

Comment éviter le "hold-up" des OTAs



[TECHNOLOGIE](#) | [PRICELINE](#) | [BOOKING.COM](#) | [HÉBERGEMENT](#) | [INTERNET](#) | [HÔTEL](#) | Le 20 octobre 2013 à 16h 00 par Sarah Chevalley



Rémi Ohayon livre cinq conseils pour que les hôteliers soient moins étranglés par leurs coûts de distribution en ligne.
© Fotolia.

Sur le même sujet

[Les coûts de distribution des hôteliers dérapent](#)

[Les villes de NYC et SF craquent pour Booking.com](#)

[Hôtellerie : la clause de parité qualifiée d'illégal](#)

[Quand l'hôtel devient prisonnier de Booking.com](#)

Le malaise est palpable depuis 2 ans. Les hôteliers-restaurateurs sont littéralement étranglés par les commissions pratiquées par les agences de réservation en ligne (OTA) devenues incontournables. Dans un récent livre, "Addi(c)tion", Rémi Ohayon décrypte ce phénomène et apporte des solutions.

Ce restaurateur devenu expert dans les métiers du web, du marketing et de la notoriété en ligne, livre 5 conseils avisés aux professionnels de l'hôtellerie pour sortir du cercle vicieux des OTAs :

1. Proposez des tarifs avantageux (tout en respectant la parité tarifaire)

Dans les contrats signés avec les sites de réservation

en ligne, aucune clause n'interdit aux hôteliers de faire des tarifs avantageux à leur fichier client. Or le réseau [Facebook](#) est par exemple considéré comme un fichier client. Sachant que plus de 50% des consommateurs tiennent compte de l'avis de leurs proches et de celui des autres clients, les hôteliers-restaurateurs ont tout intérêt à être actifs sur les réseaux sociaux.

2. S'équiper d'un logiciel coffret-cadeau

Les hôteliers peuvent greffer à leur propre site un logiciel personnel de coffret cadeau, qui ne dépend d'aucun portail. Cela leur permet de proposer une offre qualitative (plus de choix dans les prestations) et plus modulable que celle proposée par les sites spécialisés (date de péremption moins contraignante). C'est un moyen efficace de booster

son chiffre d'affaires, en reprenant le contrôle sur sa marque.

3. Investir dans la formation au e-marketing

Les réceptionnistes de demain doivent devenir des e-réceptionnistes ! Il ne leur suffit pas d'avoir des notions de yield management (optimisation des revenus), ils doivent aussi être de véritables community manager, capables d'animer et de gérer la présence de l'hôtelier sur les réseaux sociaux, de répondre aux avis des consommateurs... Il y a un métier à créer.

4. Veiller sur son e-réputation

Là encore, les réseaux sociaux sont fondamentaux. 70% des clients s'y expriment. Pour plus de transparence,

il est important que l'hôtelier mette en place un protocole de fin de séjour, en envoyant à tous ses clients un e-mail renvoyant sur sa page Facebook ou sur un site d'avis de consommateurs. Pour maîtriser la prise de parole sur le web, il existe des logiciels qui centralisent tous les verbatim sur un établissement en recherchant à travers les sites d'avis de consommateurs, les pages personnelles sur les réseaux sociaux...

5. Aller plus loin que la facturation

Aujourd'hui, les logiciels de facturation des établissements ne permettent pas d'avoir un historique du comportement du client dont le choix, s'il est d'abord dicté par des critères économiques, est aussi affectif. Le voyageur souhaite retrouver ses habitudes, être reconnu, écouté... L'avenir passe par l'équipement d'un logiciel CRM (customer relationship manager), capable de traiter et d'analyser toutes les données relatives aux clients (la catégorie de chambre qu'il a occupé, les soins choisis au spa, le menu de son dîner...). Ces logiciels sont les outils de fidélisation de demain. Pour preuve, le groupe Accor vient de se doter d'un outil de ce type, prochainement testé par 700 vendeurs à travers le monde.

** Editions Page d'Ecriture, 2013. Avec la publication du livre, des conférences-débats seront organisées à partir du 21 octobre. Parallèlement, une plateforme interactive permet aux professionnels de l'hôtellerie-restauration de réagir sur le sujet : www.addiction.travel.*

Partagez l'info :



Comment éviter le "hold-up" des OTAs - L'Echo Touristique <http://www.lechotouristique.com/article/comment-eviter-le-ho...>

Comment éviter le "hold-up" des OTAs - L'Echo Touristique

<http://www.lechotouristique.com/article/comment-eviter-le-ho...>