Les tendances de réservation dans le tourisme et leurs effets sur la commercialisation des logements de vacances

Roland Schegg

Institut de Tourisme (ITO) Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale Valais (HES-SO VALAIS) - Sierre, 31 mai 2012

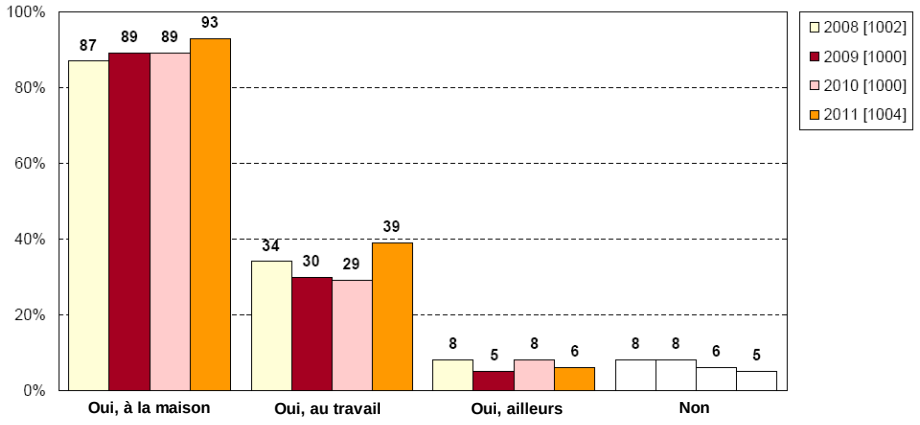
Agenda

1. Comment les Suisses se comportent-ils aujourd'hui par rapport à leur planification de voyage et à la réservation?
2. *Faits & Chiffres* sur le paysage de la distribution dans l'hôtellerie suisse
3. Les tendances de réservation pour les logements de vacances
4. Recommandations pour la commercialisation des logements de vacances
5. Questions

Accès Internet en Suisse

Possibilité d'utiliser Internet 2008, 2009, 2010, 2011

Question 203.60: Avez-vous la possibilité d'utiliser Internet à la maison ou ailleurs (p.ex. au travail)



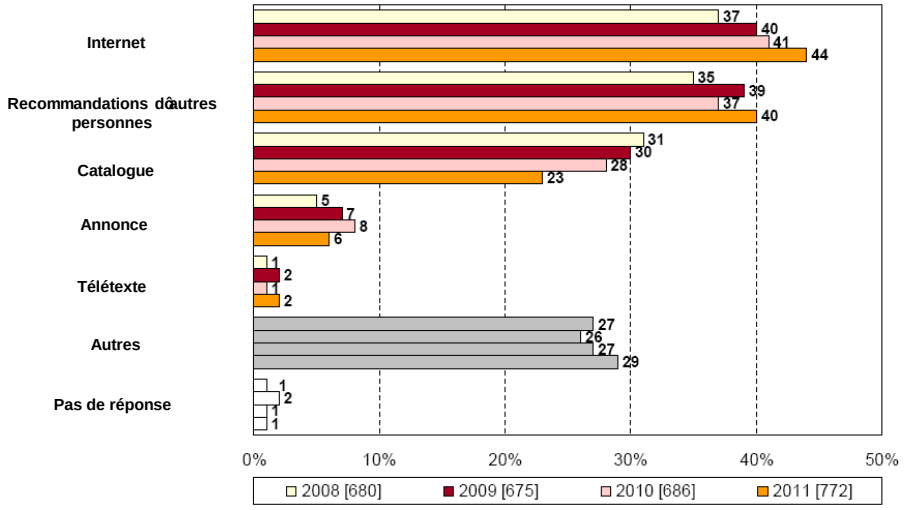
3

ELVIA / Mondial (2011)

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Suisse: En règle générale, sur quelles sources basez-vous votre décision d'aller en vacances?



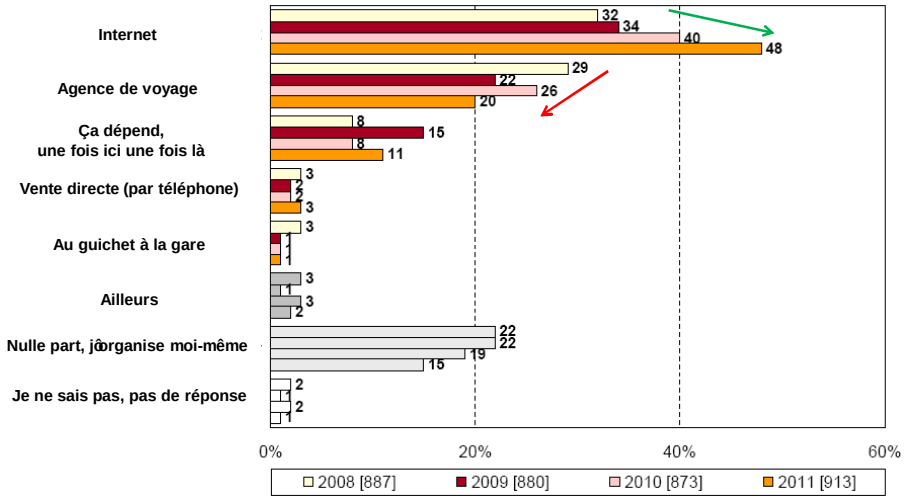
4

ELVIA / Mondial (2011)

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Comportement de réservation des Suisses par rapport aux vacances



Elvia / Mondial (2011)

Bilan

- Les clients disposent d'un accès à Internet et d'expérience.
- Les clients s'informent en ligne ou auprès des amis/connaissances par rapport aux informations de voyage (réseaux sociaux)
- Les clients sont prêts à réaliser leurs réservations en ligne.

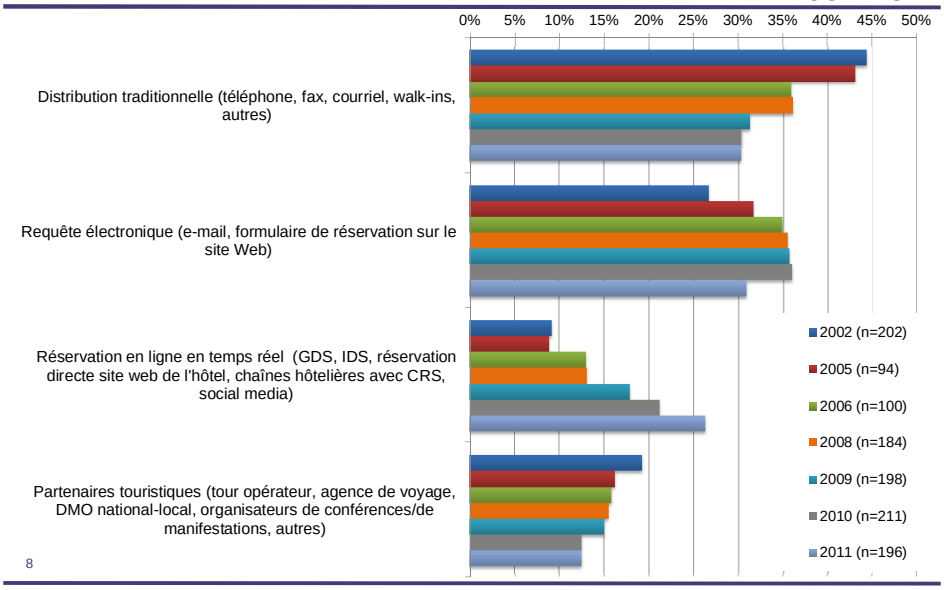
2. Paysage de la distribution dans l'hôtellerie suisse

7

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Les tendances dans la distribution hôtelière suisse 2002-2011



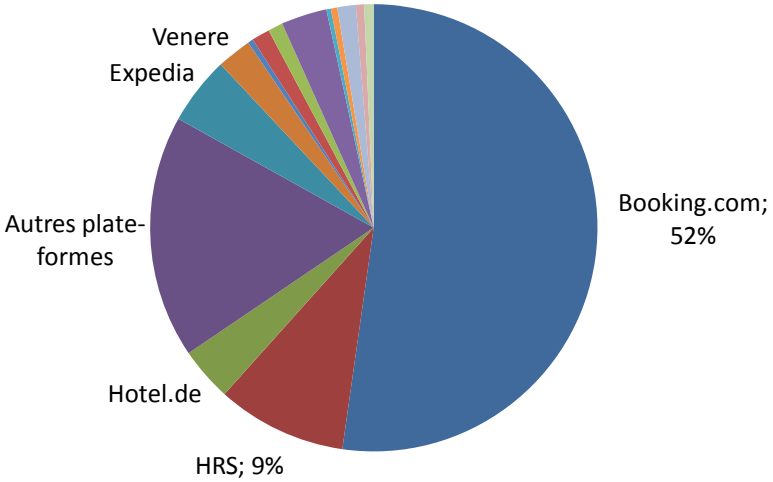
8

Hes·so VALAIS WALLIS

Schegg & Fux (2012)
www.etourism-monitor.ch

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Part de marché des plates-formes de réservation en ligne dans l'hôtellerie suisse



9

Schegg & Fux (2012)
www.etourism-monitor.ch

3. Tendances de réservation pour les logements de vacances

10

Tendances de marché 2012 pour les logements de vacances en Allemagne: Profil

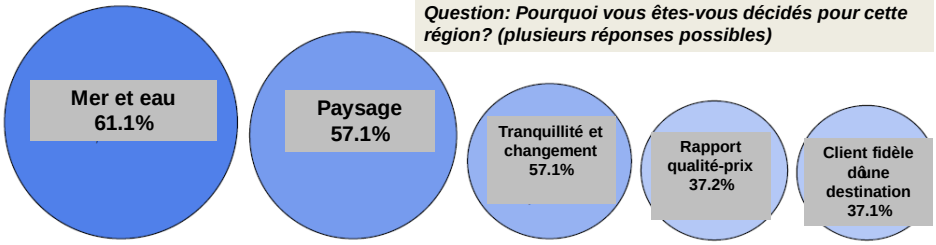
- Les résultats de l'étude confirment la tendance de choisir des logements de vacances comme **alternative aux hôtels**.
  - Les avantages sont la souplesse par rapport au programme de la journée organisé à ses propres besoins, la sphère privée, la décontraction, ainsi que l'espace et la liberté d'action qui permet un logement de vacances.
- Principalement ce sont **les femmes** qui s'occupent de la planification des vacances.
- Deux tiers des locataires d'un logement de vacances ont entre **40 et 59 ans** et font donc partie du groupe qui jouit de gros revenus.
- La majorité dispose d'une **formation scolaire** qui surpasse nettement le niveau des utilisateurs communs: 54% disposent d'un baccalauréat (groupe cible: utilisateurs d'internet: 34%), 39% disposent d'un diplôme de fin d'études universitaires.
- **Les niveaux de salaires plus élevés** sont les mieux représentés
- Les logements de vacances sont le plus souvent réservés par des **familles avec des enfants** (55%).

11

HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Enquête en ligne auprès de 6.678 locataires d'un logement de vacances en Allemagne

Logements de vacances, tendances de marché 2012 en Allemagne: facteurs décisionnels

Question: Pourquoi vous êtes-vous décidés pour cette région? (plusieurs réponses possibles)



12

HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Enquête en ligne auprès de 6.678 locataires d'un logement de vacances en Allemagne

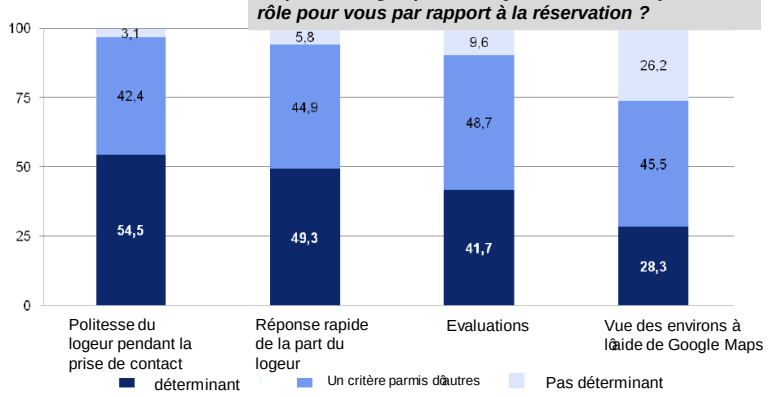
Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Logements de vacances, tendances de marché 2012 en Allemagne: processus de réservation

- Pour la moitié des personnes questionnées **la politesse** et **la vitesse** du logeur lors du premier contact sont déterminantes pour la réservation ultérieure.

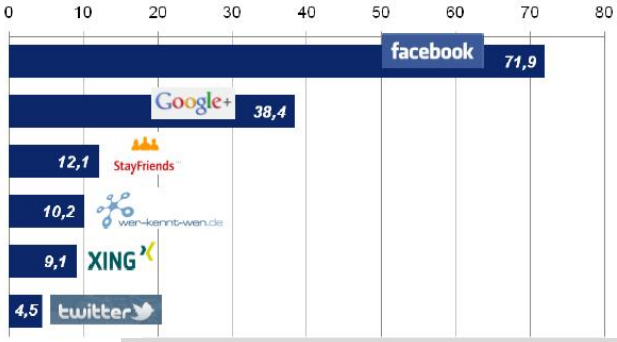
En pourcentage, question: Quels critères ont joué un rôle pour vous par rapport à la réservation ?



HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Enquête en ligne auprès de 6.678 locataires d'un logement de vacances en Allemagne

Logements de vacances, tendances de marché 2012 en Allemagne: processus de réservation

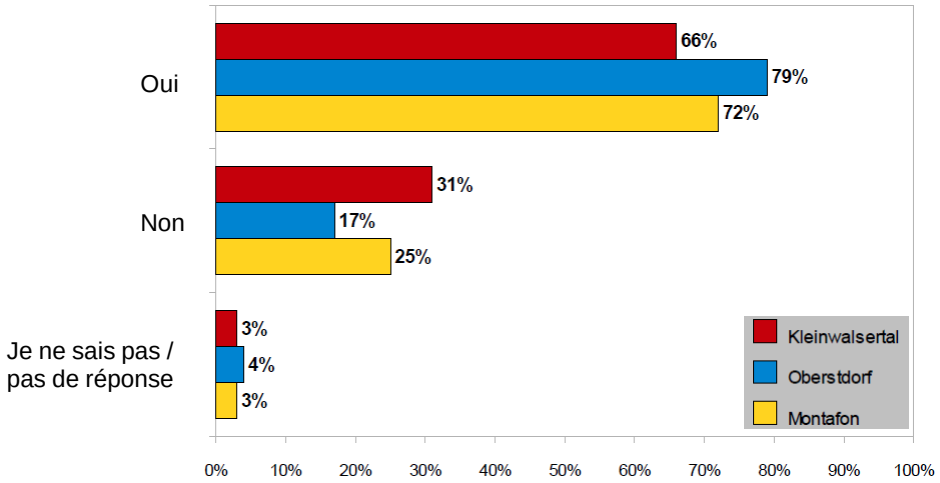
- L'utilisation des **médias sociaux** pour planifier ses propres vacances n'est pas encore très fréquent: **seulement 21,7%** intègrent les réseaux en ligne comme Facebook ou Google+ activement dans leur planification de vacances, p.ex. en lisant les recommandations.



En pourcentage, question: Quels médias sociaux utilisez-vous?

HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Enquête en ligne auprès de 6.678 locataires d'un logement de vacances en Allemagne

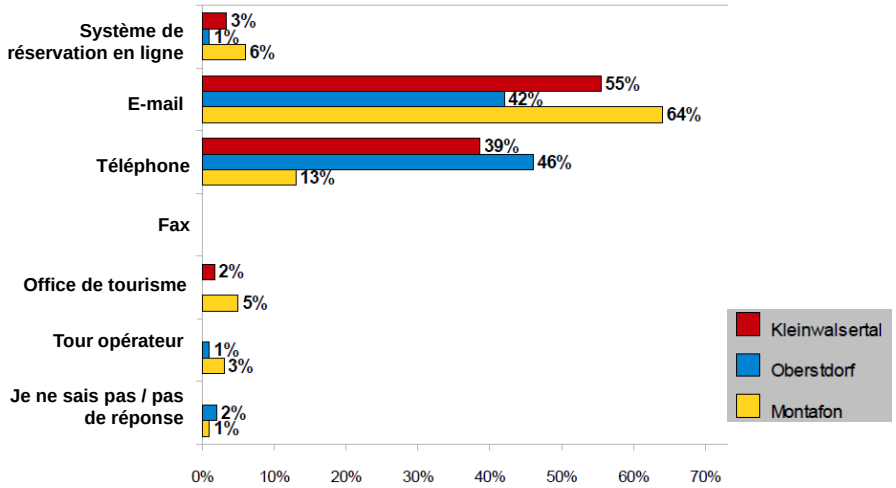
Logements de vacances avec site web propre



15 i-con & connective thinking (2010). Programme d'impulsion petites entreprises touristiques. Résultats de Kleinwalsertal, Oberstdorf, Montafon en comparaison. Enquête auprès de 632 entreprises.

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Canaux de réservation importants pour les logements de vacances



16 *i-con & connective thinking (2010). Programme d'impulsion petites entreprises touristiques. Résultats de Kleinwalsertal, Oberstdorf, Montafon en comparaison. Enquête auprès de 632 entreprises.*

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Synthèse Tendances I

Thème	Résultats importants
Client	**Canaux en ligne** pour planifier les vacances ainsi que pour la réservation de plus en plus importants à côté du **bouche-à-oreille** classique (recommandations des membres de famille et des amis) **Clients** des logements de vacances: **bonne formation scolaire**, **revenus élevés** Ce sont surtout les **femmes** qui s'occupent de la planification des vacances

17

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Synthèse Tendances II

Thème	Résultats importants
Processus de réservation	**Requêtes de réservation** (téléphone, e-mail, formulaire en ligne) dominent clairement. **Politesse et vitesse** par rapport aux requêtes cruciales. Médias sociaux et réservations en ligne encore en stade de développement, à moyen terme plus importants aussi pour le marché des logements de vacances. Mais **évaluations des clients** (p.ex. sur TripAdvisor) déjà cruciales.

18

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

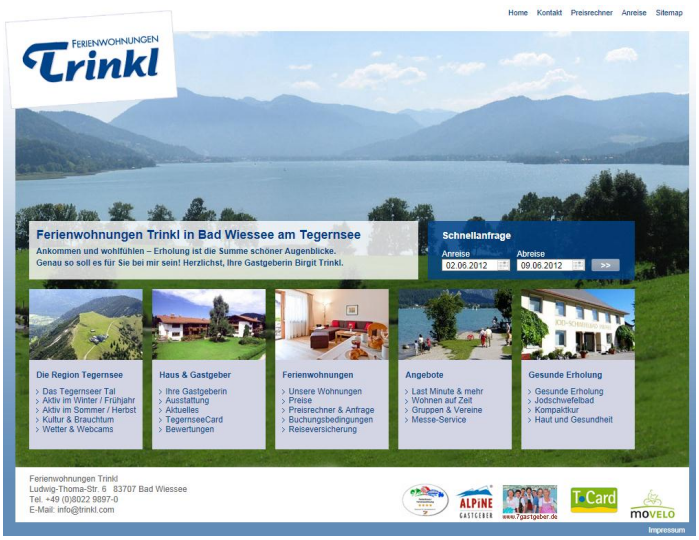
4. Recommandations pour la distribution directe en ligne des logements de vacances

- **Maîtrise des outils de marketing en ligne** ainsi que optimisation du **site web** en tant qu'instrument central de marketing et de distribution.
- **Motiver les visiteurs du site web à réaliser une réservation en ligne** en leur garantissant un bon rapport qualité-prix et en actualisant le site web qui est de bonne qualité. Ceci est surtout valable pour les clients habituels.
  - *Unique products* ou *packages* (pas seulement le produit standard «chambre»)
- **Exécution rapide et compétente des requêtes de réservation par e-mail et téléphone**, ceci afin que le client dispose des informations nécessaires pour une prise de décision sans passer par d'autres canaux d'information.
- Utiliser la plate-forme de **Suisse Tourisme** pour le marketing et le système de **classification** (FST) pour les logements de vacances.

19

Hes·so VALAIS WALLIS — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Renforcer la confiance au moyen d'un site web moderne



20

Hes·so VALAIS WALLIS

http://www.trinkl.com

Confiance par le biais de programmes de qualité et affiliations

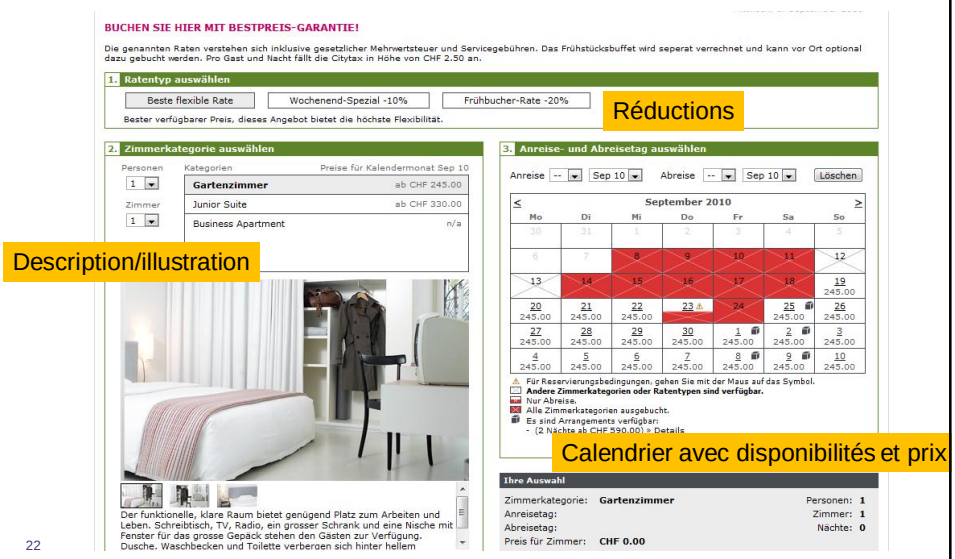
Renforcer la confiance par le biais de la transparence: Evaluations des clients

http://www.trinkl.com

21

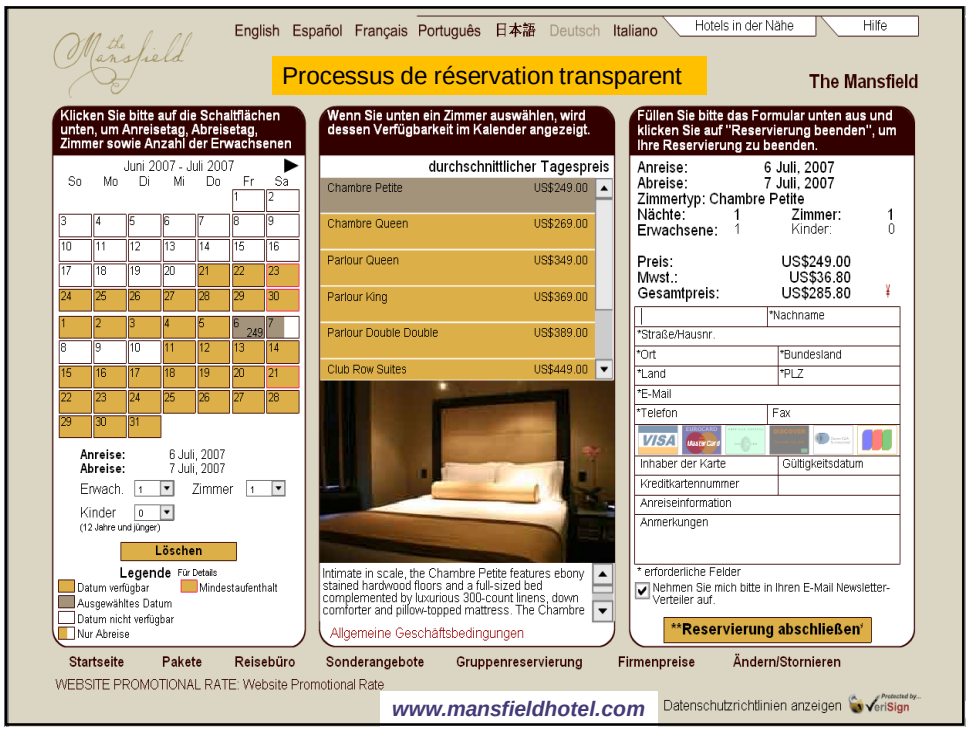
Hes·so VALAIS WALLIS — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Renforcer la confiance et permettre la action par le biais de la technologie de réservation: Exemple hôtellerie

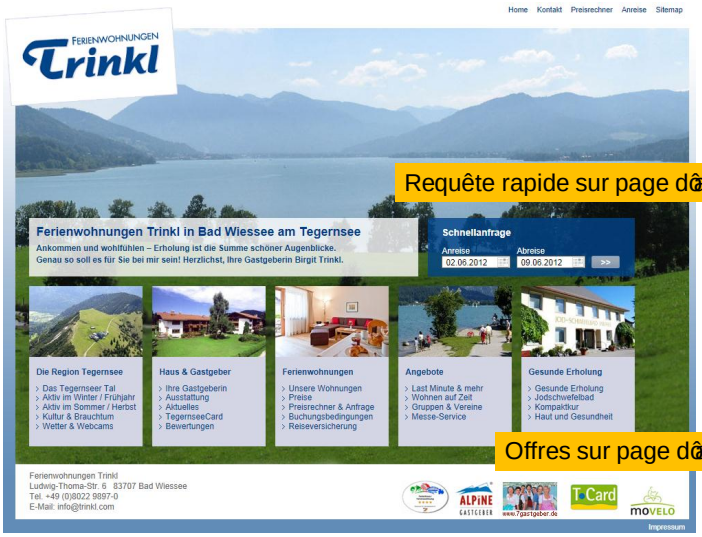


22

Hes·so VALAIS WALLIS — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF



Logements de vacances: stimuler les réservations sur le site web propre



http://www.trinkl.com

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Renforcer la confiance et permettre lâaction par le biais de la technologie de réservation (facile)

Transparence à lâaide de photos

Prestations supplémentaires

Coordonnées en cas de questions

25

http://www.trinkl.com

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Orientation sur les ventes: Innovation de produit et mettre lâaccent sur les besoins du client

Serviced Apartments (à partir de 4 semaines)

Offres à court terme et offres de 2-4 jours

Niches

26

Hes·so VALAIS WALLIS

http://www.trinkl.com

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Exécution rapide et compétente des requêtes

Hallo,

20.3. - 31.3.05

no App, und no rooms frei (OSTER- Ferien)

mfg

Pas comme ça

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich würde gerne mit meiner Frau und unseren zwei Töchtern (8 und 10 Jahre) Ende März (vom Dienstag 22. bis Samstag 26.) ein paar Tage Skiurlaub in Ihrer Gegend machen. Hätten Sie noch freie Zimmer? YA Wenn ja, wie teuer käme uns der Aufenthalt bei Ihnen? Sind die Skilifte mit dem Auto schnell zu erreichen? ca.20km

Mit bestem Dank für Ihre Bemühungen und freundlichen Grüssen

Thomas Meyn
D-20101 Hamburg

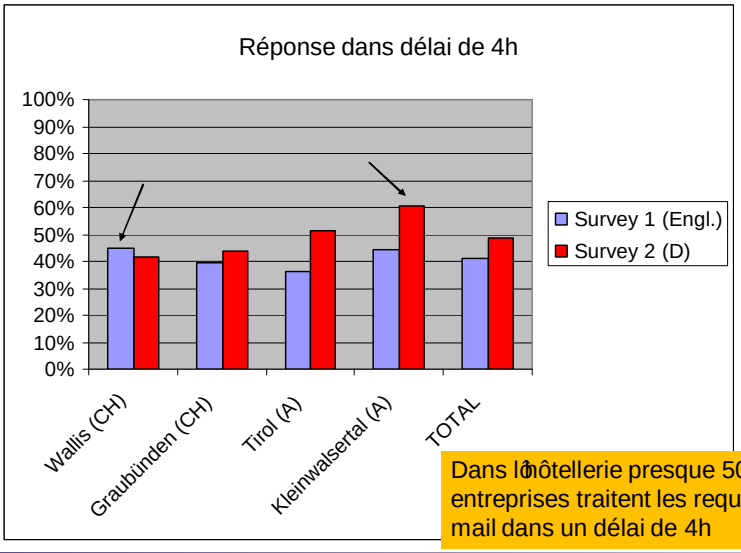
27

Hes·so VALAIS WALLIS

Schegg & Liebrich (2005): Mystery Guest Survey bei 195 3-4 Sterne Hotels in A und CH

ECOLE SUISSE DE TOURISME E S T — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE S T

Exécution rapide et compétente des requêtes



Dans l'hôtellerie presque 50% des entreprises traitent les requêtes e-mail dans un délai de 4h

28

Hes·so VALAIS WALLIS

Schegg & Liebrich (2005): Mystery Guest Survey bei 195 3-4 Sterne Hotels in A und CH

ECOLE SUISSE DE TOURISME E S T — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE S T

Exécution rapide et compétente des requêtes

29

Exécution compétente des requêtes en ligne

- Les attentes élevées des clients impatients en ligne peuvent être satisfaites avec un **service mail rapide, de meilleure qualité et personnalisé**
  - Répondez à **toutes les questions** d'une manière courte et précise
  - Vous pouvez quand même **surprendre l'hôte** avec des informations supplémentaires importantes
  - Même s'il n'y a plus de chambres libres, **chaque requête devrait être traitée**, car le client pourrait de nouveau s'intéresser à une chambre à une date ultérieure
  - Si le logement est complet pendant la période désirée, des **alternatives** devraient être proposées (autre date, autre logement)
- Des mesures très simples (signature mail, modèles de texte, etc.) suffisent pour améliorer la qualité de la communication électronique.

30

Contact

Roland Schegg
Haute Ecole Spécialisée de Suisse Occidentale Valais
(HES-SO Valais), Institut de Tourisme (ITO)
Enseignant à l'Ecole Suisse de Tourisme (EST)
TechnoArk 3
3960 Sierre
Tél. 027 606 90 04
roland.schegg@hevs.ch
www.hevs.ch / www.etourism-monitor.ch

Bachelor of Science HES-SO en Tourisme
Ecole Suisse de Tourisme Sierre (http://tourisme.hevs.ch)

31

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST

SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF