

CCI ARDÈCHE

Embarquez
dans le monde
du **numérique**



CCI ARDÈCHE

Booking or not Booking?

Conférence animée par Mathieu Vadot

MARKETING
&
TOURISME

Avec la présence exceptionnelle de



Compte Rendu

1. Intervention sur la e-distribution : Mathieu VADOT

MARKETING & TOURISME

- ④ Grandes évolutions dans l'e-tourisme selon les catégories : progression de la vente en ligne de l'ordre de 13 %
- ④ 4 gros opérateurs majeurs dans l'e-tourisme
 - Priceline
 - Expedia Inc
 - Airbnb
 - TripAdvisor
- ④ Economie collaborative : énorme mouvement de fond qui est durable... !!!
- ④ La conception de l'hébergement change :
 - Ex d'AccordHôtels.com : mutation vers l'économie de partage en rachetant des sociétés commercialisant des locations de particuliers haut de gamme à la nuitée. Le groupe y associe des services para-hôteliers et s'appuie sur son réseau de vente actuel.
- ④ Vente de loisirs :
 - Travail important de Booking et Accor pour développer de la vente additionnelle sur les loisirs pendant le séjour des clients
 - AirBnB est disrupteur : il bouleverse ce marché avec une proposition de valeur axée sur l'expérience ! Ils ont accès aux clients et savent comment solliciter le client pour le pousser à aller consommer davantage
 - Aujourd'hui, ce sont les hébergeurs et les acteurs institutionnels les mieux placés pour les vendre en ligne

En **synthèse**, l'idée n'est pas d'opposer la vente en direct et les ventes via distributeur mais de travailler sur les leviers de fidélisation et sur l'é-réputation/évaluation

Remarques : l'ADT envoie aux clients qui achètent via Ardèche Résa des infos liées aux loisirs / évènements / fidélisation avant/pendant/après-séjours.

2. Intervention Ardèche Résa



- ☉ Place de marché initiée par l'ADT 07 en 2005 avec Alliance Réseaux et l'outil Open System
- ☉ Des outils Open System adaptés à chaque filière
- ☉ Croisement de plusieurs canaux de distribution
- ☉ 1 seul planning à gérer via le Channel Manager « Xotelia »
- ☉ Possibilité de différents widgets
- ☉ Accès à la vente en ligne avec 1 solution simple non commissionnée / complémentaire aux autres sources de distribution
- ☉ Possibilité de régler plusieurs prestations (hébergement, loisirs...) en 1 pour le client
- ☉ Pour l'installation : soit par passerelle soit en direct + possibilité de système de paiement en ligne (paiement unique possible) ou en pré-réservation
- ☉ CA Ardèche Résa de 2M€ en 2016 (forte progression depuis 10 ans)
- ☉ Pour l'ADT, enjeu de visibilité => place de marché est l'1 des enjeux

Remarque : [Intervention de FaceSud] Question sur la responsabilité juridique si réservation de plusieurs prestations : chaque prestation achetée reste juridiquement indépendante (se référer aux CGV de chacun).

3. Intervention Vacanceselect



- ☉ TO spécialisé HPA et villages vacances avec pour cible principale les familles
- ☉ 1^{er} magazine d'inspiration écrit par les « hôtes » !
- ☉ Depuis 2005 1^{er} TO avec pour objectif « zéro brochure »
- ☉ 2014 : lancement site attractif - 300 000 clients - bureaux de vente dans toute l'UE
- ☉ 96% des réservations sont réalisées sur le site internet directement (dépenses importantes sur Google et en lien avec Booking)
- ☉ En Ardèche, environ 1M€ de dépenses sur les partenaires affiliés
- ☉ Stratégie marketing centrée sur les émotions :
 - Vacanceselect travaille sur un positionnement centré sur la joie : emailing/CRM très ciblé sur 750 000 emails (info sur anniversaires des enfants, ciblage d'offres en fonction des revenus...)
 - Travail important avec des bloggeurs pour transférer l'émotion
 - Il faut travailler à l'écriture d'histoires personnelles des professionnels
 - Centrer sur l'expérience-client

Remarque : [Intervention de Véronique Chevalier] il faut travailler en réseau pour faire en sorte que les clients consomment en Ardèche (que ce soit en camping, gîtes, chambres d'hôtes, hôtels...).

4. Intervention Booking.com

Booking.com

- Ⓢ Aujourd'hui, 35 à 37% des réservations sont effectuées via tablette/mobile : compatibilité importante (enjeu à 50% d'ici quelques années)
- Ⓢ Très centré sur expérience-client et le besoin d'apporter une valeur ajoutée : outils et solutions différentes selon les prestataires
 - Mise en place d'un **centre d'opportunités** pour répondre au mieux aux attentes des clients (infos utiles pour booster le taux d'occupation...)
 - Développement d'une application pour gérer les réservations via mobile (**pulse app**)
 - Outil **d'analyse** via Google Analytics pour adapter son offre aux comportements de ses clients
 - **BookingSuite** : propose des solutions pour créer un site web répondant aux attentes de clients et des recommandations tarifaires en fonction de ce que propose d'autres professionnels sur le territoire (RateIntelligence : gratuit et dispo sur l'extranet de Booking.com)
- Ⓢ Contenu de la fiche du pro : un client reste 60sec sur la fiche. La géolocalisation est le critère n° 1 (permet de proposer activités, visites...)
- Ⓢ Travail important sur les activités / destinations
- Ⓢ Tendances sur l'Ardèche : + de 600 hébergements référencés mais peu de campings. Destination à potentiel de croissance.

5. Intervention Fairbooking



- Association mise en place par des hôteliers nantais pour les hôteliers !
- Plateforme collaborative pour mettre en avant la réservation en direct et redonner son indépendance commerciale aux hébergeurs.
- Communication TV, presse, radio... soutien de nombreux organismes, dont les CCI, FRHPA, Atour France, UMIH,...
- Outils : site internet de mise en relation (renvoie vers le site du pro/ centrale de réservation), applications, marque blanche, extensions...
- Offre gratuite ou à 250€ en fonction de l'établissement
- Intérêt client : bénéficier d'un avantage pour l'inciter à réserver en direct (5%, petit déjeuner offert, surclassement...)

6. Table-ronde et échanges avec les professionnels du tourisme

- **Question sur délai de paiement de Booking.com ?**
C'est l'un des problèmes : pas de solution garantie sur du long terme pour ceux qui n'ont pas de TPE. Une solution est en cours de développement pour les professionnels qui n'ont pas de TPE
- **Question sur Booking Connect :**
Tous les systèmes d'extranet Booking sont en train de changer
- **Quel avantage à utiliser plusieurs sites de distribution en ligne ?**
Les consommateurs zappent et changent de place de marché régulièrement
En moyenne, sur Vacanselec, les clients regardent 3 sites (8 sites en moyenne sur Google)
Il faut multiplier les canaux de distribution pour être visible / pour renouveler sa clientèle
Utiliser aussi le réseau de prescripteurs comme les prestataires de loisirs
- **Comment faire pour gérer plusieurs canaux de distribution ?**
Il faut utiliser un Channel Manager qui permet de gérer les ouvertures et fermetures des canaux