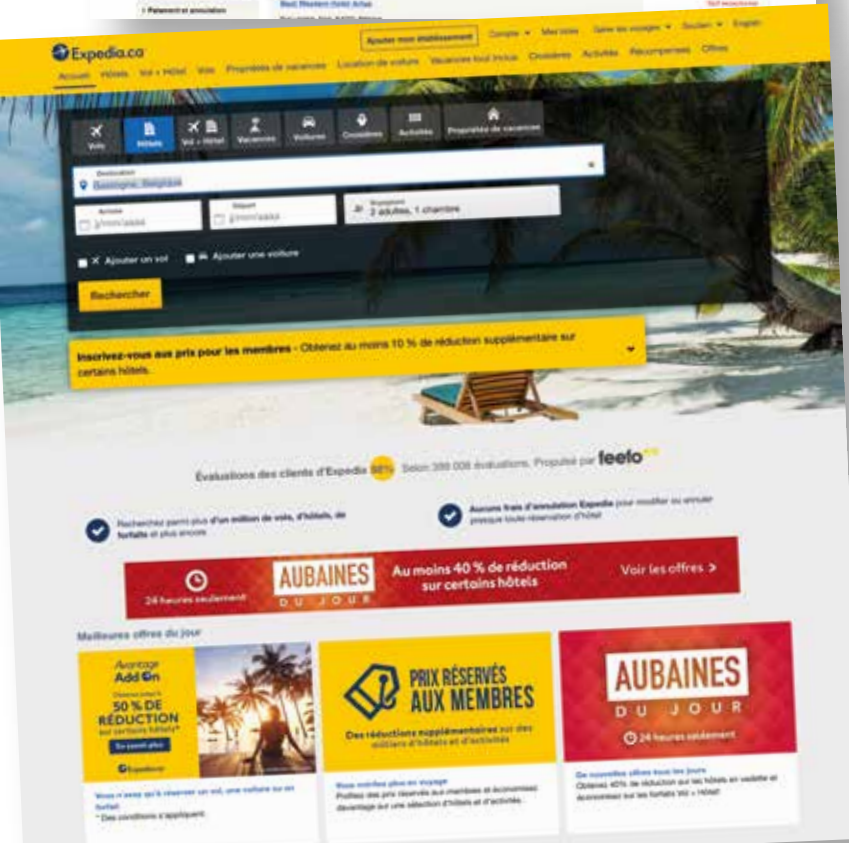
S'affranchir de recourir (systématiquement) à de tels intermédiaires, c'est choisir un chemin plus compliqué... mais aussi plus personnel. Cela étant, en reprenant son destin en main, on s'offre plus que certainement d'autres pistes de (re)déploiement. Les spécialistes estiment ainsi qu'en plus des économies réalisées, la reprise en main de ses réservations recentre la relation client de tout établissement. Il faut savoir qu'un client qui réserve directement auprès de l'hôtelier ou du restaurateur, via son site, sera en effet plus ouvert à accepter les offres additionnelles proposées. En outre, bouquet final, il sera généralement plus enclin à mieux évaluer les prestations... et à donner de bonnes notes à l'établissement.

Rapidité, efficacité, simplicité !

Partons du principe que vous avez réussi à capter votre futur client sur votre site, ce qui est déjà en soi une démarche importante. Mais c'est alors que tout commence vraiment. Et pour cause, à ce moment, il vous reste à tout mettre en œuvre pour qu'il finalise sa réservation. Et vous devez être au top. Un processus de réservation lent risque, par exemple, d'engendrer beaucoup d'abandons. Pensez-y, votre 'process' doit impérativement être simple et efficace, mais il doit surtout être rapide ! C'est ainsi que vous maximiserez les conversions et augmenterez les réservations directes.

Différenciez-vous !

Dans l'encadré ci-contre, nous vous livrons quelques informations utiles à ne surtout pas ignorer pour re-



prendre votre destin en main. Sensibilisez en tout cas ceux parmi vos clients qui sont venus via une OTA à réserver dorénavant chez vous, ou ailleurs, par la voie directe. Trop de gens ne sont tout simplement pas encore informés du principe des commissions. Il est impérieux que tout le monde sache que si le client paie au final le même prix, il n'y a pas de raison qu'il ne change pas un jour son mode de réservation. Pour reprendre son destin en main, il faut s'investir ! ■

 Comptoir Hôtels du Luxembourg belge
Yannick Noiret : 061 29 30 55

7 CLÉS POUR ACCÉLÉRER VOTRE SYSTÈME DE RÉSERVATION DIRECTE

■ Faites fi des points de friction !

Un point de friction est un problème qui affecte négativement le parcours du client. Celui-ci peut se produire à n'importe quel moment du processus de réservation. Privilégiez donc les boutons, ou liens, du type « Cliquez pour nous appeler ».

■ Privilégiez la convivialité

Cet aspect est essentiel pour que le client ait envie de rester sur votre site jusqu'au dernier clic. Ajoutons qu'il faut que la réservation soit conclue en un minimum de clics. L'idéal : prendre le client par la main !

■ Vos réseaux sociaux sont une porte d'entrée potentielle

Ne revenons pas sur l'importance des réseaux sociaux... sauf qu'ils sont utiles aussi pour la réservation en ligne. Facilitez les réservations en utilisant un outil qui s'intègre à Facebook, Instagram, Twitter..., bref les réseaux sur lesquels vous êtes présent. Si votre interface est en outre mobile et conviviale, vos clients pourront réserver de n'importe où !

■ Soyez intelligent et intuitif

Donnez toujours à vos clients des informations précises et utiles. Si l'un d'entre eux, en direct, essaie de réserver une chambre qui ne correspond pas à ses préférences, attirez son attention sur d'autres options. Dans le même ordre d'idée, envoyez-lui des informations utiles et ce tout au long du processus de réservation directe. Cela fera la différence...

■ Essayez de proposer des offres additionnelles

Savez-vous que près de 50 % des réservations de dernière minute se font sur smartphone ? Cela suppose que le client veuille réserver le plus rapidement possible et puisse accéder au prix final sans trop d'encombres. Mais cela ne doit pas vous empêcher de lui proposer des suppléments ou des promotions, via l'email de confirmation de la réservation, ou alors quand il arrivera chez vous. Pensez bien qu'il est alors généralement plus ouvert à vos nouvelles propositions que lors de la réservation.

■ Multipliez les « appels à l'action »

Si un client consulte votre site, il faut idéalement qu'il réserve chez vous ! Pour y parvenir, les pages - c'est surtout vrai pour la page d'accueil ! - doivent comporter plusieurs appels à l'action (« réservez maintenant », « appelez-nous... »), et ce de façon clairement visible et facilement accessible. Il faut que le client sache où cliquer. Ce serait dommage qu'il abandonne sa réservation parce qu'il s'est perdu en naviguant sur votre site web, ou qu'il n'ait pas trouvé où cliquer...

■ Votre site web doit être rapide !

De nombreux sites sont encore ralentis par des problèmes de conception avec un code ultra compliqué, des images trop lourdes, des plug-in complexes... Éliminez ou évitez nécessairement ces problèmes ! Vos pages et votre site se chargeront plus rapidement et vos clients n'auront pas envie de fuir...

VALVERT. SA NATURE, C'EST MA FORCE.

Eau minérale naturelle belge.

