

«L'hôtelier ne peut plus se passer

SOUTENUS PAR HÔTELLERIESUISSE, DES COURS DESTINÉS AUX HÔTELIERS ET RESTAURATEURS SONT PROPOSÉS CE PRINTEMPS À LAUSANNE PAR LA FORMATRICE ET CONSULTANTE CLAUDIA BENASSI-FALTY, SPÉCIALISÉE EN E-MARKETING..

– **Les temps changent et les techniques de vente évoluent. Il est désormais impossible de se passer des nouveaux outils et médias...**

– La montée en puissance des nouvelles technologies et des réseaux sociaux bouleverse toute la chaîne du cycle du voyage, dans ses différentes phases, telles que: inspiration, recherche, décision, expérience et partage. Les modes de communication et les outils marketing en sont profondément modifiés. Face à ces évolutions très rapides, les hôteliers, restaurateurs et acteurs du tourisme sont pour la plupart démunis. Ils manquent souvent des connaissances nécessaires pour s'adapter et tirer profit de cette nouvelle situation. Or, pour les hôteliers, ne pas s'adapter signifie passer à côté d'environ 80% des ventes potentielles: Internet (PC, tablettes et mobiles) représente presque 80% des réservations d'hôtels. Chaque année une proportion croissante de dépenses en publicité se déplace des médias traditionnels vers les supports en digital.

– **Est-ce une évolution inéluctable?**

– Oui clairement. On parle même de «Darwinisme digital»: face aux mutations engendrées par les nouvelles technologies, il est vital de s'adapter. Désormais, 66% des personnes qui vont réserver un hôtel vont passer encore plus de temps dans leurs recherches sur internet. Les réservations faites directement via le site de l'hôtel sont trois à cinq fois plus profitables que celles faites via des intermédiaires. Près de 63% des voyageurs consultent des avis avant de réserver et parmi eux 73% sont des personnes de 18 à 34 ans. L'enjeu, pour les hôteliers, est donc d'optimiser chaque élément de la chaîne ayant un impact sur le choix et la réservation de leur hôtel.

– **Comment se passent les cours et conviennent-ils aux néophytes d'internet?**

– A la base, ce sont des cours de formation continue que j'ai délivrés aux hôteliers et restaurateurs valaisans dans le cadre de leur programme de formation continue ritzy* organisée par la HES-SO Valais, des cours subventionnés par leur redevance annuelle. En 8 ans, ce sont près de 300 hôteliers-restaurateurs qui ont été formés Aujourd'hui,

avec hotelleriesuisse et ritzy*, nous lançons ces cours à Lausanne dès ce printemps et cet automne à Genève, sous la forme d'un cursus, validé, après examen, par un certificat de «Gestionnaire e-marketing et réseaux sociaux pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme», reconnu au niveau suisse par hotelleriesuisse. Ces huit cours sont organisés dans un bureau au centre de Lausanne à raison de 10 et 12 élèves.

– **A qui s'adresse cette formation?**

– Ce cursus s'adresse aux hôteliers (spécialement ceux des 3*) et à leurs employés chargés de la relation avec la clientèle ou de la communication, voire les deux. Ils apprennent à optimiser différents éléments sur internet, de façon à pouvoir entrer en concurrence avec les autres systèmes de vente du marché. Souvent, dans de petits hôtels familiaux, l'occupation du temps ne permet pas de former des spécialistes. Avec ces nouveaux outils, ils peuvent acquérir des compétences à peu de frais et acquérir les connaissances nécessaires pour devenir plus performants. Désormais, il s'agit aussi d'intégrer les smartphones dans sa stratégie marketing, même si certains sont réticents.

– **Faut-il avoir un spécialiste du web branché en permanence dans chaque hôtel?**

– Non, mais un petit contrôle de e-réputation est nécessaire au moins une fois par jour. Cela peut être l'hôtelier lui-même ou une autre personne du staff. Il faut qu'elle aime communiquer, qu'elle réalise vraiment l'impact de cet outil marketing. Une présence active et régulière est néanmoins indispensable.

– **C'est un problème de génération?**

– La population qui croît le plus sur Facebook est celle des 50 à 60 ans. Certains participants ont des réticences au départ, mais tout va mieux quand ils prennent confiance.

– **Il existe de plus en plus de sites de e-réputation émaillés de critiques. L'hôtelier doit-il répondre systématiquement?**

– Il faut toujours répondre sur ces sites de recommandation, sinon les retombées peuvent être coûteuses. C'est à la fois une opportunité et un danger. Reste à savoir comment. Sur Tripadvisor, la possibilité existe d'avertir le site qu'un client menace d'effectuer un chantage. Sa critique peut être alors bloquée. Pour l'hôtelier, les remarques d'utilisateurs sont de bons indices. Si dix personnes disent la même chose, c'est un feedback et une opportunité d'amélioration. Si l'hôtelier ou le manager répond systématiquement et d'une manière constructive,

c'est tout bénéfique pour l'établissement. Mais il s'agit d'apprendre à répondre et à ne pas faire monter la mayonnaise, même si le client n'est pas de bonne foi. On peut aussi apprendre à renverser diplomatiquement la situation, avant que le client aille se plaindre sur internet. C'est encore mieux! Avec une bonne stratégie, ces sites d'avis peuvent agir comme apporteurs d'affaires.

– **L'hôtelier doit-il être sur Facebook ou sur Twitter? Ou sur les deux?**

– Les deux sont des outils de communication en temps réel. Twitter est plus américain, plus dans le dialogue et le service pratique. C'est un très bon outil de monitoring. Facebook est le N° 1 et l'hôtelier devrait avoir sa page. C'est une opportunité de réagir et d'interagir directement avec ses «fans». Il y a aussi les vidéos de YouTube, qui sont en plus très efficaces pour le référencement. Google Maps est aussi très important, c'est un système de localisation et de référencement, aussi consultable via son mobile. Google a optimisé toute la chaîne. Le blog est aussi un outil très utile, complémentaire au site web et à Facebook. On peut encore citer l'application Instagram, basée sur l'image et le mobile, c'est un site américain qui possède un fort pouvoir émotionnel. La photo prise par le client peut être accompagnée d'un commentaire et, associé à d'autres réseaux, cela donne beaucoup de visibilité. Il faut que le site donne envie et joue la transparence, si vous trichez, les gens vont se plaindre sur le réseau. Dans ces cours, l'accent est vraiment mis sur le marketing: le but est d'augmenter l'acquisition et d'améliorer la fidélisation des clients. Précisons encore que, lorsque nous parlons de Facebook pour les hôteliers, il s'agit de la page Facebook, qui est un outil de communication et de promotion destiné spécifiquement aux entreprises, il est différent du profil Facebook individuel. L'outil Page Facebook offre par exemple des statistiques: combien de fois chacune de mes publications sur ma page Facebook a-t-elle été vue? Combien de personnes ont réagi? (= cliqué sur «j'aime», commenté, partagé...), combien de vues «directes» ont-elles généré et combien de vues «indirectes» (= les amis des amis), statistiques par pays, langues, etc. Facebook est un fantastique levier de viralité qui permet d'accroître le nombre de personnes touchées. De plus, étant donné que toute la chaîne menant de l'inspiration au choix final et à la réservation est impactée par les nouveaux outils et médias (Google, mobile, avis de clients, réseaux sociaux), ce sont les différentes étapes de cette chaîne que nous cherchons à optimiser dans nos cours, afin de maximiser les taux de réservations.

Propos recueillis par O.G.

d'internet et des réseaux sociaux»



La formatrice et consultante Claudia Benassi-Faltys

Informations pratiques

Thèmes des 8 séances de cours:

- nouvelles tendances et outils marketing
- création et animations Facebook
- création de votre newsletter
- animations multimédia (image, vidéo)
- création et alimentation de votre blog
- référencement et Google Adwords
- E-reputation & monitoring, Twitter, ainsi que des workshops de mise en pratique.

Dates des 8 jours de cours c/o Sosoftware, au chemin Renou 2 à Lausanne:

- 15-16 avril
- 29-30 avril
- 6-7 mai
- 13-14 mai
- 26 août – examen permettant l'obtention du certificat de «gestionnaire e-marketing et réseaux sociaux pour le tourisme, l'hôtellerie et la restauration». Le certificat est délivré par Hotelleriesuisse.

Les prochains cours sont prévus du 30 septembre au 5 octobre et du 25 novembre au 30 novembre.

Plus d'infos par email: cbenassi@convergenttracks.com ou sur www.etourisme-marketing.com

Tarifs:

- | | |
|--------------------------------|------------|
| – Cours avec examen & coaching | Fr. 3750.— |
| – Réduction Hotelleriesuisse: | Fr. 400.— |