



GRUISSAN
TOURISME

Les Ateliers Pros Gruissan : la commercialisation numérique des hébergements

PETITE HISTOIRE « MÉCONNUE » DU E-TOURISME

En quelle année a été créé Booking ?	1996
Quel était le taux de commission de Booking à l'origine ?	5 à 8%
Quelle société a créé Expedia et quand ?	Microsoft en 1996 Indépendant depuis 1999
Combien de marque Touristique possède Expedia ?	28 Marques
En quelle année a été créé TripAdvisor ?	2000 et aujourd'hui 11 marques
En quelle année a été créé Airbnb ?	2008



EVOLUTION ET TENDANCE ACTUELLE

1. Les pratiques des clients sur internet

2. Le DMA

3. L'inflation

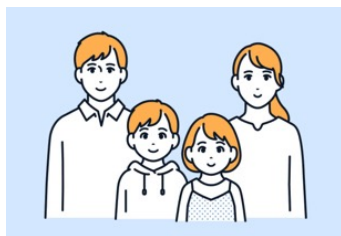
—● QUELQUES STATISTIQUES ACTUELLES



Les 25-34 ans sont les acheteurs les plus actifs, ils multiplient les sites d'hébergement et de transport (3,5 sites d'achat contre 2,8 en moyenne)



Les 50 ans et plus sont les moins actifs sur les sites d'hébergement comme de transport (2,4 sites d'achat contre 2,8 en moyenne).



Les foyers avec enfants sont également des cyberacheteurs actifs sur cette catégorie (3,1 sites d'achat contre 2,8 en moyenne) et notamment sur les sites d'hébergement : 52% ont effectué un achat (contre 45% en moyenne). les familles avec jeunes enfants (moins de 6 ans) vont plus sur les sites à image prix bas (leclerc, Cdiscount, le bon coin ...)

LE DMA : DIGITAL MARKET ACT

Digital
Markets
Act



—● QUELQUES STATISTIQUES ACTUELLES



le secteur Voyage et Tourisme est le premier secteur d'activité du e-commerce en France en nombre d'acheteurs.











6 cyberacheteurs sur 10 (59,3%)

41% de cyberacheteurs exclusifs ou en majorité sur Internet loin devant les produits culturels physiques (23%), la mode (19%) ou les produits techniques et électroménagers (19%)

Le secteur progresse de 4,4 points en 1 an. Ce dynamisme provient notamment des 35 ans et plus (+8 points), mais aussi des professions modestes (+5 points), ainsi que des agglomérations hors région parisienne, notamment les petites agglomérations (+15 points) et les agglomérations de 100 000 habitants et plus (+9 points)

QUELQUES STATISTIQUES ACTUELLES

Booking.com et Airbnb sont les leaders sur la catégorie réservation d'hébergement avec respectivement 36% et 30% de cyberacheteurs. Hôtels.com, E. Leclerc et Leboncoin viennent ensuite mais avec des taux de pénétration plus faibles.

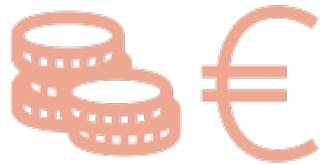
Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 <i>Sur base acheteurs de la catégorie hébergement</i>
1	 Booking.com	6 439 094	36%
2	 airbnb	5 362 220	30%
3	 Hotels.com	1 955 431	11%
4	 E.Leclerc	1 701 613	10%
5	 leboncoin	1 621 050	9%
6	 ACCOR HOTELS	1 322 304	7%
7	 OTIES DE FRANCE	1 087 154	6%
8	 voyage privé	1 038 025	6%
9	 B&B	1 036 449	6%
10	 Veepee	901 641	5%

—● EVOLUTION ET TENDANCE ACTUELLE

Constat :



13 % du temps total passé en ligne est consacré à la recherche de voyage et séjour touristique



Presque 50% du revenu publicitaire de Google

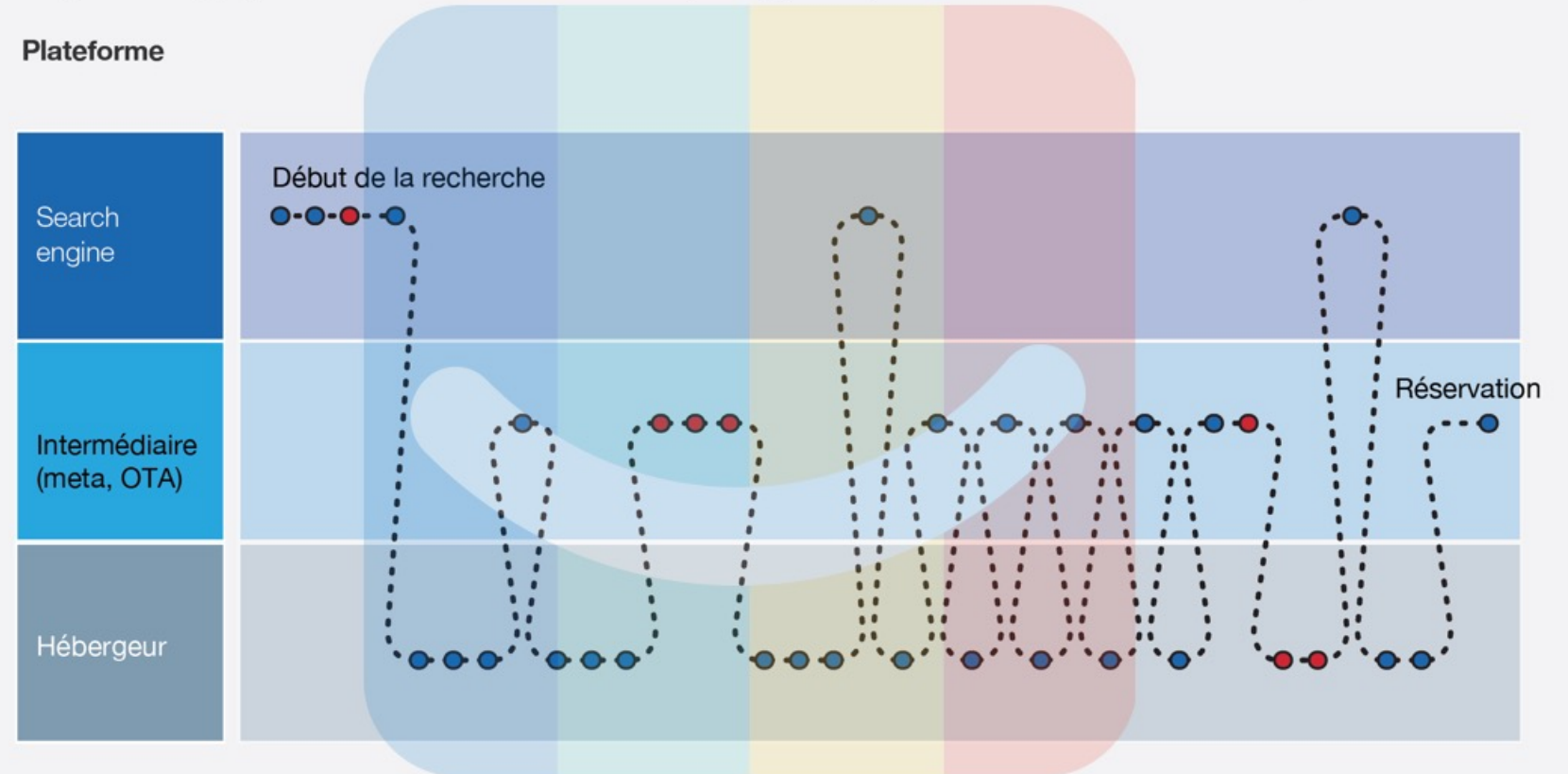


90 % des recherche de voyage commence sur Google

Le processus de réservation de chambres est une longue succession de points de contacts entre plusieurs sites et depuis plusieurs supports.

Un parcours typique de réservation de chambres,¹ par support et plateforme utilisés

● Desktop ● Mobile



Cet exemple est basé sur 35 points de contacts entre différents sites mais la moyenne est bien de 45 points de contacts

Source: Verto Analytics - McKinsey - Google



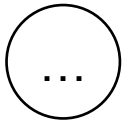
Google

Booking.com

airbnb

Tripadvisor

trivago

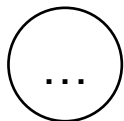




Google

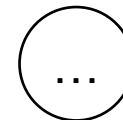
Booking.com

airbnb



 TripAdvisor

 trivago



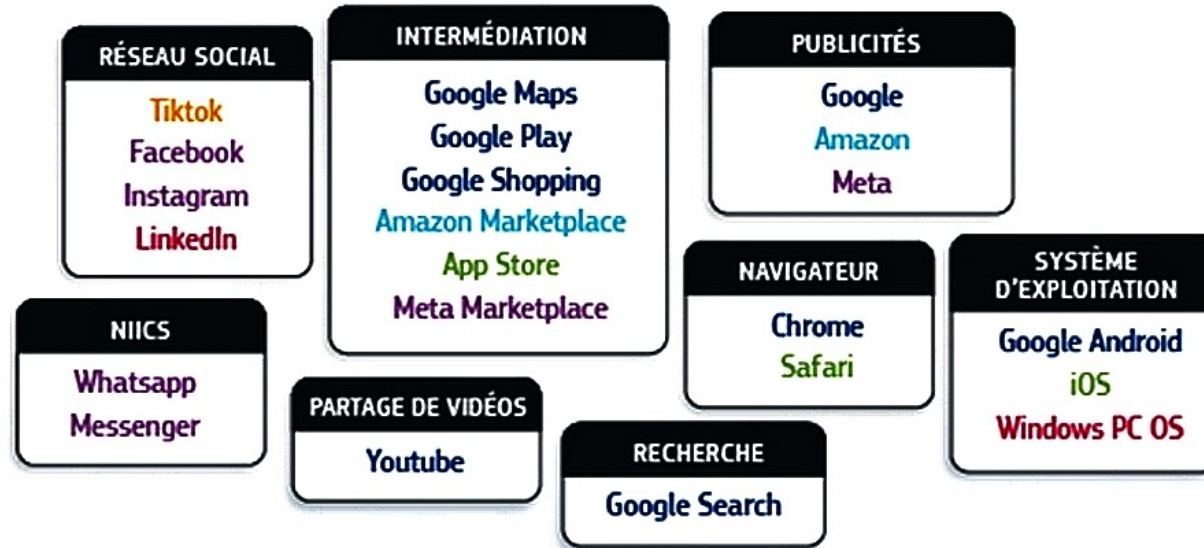


Désignation des contrôleurs d'accès

Contrôleur d'accès



Service de plateforme essentiel



La réglementation européenne sur les marchés numériques, le DMA (Digital Markets Act) entre en vigueur le 7 mars. Ce texte cible les grandes plateformes numériques, baptisées « Gate Keeper » ou porte d'entrée à internet afin de favoriser la concurrence.



Le diable apparaît
cependant dans les détails



Le diable apparaît cependant
dans les détails

**Les hôteliers indépendants renvoyés après
les comparateurs de prix**



Le diable apparaît cependant dans les détails

Les hôteliers indépendants renvoyés après les comparateurs de prix

« Il y a une baisse de 30% des clics, une baisse de 30% des réservations »



Le diable apparaît cependant dans les détails

Les hôteliers indépendants renvoyés après les comparateurs de prix

« Il y a une baisse de 30% des clics, une baisse de 30% des réservations »

« A l'inverse, les clics directs vers les hôtels sont clairement en croissance dans les pays dans lesquels le DMA n'est pas appliqué, par exemple le Royaume-Uni ou les États-Unis »

PDG de **mirai**



Le diable apparaît cependant dans les détails

Véronique SIEGEL, Présidente UMIH branche hôtellerie

"cette situation va rendre le référencement naturel des hôteliers indépendants encore plus difficile et devrait mettre plus en valeur comparateurs et OTAs; ce qui augmentera inéluctablement le montant des commissions et les coûts de distribution... »



UNE CARTE À JOUER POUR LES OFFICES DE TOURISME ET LES ADT ?

B&B HOTEL Brive-La-Gaillarde
4,2 ★★★★★ (1,8 k)
Hôtel-budget moderne avec Wi-Fi gratuit
📶 Wi-Fi gratuit · 🅐 Parking gratuit · [Site Web](#)
Afficher 137 hôtels →

Tripadvisor
<https://www.tripadvisor.fr> › ... › Brive-la-Gaillarde

LES 10 MEILLEURS hôtels (avec prix) : Brive-la-Gaillarde
Brive-la-Gaillarde : hôtels populaires en ce moment · 1. Hôtel La Réserve · 2. La Truffe Noire · 3. Château de Lacan · 4. Hotel Le Quercy · 5. Grand Hôtel Brive

Brive Tourisme
<https://www.brive-tourisme.com> › ... › Hôtels

Trouver un hôtel en centre-ville de Brive-la-Gaillarde
Hôtels en centre-ville · Hôtel Le Collonges · Hôtel le Chêne Vert · Grand Hôtel Brive · Hôtel La Réserve de Brive · Hôtel Restaurant Kyriad Brive centre · Hôtel ...

Amadour Hôtel
4,5 ★★★★★ (421) · Hôtel de tourisme 2 étoiles
📶 Wi-Fi gratuit · [Site Web](#)
Afficher 114 hôtels →

Vallée de la Dordogne Tourisme
<https://www.vallee-dordogne.com> › Rocamadour › [...] ;
14 hôtels à Rocamadour
L'hôtel du château, 3 étoiles, à Rocamadour vous offre tout le confort, la tranquillité, la facilité d'accès et de stationnement. Vous bénéficierez de :

Booking.com
<https://www.booking.com> › city › rocamadour.fr.html ;
Les 10 meilleurs hôtels à Rocamadour (à partir de € 65)

Hôtel	Note	Nombre de réservations
Hôtel Les Vieilles Tours Rocamadour	9,4/10,0	(1,1 k)
Hôtel Le Troubadour à Rocamadour	9,4/10,0	(1,3 k)
Hôtel Les Esclargies	9,0/10,0	(641)
Le Bois d'Imbert	8,2/10,0	(1,5 k)

Montauban Tourisme
<https://www.montauban-tourisme.com> › [...] ;
Hôtels
George Hôtel ; Hôtel Ibis Budget Les Chaumes ; Hôtel Ibis Budget Les Chaumes ; Hôtel Ibis Montauban ; Hôtel Ibis Style ; Hôtel ...

Booking.com
<https://www.booking.com> › city › montauban.fr.html ;
Les 10 meilleurs hôtels à Montauban (à partir de € 49)

—● BEAUCOUP DE POINT DE FUITE !

Annonces sponsorisées



Sites de lieux :



Services concurrents (équivalents) à Google

La SEO local :
Gmaps et Google
My Business



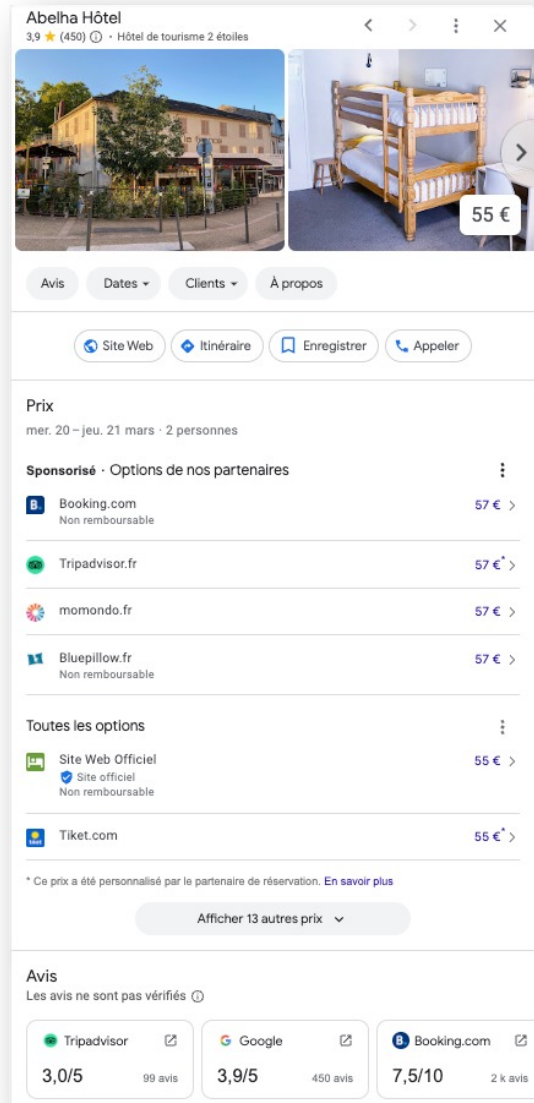
Hôtel | Brive-la-Gaillarde



Afficher 142 hôtels →

Booking.com
Recherchez des hôtels à Brive-la-Gaillarde

BEAUCOUP DE POINT DE FUITE !



Abelha Hôtel
3,9 ★ (450) · Hôtel de tourisme 2 étoiles

55 €

Avis Dates Clients À propos

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

Prix
mer. 20 - jeu. 21 mars · 2 personnes

Sponsorisé · Options de nos partenaires

- Booking.com 57 € > Non remboursable
- Tripadvisor.fr 57 € >
- momondo.fr 57 € >
- Bluepillow.fr 57 € > Non remboursable

Toutes les options

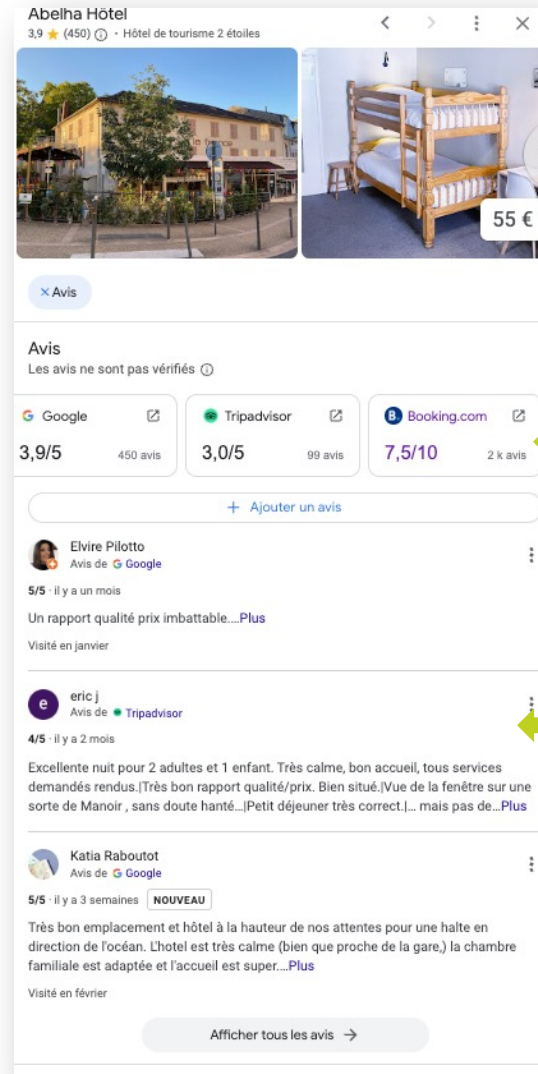
- Site Web Officiel 55 € > Site officiel Non remboursable
- Tiket.com 55 € >

* Ce prix a été personnalisé par le partenaire de réservation. En savoir plus

Afficher 13 autres prix >

Avis
Les avis ne sont pas vérifiés

Tripadvisor 3,0/5 99 avis Google 3,9/5 450 avis Booking.com 7,5/10 2 k avis



Abelha Hôtel
3,9 ★ (450) · Hôtel de tourisme 2 étoiles

55 €

Avis

Avis
Les avis ne sont pas vérifiés

Google 3,9/5 450 avis Tripadvisor 3,0/5 99 avis Booking.com 7,5/10 2 k avis

+ Ajouter un avis

Elvire Pilotto
Avis de Google
5/5 - il y a un mois
Un rapport qualité prix imbattable...Plus
Visité en janvier

eric j
Avis de Tripadvisor
4/5 - il y a 2 mois
Excellente nuit pour 2 adultes et 1 enfant. Très calme, bon accueil, tous services demandés rendus, Très bon rapport qualité/prix. Bien situé, Vue de la fenêtre sur une sorte de Manoir, sans doute hanté... Petit déjeuner très correct... mais pas de...Plus

Katia Raboutot
Avis de Google
5/5 - il y a 3 semaines NOUVEAU
Très bon emplacement et hôtel à la hauteur de nos attentes pour une halte en direction de l'océan. L'hotel est très calme (bien que proche de la gare,) la chambre familiale est adaptée et l'accueil est super...Plus
Visité en février

Afficher tous les avis →

Fuite vers les autres plateformes d'avis

« Les hôteliers indépendants vont devoir également investir davantage dans la fidélisation client selon Aude Naveilhan. « Avec la fin des cookies tiers, la mise en place du DMA, il sera plus difficile d'acquérir de nouveaux clients. La fidélisation va donc jouer un rôle important pour compenser cette baisse de trafic »

Véronique SIEGEL, la "patronne" de la branche hotellerie



de **visibilité** !



Booking



Google



Google My Business



Google Maps



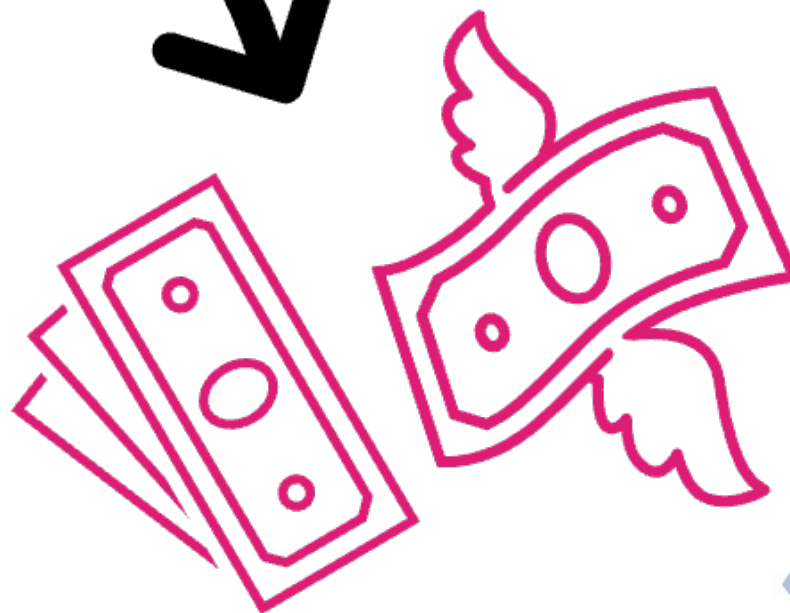
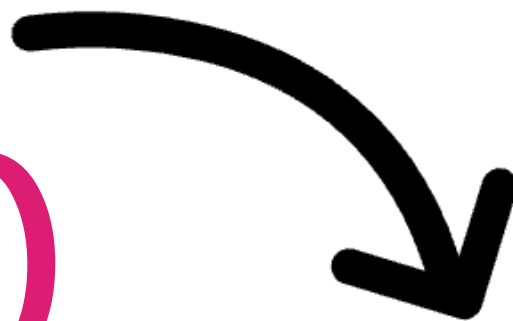
ANDROID

L'INFLATION



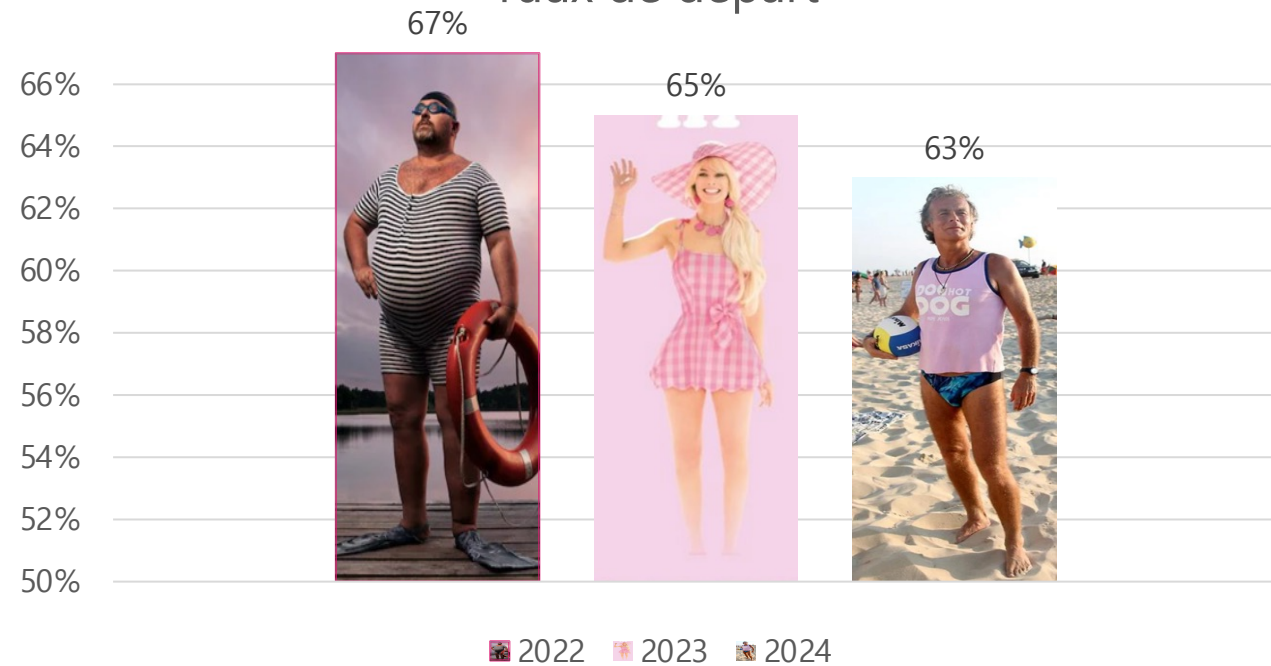
* Image réalisé à l'aide d'un Intelligence artificielle

- 7%

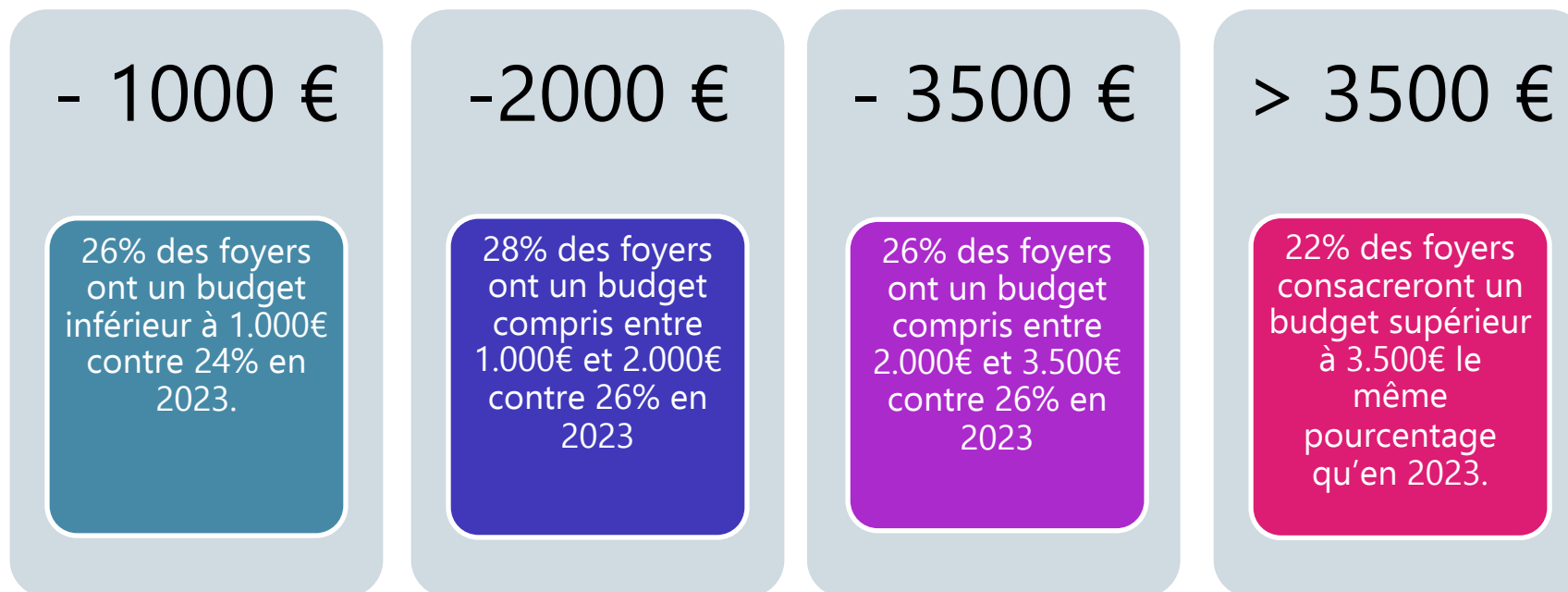


-2%

Taux de départ



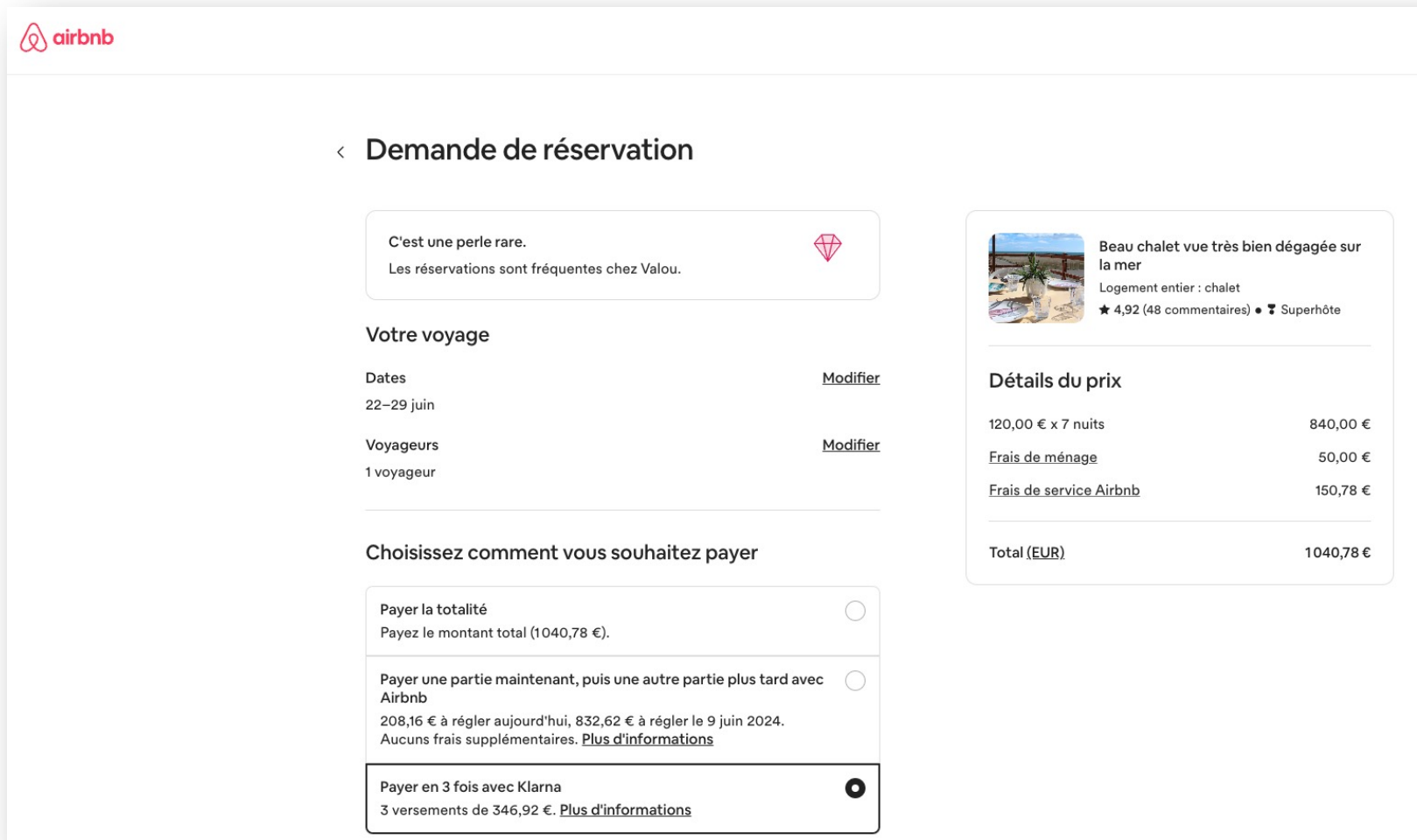
BUDGET VACANCES DES FRANÇAIS EN 2024



franceinfo:

La tendance du paiement fractionné pour financer ses vacances prend de l'ampleur


EXEMPLE D'AIRBNB



The screenshot shows an Airbnb reservation page for a chalet. The page is titled 'Demande de réservation' and includes a description of the property, travel details, payment options, and a price breakdown.

airbnb

< **Demande de réservation**

C'est une perle rare.
Les réservations sont fréquentes chez Valou. 

Votre voyage

Dates [Modifier](#)
22-29 juin


Voyageurs [Modifier](#)
1 voyageur

Choisissez comment vous souhaitez payer

Payer la totalité
Payez le montant total (1040,78 €).

Payer une partie maintenant, puis une autre partie plus tard avec Airbnb
208,16 € à régler aujourd'hui, 832,62 € à régler le 9 juin 2024.
Aucuns frais supplémentaires. [Plus d'informations](#)

Payer en 3 fois avec Klarna
3 versements de 346,92 €. [Plus d'informations](#)

 **Beau chalet vue très bien dégagée sur la mer**
Logement entier : chalet
★ 4,92 (48 commentaires) • Superhost

Détails du prix

120,00 € x 7 nuits	840,00 €
Frais de ménage	50,00 €
Frais de service Airbnb	150,78 €
Total (EUR)	1040,78 €

—● QUELQUES DONNÉES SUR LE PAIEMENT FRACTIONNÉ

43%



N°1



—● QUELQUES DONNÉES SUR LE PAIEMENT FRACTIONNÉ

76 % des consommateurs sont prêts à changer de fournisseur pour obtenir une facilité de paiement

45 % d'augmentation de Panier Moyen

44 % des utilisateurs auraient renoncé à leur achat si le paiement en 3 fois sans frais n'était pas en option

—● LES ACTEURS DU 3 FOIS SANS FRAIS

Alma

Klarna.

EXEMPLE D'UN HÉBERGEMENT INDÉPENDANT

DOMAINE SOULADIÈS

Nos offres Notre conciergerie


du 30/03/2024 au 13/04/2024 2 adultes 1 chambre Modifier

Klarna. Nouveau ! À partir de 35€, réglez votre réservation en 3 fois sans frais (voir à la prochaine étape)

DOMAINE DE SOULADIÈS
Route De La Salvetat - 82230 GENE BRIERES [Voir sur une carte](#)

À partir de **2 086,00 €**
pour 14 nuits, 2 adultes
ou 149,00 € / nuit

[Voir les prix](#)



Vous venez de trouver un joyau caché du Tarn et Garonne . Imaginez déposer vos valises dans cette ferme restaurée du XVIII siècle , où le calme brille de mille feux. Seul peut-être les gazouillis...

[Lire la description](#)

LES BASES D'UNE STRATÉGIE DIGITALE



—● LES BASES D'UNE STRATÉGIE DIGITALE

C'est quoi pour vous ?

C'est très simple, voici les 3 points clés !!!



LES BASES D'UNE STRATÉGIE DIGITALE



• LES STRATÉGIES DE GÉNÉRATION

- Stratégie de SEO
- Animation des réseaux sociaux
- Relation presse
- Partenariat

Stratégie de moyen et long terme , mais plus durable

• LES STRATÉGIES D'ACQUISITION

- Publicités réseaux sociaux
- Publicité Google ADS
- Partenariat influenceur
- Display
- Concours

Stratégie de court terme : ROI à surveiller

LES BASES D'UNE STRATÉGIE DIGITALE

2

CONVERTIR



- **La STRATEGIE DE CONVERSION**

- La transformation des visiteurs en clients est une phase cruciale dans le parcours d'achat.
- concevoir un tunnel de conversion efficace
- évaluer la transformation, il est conseillé de se fixer un indicateur de performance mesurable

Dans le tourisme le nombre de réservation par rapport au nombre de visiteurs

LES BASES D'UNE STRATÉGIE DIGITALE

3

FIDELISER



• LA STRATEGIE DE FIDELISATION

- Mettre en place un processus dès la première réservation : Mail pré-séjour et Post séjour
- Gestion du fichier client pour bien connaître ses clients
- Newsletter

Fred Reichheld



"Il est cinq à dix fois moins coûteux de conserver un client existant que d'en acquérir un nouveau".

CONCLUSION

une stratégie digitale s'appuie sur 5 leviers :

- Un **bon site** internet
- le **référencement naturel** : stratégie de contenu, recherche de mots-clés pertinents...
- le **référencement payant**, autrement appelé le **SEA** (Search Engine Advertising) : annonces en ligne sur les moteurs de recherche...
- **les publicités en ligne**, aussi appelées display marketing : bannières publicitaires, boutons d'appel à l'action (les fameux CTA – Call to Action)...
- **l'emailing** : l'exemple le plus connu est sans nul doute la newsletter
- le SMO (**Social Media Optimization**), autrement dit le marketing sur les réseaux sociaux : cela comprend toutes les publications que vous postez sur vos réseaux sociaux, l'interaction que vous avez avec votre audience...

LES PERSONAE OU LES CIBLES CLIENTS

- En marketing, le persona (ou buyer persona) est un personnage semi-fictif représentant un ensemble de personnes qui partagent la même problématique par rapport à votre offre. En d'autres termes, c'est votre coeur de cible, celui qui est réellement susceptible d'être intéressé par vos produits



UN PERSONA POUR QUOI FAIRE ?

Développement d'offres spécifique

Segmentation du marché

Identification des moments de publication

Compréhension des besoins clients

Établissement de partenariats stratégiques

Anticipation des tendances

Amélioration de la satisfaction client

Optimisation du ROI publicitaire

UN PERSONA POUR QUOI FAIRE ?

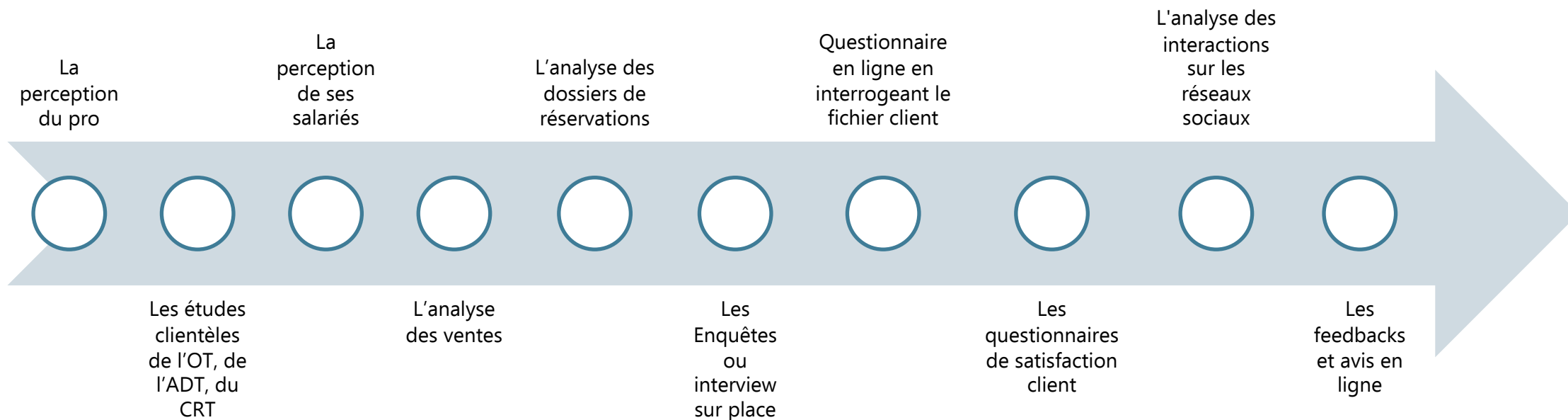


« POUR LES PROFESSIONNELS DU
TOURISME, LES PERSONAS NE
SONT PAS SEULEMENT DES OUTILS
MARKETING, MAIS DES BOUSSOLES
QUI ORIENTENT L'ENSEMBLE DE
L'EXPÉRIENCE CLIENT, DE LA
CONCEPTION DE L'OFFRE À LA
FIDÉLISATION ».

COMMENT DÉFINIR SES PERSONAE


- Qui est mon client ?
- Quels sont ces besoins ?
- Qu'achète-t-il ?
- Quel est son process d'achat ?
- Quels sont ces attentes ces freins ?
- Où achète-il ?
- Quand achète-il ?

LES OUTILS POUR DÉFINIR SES PERSONNAE



QUELQUES EXEMPLES DE PERSONA

Paul et Mireille



Qui sont-ils ?

Ouverts
Retraités
Actifs
Sociables
Curieux

65/75
ans

BRETAGNE

Leur séjour

Hôtel ou Chambre d'hôte

Durée de séjour : 1 semaine

Saison : automne

Préparation : Quelques semaines

Motivations du séjour

Climat
La Rochelle
Ile de Ré

Echanges
Rencontres
Comprendre l'histoire
du lieu

Centres d'intérêts

Paul et Mireille aiment ...

Patrimoine
bâti


Faune
Flore

Visites de
villages

Se restaurer

Le terroir

Patrick et Claire



Qui sont-ils ?

Famille
avec ados
Organisés
Employés
Cherchent
bons plans

45 ans

Grande Région
FRANCHE-COMTE

Leur séjour

Camping

Durée de séjour : 2 semaines

Saison : Vacances d'été

Préparation : 4 à 6 mois

Motivations du séjour

Occuper
les ados

Les grands sites
touristiques

Découvrir le littoral

Centres d'intérêts

Patrick et Claire aiment ...

Sites emblématiques
du territoire

FREE
Activités
gratuites

Animations
Festivals

En attente
de bons plans

<https://www.aunis-pro-tourisme.fr/centre-de-ressources/nos-client%C3%A8les/>



GRUISSAN
TOURISME

Merci pour votre attention