



LOCATIONS DE VACANCES OUTILS ET BONNES PRATIQUES POUR DÉVELOPPER VOS VENTES



Cette campagne de promotion est cofinancée par l'Union Européenne

LOCATIONS DE VACANCES : OUTILS ET BONNES PRATIQUES

TABLE DES MATIÈRES

P.3 ETAT DES LIEUX EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION

P.6 LES POINTS CLÉS POUR DÉVELOPPER SES VENTES

P6... #1 ÊTRE COMMERCIALISÉ SUR LES SITES RÉFÉRENTS

P11... #2 SOIGNER LES PHOTOS DE SES ANNONCES

P11... #3 AVOIR UNE FICHE GOOGLE MY BUSINESS ET SOIGNER SA PRÉSENTATION

P13... #4 AVOIR UN SITE WEB DE QUALITÉ

P14... #5 FAVORISER «L'EFFET BILLBOARD»

P15... #6 INVESTIR DANS UN SYSTÈME DE RÉSERVATION ET UN CHANNEL MANAGER



ÉTAT DES LIEUX EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION

Le secteur de la location de vacances a beaucoup évolué ces dernières années...

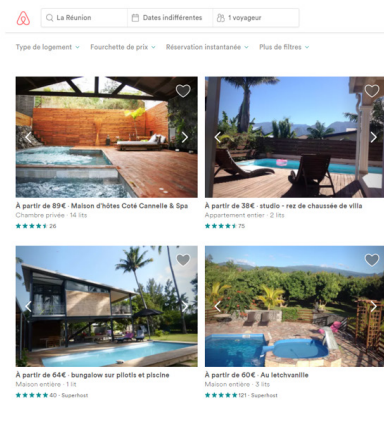
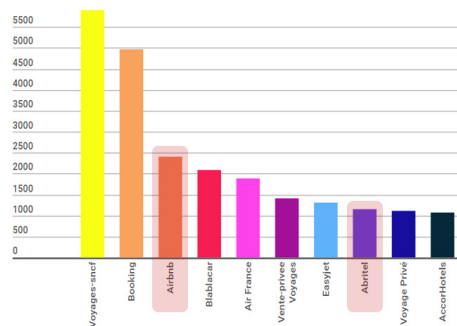


Les annuaires en ligne spécialisés du type [a-Gites](#), [Amivac](#), ... ou plus localement, [allonslareunion.com](#) ainsi que les sites web des labels [Gîtes de France](#), [Clévacances](#) qui historiquement étaient les supports référents pour choisir un gîte ou une location de vacances **ont perdu de leur influence**, petit à petit, au cours de ces 10 dernières années.

Ils sont toujours présents, **mais ils font face aujourd'hui à de gros acteurs internationaux très efficaces sur le web** comme : HomeAway (Abritel, BedandBreakfast.com, Homelidays, VacationRentals.com...), **Booking** qui intègre de plus en plus de locations de vacances, **Tripadvisor** qui se développe sur le créneau de la location de vacances en rachetant des sites (Holidaylettings, Flipkey, Niumba, HousseTrip) et bien sûr, **Airbnb** qui a pris la place de leader en seulement quelques années...

NB : Une exception toutefois dans ce paysage de multinationales américaines, [le Bon Coin](#), qui est sans aucun doute l'annuaire qui résiste le mieux et qui reste, malgré une ergonomie et des fonctionnalités basiques, un support efficace et très consulté pour ce qui concerne les locations de vacances.

Le top 10 des sites marchands de tourisme (au 3ième Trimestre 2016)



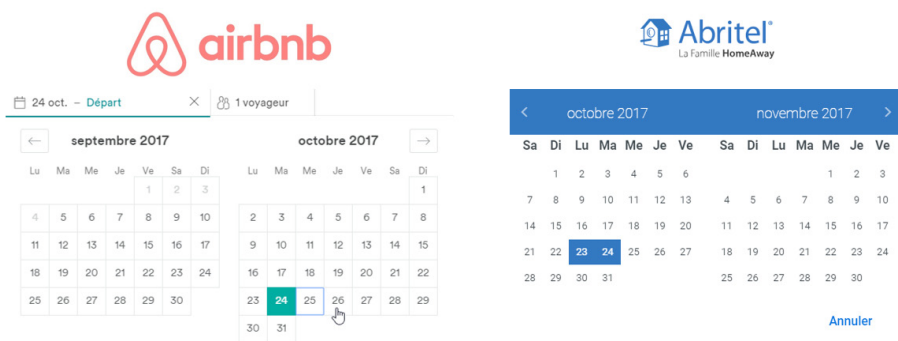
Les OTA* et Airbnb en particulier, ont totalement bouleversé cette filière et même changé les habitudes de consommation en effaçant en partie les frontières traditionnelles entre les filières.

Ils permettent à tous les particuliers de devenir des loueurs en surfant notamment sur les valeurs et surtout les bénéfices de l'économie de partage. Airbnb incite ses clients à devenir eux-mêmes des hôtes ! Tout se fait à partir du même compte Airbnb.

Résultat, **l'offre de locations de vacances a été multipliée par 10 (au moins)** ces dernières années et le phénomène ne devrait pas s'arrêter puisque les études prospectives indiquent que la location entre particuliers devrait encore croître de 30 % par an jusqu'en 2025, notamment parce que les nouvelles générations se reconnaissent totalement dans ce type de consommation.

La Réunion n'échappe pas à ce phénomène : Il y a plus de 2 300 offres d'hébergements référencées sur Airbnb (618 chambres et 1 729 logements entiers), 1 700 sur le Bon Coin et plus de 1 000 sur Abritel, pour un peu moins de 300 hébergements labélisés Gîtes de France et Clévacances.

La distribution des locations de vacances, historiquement « à la semaine » est de plus en plus structurée, par défaut, à la nuitée.



Les frontières entre ce qui différencie un hôtel, d'une chambre d'hôtes, d'une location de vacances sont en train de disparaître progressivement ...

* OTA (On line Travel Agencies), les agences de voyages en ligne.

Booking.com € FR Partagez et gagnez de l'argent Mathieu VADOT
Voyageur régulier

Type d'établissement

- Hôtels 66
- Appartements 131
- Maisons de vacances / Gîtes 85
- B&B / Chambres d'hôtes 56
- Villas 48
- Maisons d'hôtes 32
- Chalets 12
- Séjours chez l'habitant 8
- Campings 1
- Tentes de luxe 1
- Villages vacances 1
- Lodges 1

Appartement Jolie T2 duparc Ste-Marie Nouveaux

Sainte-Marie – Voir l'établissement sur la carte 2,2 km de : Réunion

L'établissement Jolie T2 duparc Ste-Marie propose un appartement doté d'une terrasse et offrant une vue sur le jardin à Sainte-Marie, à 33 km de Saint-Gilles-les-Bains.

Il est possible de réserver sans carte bancaire

Dernière réservation : il y a 3 heures

[+ Favori de la société](#) Aucun budget indiqué

3.5

Villa Hélène B&B Fabuleux 9,3

Sainte-Marie – Voir l'établissement sur la carte 4,7 km de : Réunion 334 expériences vécues

Mieux que prévu | Les voyageurs ayant séjourné dans cet établissement ont trouvé qu'il surpassait leur attentes. Très bien noté par les clients habitant en France

Entouré d'une végétation tropicale, le Villa Hélène B&B est situé à Sainte-Marie. Il dispose d'une terrasse, d'un jardin et d'une piscine extérieure.

Il est possible de réserver sans carte bancaire

Établissement réservé 2 fois ces dernières 48 heures

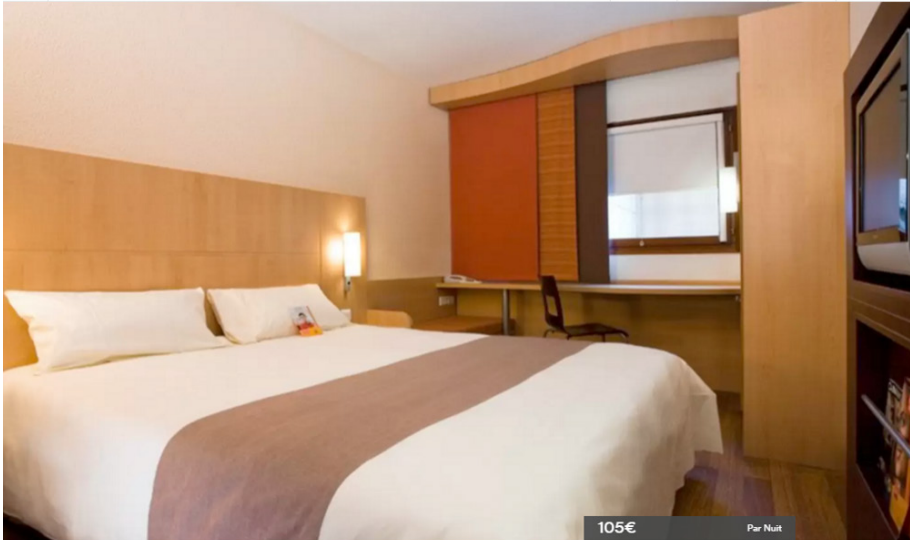
[+ Favori de la société](#) Aucun budget indiqué

9.3

Booking propose aujourd'hui plus de locations de vacances que d'hôtels à la Réunion...


Airbnb mélange aujourd'hui joyeusement toute l'offre sans même donner la moindre indication sur le type d'hébergement, comme le fait Booking...

Où allez-vous? Hôte Messages Aide Mathieu



105€ Par Nuit

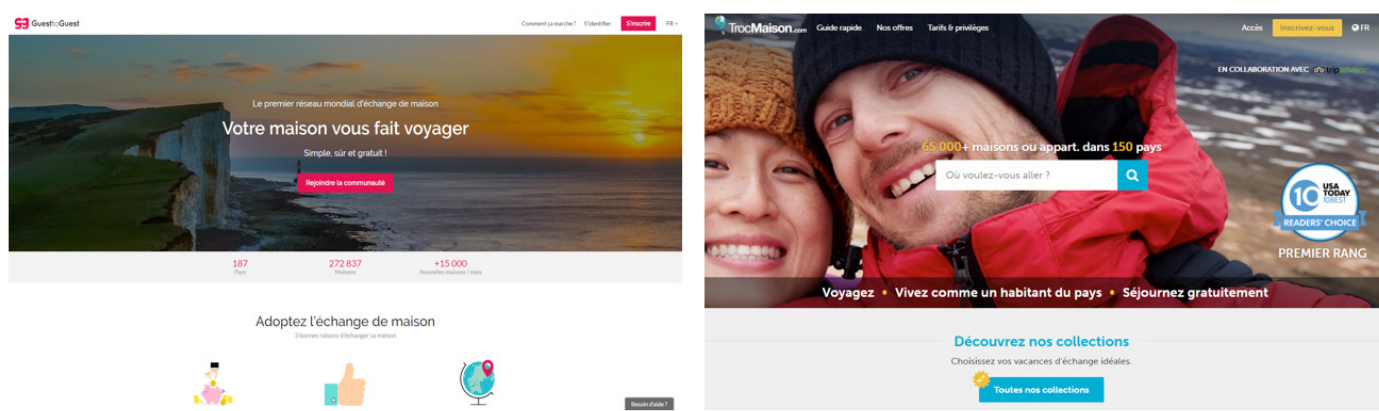
Hôtel ibis Bulle - La Gruyère
Bulle, Canton de Fribourg, Suisse

 Chambre privée 2 voyageurs 2 lits

Arrivée Départ Voyageurs

[Envoyer une demande](#)

Et en parallèle du développement continu de ces gros opérateurs, l'économie collaborative (la vraie) se développe également fortement. L'échange de maison fait de plus en plus d'adeptes, ce qui a pour conséquence de réduire la demande dans un contexte où l'offre n'a jamais été aussi importante...



NB : près d'une centaine d'offres d'échanges sont aujourd'hui proposées à La Réunion, sur [GuestToGuest](#) et [TrocMaison](#) (= HomeExchange).

POINTS CLÉS MAJEURS POUR DÉVELOPPER SES VENTES

L'offre de location de vacances a littéralement explosé ces dernières années et les clients ont un choix extrêmement important que les plateformes telles qu'Airbnb ou Aritel permettent de filtrer, comparer, évaluer et bien sûr réserver en ligne.

Être présent sur ces plateformes est indispensable, mais ce n'est pas toujours suffisant car la concurrence est beaucoup plus forte qu'avant. La qualité du produit proposé reste la base, mais sa valorisation dans toutes ses composantes sur le web est également très importante pour augmenter son taux d'occupation.

#1 ÊTRE COMMERCIALISÉ SUR LES SITES RÉFÉRENTS



AIRBNB

Airbnb a un modèle à la commission : 3 % et 5 % HT côté hébergeur et entre 5 et 15 % coté « client » sous la forme de « frais de service ».

Une commercialisation sur Airbnb implique de tenir à jour un planning de disponibilités et d'être réactif aux demandes de réservation (24h max pour confirmer une demande réservation sinon elle est perdue). Il est aussi possible d'opter pour la « [réservation Instantanée](#) ».

Airbnb encaisse les paiements de ses clients au moment de leur réservation et reverse à l'hébergeur le montant de la réservation (moins la commission) au début du séjour.

La commercialisation à la nuitée est la norme sur Airbnb, même s'il est possible de paramétrer sa distribution avec un nombre de nuitées minimum.

Airbnb considère les hébergeurs comme des potentiels clients et vice versa, le tout formant une « communauté ». Ainsi, les hébergeurs ont la possibilité de donner leur avis sur les clients qu'ils reçoivent et bien évidemment l'inverse aussi.



ABRITEL

Abritel propose 2 modèles : [un modèle à l'annonce](#) à 249 € par an qui offre une exposition internationale sur les 25 sites du groupe Homeaway.

Un [modèle à la commission à partir de 8 % HT](#) sur les ventes réalisées.

Une commercialisation sur Abritel implique de tenir à jour un planning de disponibilités et d'être réactif aux demandes de réservation avec un modèle à l'annonce (pas de délais max pour confirmer une demande réservation) et vigilant pour éviter le surbooking avec un modèle à la commission.

Dans le modèle à la commission, Abritel encaisse le paiement de ses clients au moment de leur réservation et reverse à l'hébergeur le montant de la réservation (moins la commission) au début du séjour.



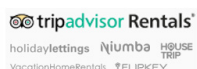
BOOKING

Booking n'a qu'un seul modèle pour tous les hébergeurs : La commission sur les ventes entre 15 et 17 %, au minimum.

Une commercialisation sur Booking est la nuitée par défaut et elle implique de tenir à jour un planning de disponibilités quotidiennement avec beaucoup de vigilance car les réservations sont systématiquement instantanées, contrairement à Airbnb ou Abritel, où cela est une option.

Autre aspect important, c'est à l'hébergeur de gérer l'encaissement des paiements des clients et donc d'être équipé d'une solution d'encaissement. [Booking transmet uniquement les coordonnées bancaires](#), il ne gère pour le moment toujours pas les paiements.

En clair, il est très difficile de travailler avec Booking sans système d'encaissement à distance. Pour les petites structures, il est conseillé d'utiliser un portefeuille en ligne comme [Stripe](#) pour gérer les encaissements sur Booking, le TPE virtuel qu'il propose répond parfaitement à toutes les problématiques d'encaissement à distance et ne nécessite pas de contrat VAD



TRIPADVISOR

Tripadvisor (partie « Location de vacances), fonctionne exactement comme Aribnb avec un modèle de [commission sur l'hébergeur \(3% HT du montant de la réservation\) et des frais de réservation côté client \(entre 8 et 14,5 %\)](#).

Autrement dit, pour avoir une fiche Tripadvisor et donc des avis dans la rubrique « Location de vacances », il faut être commercialisé (ce qui n'est pas le cas pour les autres filières du tourisme).

Une commercialisation sur Tripadvisor (partie « Location de vacances) implique de tenir à jour un planning de disponibilités et d'être réactif aux demandes de réservation (24h max pour confirmer une demande réservation sinon elle est perdue).

Tripadvisor encaisse les paiements des clients au moment de leur réservation et reverse à l'hébergeur le montant de la réservation (moins la commission) 24 h après la date d'arrivée du client. Tripadvisor offre également une gestion simple des acomptes.

La commercialisation est à la nuitée, c'est la norme, même s'il est possible de paramétrer sa distribution avec un nombre de nuitées minimum.

Tripadvisor a racheté de nombreux sites de locations de vacances dans le monde Holidaylettings (UK), Flipkey (US), Niumba (Es), HousseTrip (Fr, CH, De ...) et le fait d'être commercialisé par Tripadvisor apporte également une visibilité supplémentaire sur ces sites (idem Aritel avec les sites du groupe Homeaway).



PLATEFORME RÉSERVATION IRT

La plateforme de réservation IRT fonctionne sur un modèle à la commission : entre 8 et 12 % sur les ventes réalisées selon le canal de distribution. Une commercialisation sur la plateforme de réservation IRT implique de tenir à jour un planning de disponibilités sur un extranet.

L'IRT assure l'accompagnement dans la mise en marché et la prise en main de l'extranet. L'IRT gère la relation client avant et après-vente ainsi que l'encaissement des clients.

Et autre point important, la plateforme de réservation IRT ne référence pas l'offre des particuliers mais uniquement une offre « qualifiée » de location de vacances et gîtes.

Gîtes de France Réunion et Cléavacances sont partenaires de la plateforme de réservation IRT.



Une commercialisation via Gîtes de France et Cléavacances offre une distribution sur reunion.fr et explorelareunion.com.



LE BON COIN

Le bon coin propose uniquement un modèle à l'annonce, gratuit ou payant ([120€ pour 6 mois](#)). Ce n'est pas un site marchand, mais c'est le site d'annonces leader en France.

Le Bon Coin fait partie des sites le plus consultés en France, après Google, Youtube et Facebook ! C'est simple et efficace sur le marché français, mais il n'est en revanche pas adapté pour cibler des clientèles étrangères.

AVIS MARKETING & TOURISME

Airbnb, Abritel et Tripadvisor (partie « Location de vacances), sont les sites marchands les plus adaptés par leur mode de fonctionnement et les plus efficaces pour commercialiser des locations de vacances (Tripadvisor dans une moindre mesure).

Sur **Airbnb**, la concurrence est plus forte et cela oblige souvent à avoir une stratégie prix au plus bas pour rester compétitif.

Sur **Abritel**, les prix peuvent être légèrement plus élevés de manière à absorber la commission plus importante (si choix du modèle à la commission). Le choix entre les 2 modèles dépend vraiment du volume de réservation. Le calcul est très simple mais ne peut se faire qu'a posteriori.

Sur **Tripadvisor**, la même stratégie de prix qu'Airbnb peut être appliquée puisque la commission et le mode de fonctionnement sont identiques.

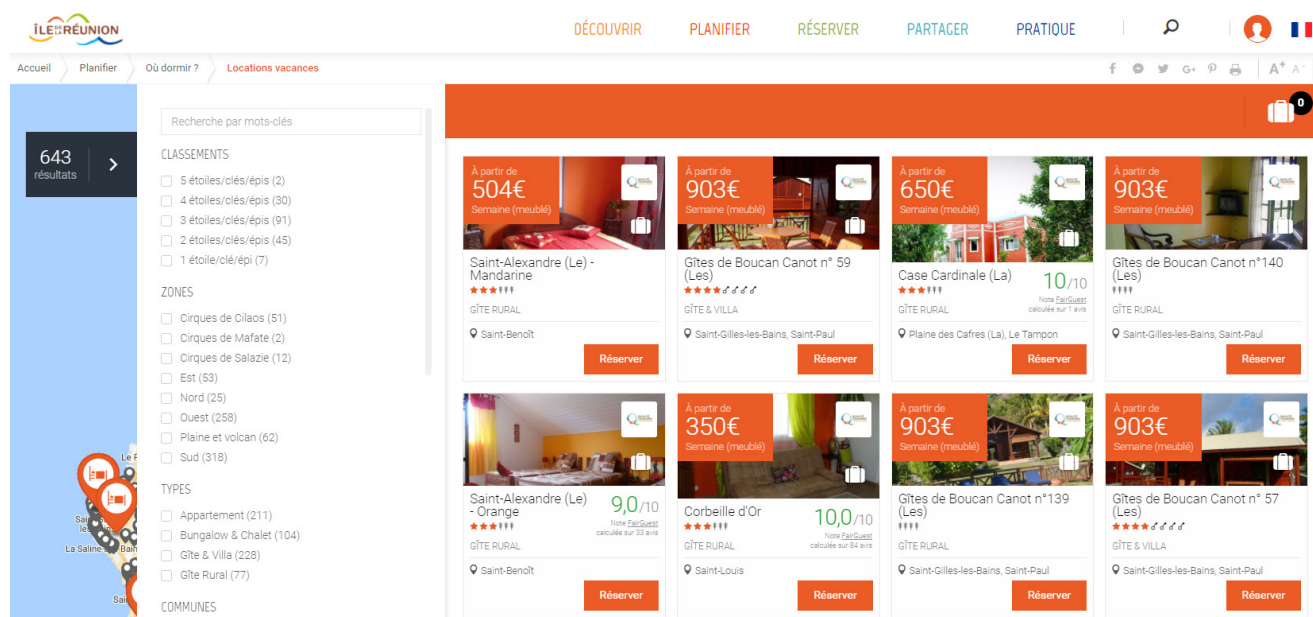
Booking quant à lui, oblige à beaucoup de professionnalisme de par son mode de fonctionnement très contraignant pour des loueurs : réservation instantanée obligatoire (c'est-à-dire que le loueur ne valide pas les réservations, celles-ci sont prises automatiquement), gestion des encaissements client (c'est au loueur de gérer les encaissements).

Il coûte également très cher (17 % de commission). En revanche, il est extrêmement efficace pour vendre des locations de vacances, car il leur offre une visibilité énorme au milieu de l'offre hôtelière.

La plateforme de réservation IRT est également un canal de distribution tout à fait pertinent dans le contexte de La Réunion (destination à forte notoriété). En effet, le site de la destination qui est couplé à la plateforme de réservation IRT est la référence en matière d'information touristique sur la destination.

C'est le seul site réellement en capacité de transformer des visites motivées par la recherche d'informations touristiques sur l'île, en réservation d'hébergement. Il bénéficie d'un très bon référencement naturel sur les

requêtes « Location de vacances la Réunion », « Gîte la Réunion »... et le taux de commission pratiqué est tout à fait honnête. Y figurer avec le bouton « Réserver » est clairement un plus.



Gîtes de France et Cléavacances peuvent aussi être pertinent lorsque le produit à commercialiser correspond à un « gîte rural ». Gîtes de France et Cléavacances bénéficient d'une forte notoriété et d'une image rassurante sur le marché français, il y a une clientèle « Gîtes de France », mais celle-ci peine à se renouveler parmi les nouvelles générations. Il est donc dangereux de s'en remettre uniquement à Gîtes de France pour sa commercialisation, pour autant, s'en passer n'est pas forcément un bon calcul. C'est dans la complémentarité que les taux de remplissage sont les plus élevés.

Enfin le Bon Coin, est potentiellement intéressant si l'on accepte de passer du temps à gérer les demandes et que l'on prend les précautions nécessaires pour faire le tri, car malheureusement il y a aussi pas mal d'escroqueries.

Ce n'est pas un site marchand. Les réservations ne tombent pas toutes seules. Il faut être en capacité d'encaisser des acomptes pour garantir les réservations (virement bancaire, TPE virtuel comme [Stripe](#) ou encore [PayPal par email](#)). Cela prend du temps en plus des échanges préalables avant de conclure une réservation. Il faut bien en être conscient.

Une problématique à gérer pour un loueur va être la tenue à jour des différents plannings de disponibilités.

En effet, dès lors qu'une même location est commercialisée sur plusieurs sites en même temps, les risques de surbooking peuvent arriver très vite (en particulier avec Booking où les réservations se font sans confirmation du loueur, contrairement aux autres sites).

Il existe des outils (Channel Manager) qui permettent de gérer à partir d'un seul planning, la distribution de sa ou ses locations sur les principales plateformes, ces outils deviennent vite nécessaires dès lors que l'on doit gérer une distribution multicanal sur plus de 2 ou 3 OTA... (Voir détail ci-après au point #6)

#2 SOIGNER LES PHOTOS DE SES ANNONCES

C'est une évidence, mais les évidences sont parfois bonnes à rappeler, **la qualité des photos utilisées dans les annonces est extrêmement importante.**



VS



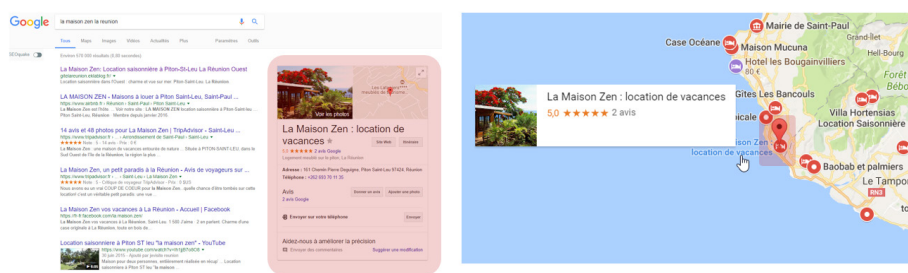
La décoration d'intérieur joue évidemment un rôle essentiel, mais une mauvaise prise de vue, une photo pixélisée, ou une photo mal cadrée peut très clairement, dans un contexte concurrentiel, faire perdre des réservations.

Des petits outils gratuits comme [Pixlr](#) pour redimensionner ses visuels, alléger le poids de ses photos, modifier les contrastes, la luminosité, mettre des filtres, etc. ou encore [Canva](#) pour écrire sur ses photos avec des typos sympas, sont des outils très utiles pour optimiser les visuels d'une annonce.

#3 AVOIR UNE FICHE GOOGLE MY BUSINESS ET SOIGNER SA PRÉSENTATION

[Google My Business](#) est le service gratuit proposé par Google pour les «entreprises locales».

Ce service permet d'obtenir une présentation de sa structure dans les résultats de recherche de Google (*photos, description, adresse, numéro de téléphone, horaires d'ouverture, site web associé, avis client...*), le tout associé à une géolocalisation sur Google Maps.



Avoir une fiche Google My Business est extrêmement important pour plusieurs raisons :

RASSURER

Cela permet de **rassurer vos clients potentiels**. A défaut, d'avoir un site web, une fiche Google My Business atteste de la réalité de votre location en la localisant et en y associant un numéro de téléphone que les plus méfiants pourront composer pour vérifier que l'annonce qu'ils ont vue est bien réelle.

De plus, une fiche Google My Business peut avoir des avis client. C'est aussi un élément fort en matière de assurance.

LOCALISER

Cela **permet à vos clients de vous trouver via leur GPS** (Google Maps, Waze) lorsqu'ils sont sur place.

INFORMER

Cela permet d'avoir **accès rapidement aux informations essentielles**, horaires, n° de téléphone, avis, photo, localisation, etc. dès la page de résultat de recherche de Google.

METTRE EN AVANT

Et depuis très peu de temps, cela permet de **mettre en avant des informations** sous forme de « [Post](#) » (actualités, promotion, nouveautés...) directement dans le carré de droite qui vous présente dans les résultats de recherche de Google ainsi que dans votre fiche sur Google Maps.

Créer ou revendiquer sa fiche [Google My Business](#) est assez simple, gratuit et extrêmement important pour la visibilité sur le web.

À SAVOIR

Remarque importante : Les « Locations de vacances » ne font pas partie des catégories éligibles sur Google My Business : « [Vous n'êtes pas autorisé à créer une fiche d'établissement pour... les biens immobiliers en vente ou en location, tels que les maisons de vacances, les maisons témoins ou les appartements vacants.](#) »

Mais paradoxalement, les catégories suivantes sont éligibles : *Gîtes / Villa / Appartement de vacances / Maison de vacances / Maison d'hôtes / Maison de campagne / Chalet / Château / Cottage / Résidence / Logement meublé / Complexe d'appartements meublés ... Bref, il y a des catégories alternatives !*

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

#4 AVOIR UN SITE WEB DE QUALITÉ

Avoir un bon site web pour une location de vacances est clairement un élément différenciant. Un site web permet de faire la différence lorsqu'un client a plusieurs options possibles en « short list ».

Cela donne une image « professionnelle », cela rassure et cela peut permettre de vendre en direct !

Cependant, le budget « marketing » d'un loueur est en principe bien plus faible que celui d'un hôtel ou d'un camping. Des CMS* comme [Wix](#) ou [Jimdo](#) sont des outils parfaitement adaptés.

Il s'agit de solutions de création de sites « clés en main » (hébergement inclus) extrêmement intuitifs et simples à mettre en œuvre, dès lors que l'on dispose de temps pour le faire et de visuels de qualité pour avoir la matière première nécessaire.

Jimdo

78 € par an !

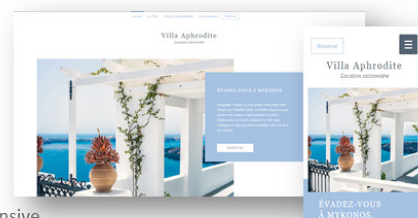
- ✓ Nom de domaine
- ✓ email associé
- ✓ Hébergement
- ✓ Certains thèmes Responsive.



WIX

150 € par an !

- ✓ Nom de domaine
- ✓ email associé
- ✓ Hébergement
- ✓ Certains thèmes Responsive.



Wix Hôtel est une version de Wix qui inclut des fonctionnalités dédiées aux petits hébergeurs, à savoir un moteur de réservation et Channel Manager.

elloha

Eloha est également une solution intéressante qui offre pour 39 €/mois, un CMS clés main de très bonne facture tel que Jimdo ou Wix avec un moteur de réservation intégré et Channel Manager permettant de gérer sa distribution sur Airbnb, Abritel, Booking ou Expédia à partir d'un seul planning.

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

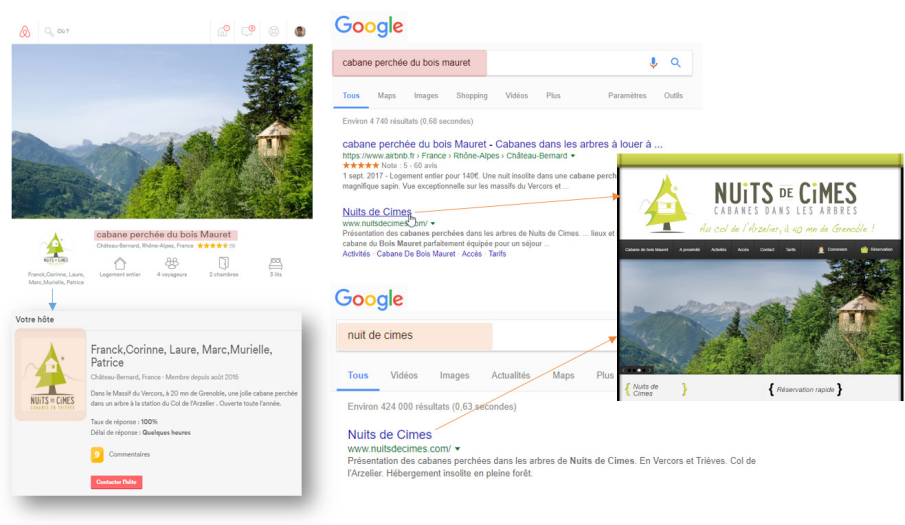
* CMS = Content Management System, c'est-à-dire de site web qu'il est possible d'administrer dans une interface dédiée sans connaissance technique particulière (pour créer un page, modifier du texte, un visuel...)

#5 FAVORISER « L'EFFET BILLBOARD* »

Dès lors qu'un hébergement possède son propre site Internet, il peut proposer des tarifs et/ou des conditions de réservation plus favorables sur celui-ci et ainsi obtenir une part non-négligeable de réservations en direct résultant de ce que l'on appelle, l'effet Billboard.

Pour favoriser l'effet Billboard*, il faut permettre aux internautes de retrouver facilement le site web de l'hébergement qu'ils découvrent sur les OTA.

Via le titre de l'annonce ou le profil associé au compte de l'hébergeur (voir également avec le descriptif de l'hébergement)



Avec les « Frais de service » pris aux clients à la réservation par Airbnb, Abritel ou Tripadvisor, cet effet Billboard peut être particulièrement important, sans même que l'hébergeur ait besoin d'être moins cher en direct !

Bien sûr, la qualité du site web et le référencement naturel de celui-ci sont des éléments très importants pour que l'effet Billboard fonctionne.

Un site qui ne séduit pas, ne vend pas, c'est aussi simple que ça. Et si le site ne se trouve pas en 1ère ou 2ème position sur Google lorsque les internautes tapent le nom de la structure ou une requête « clés » qui correspondent aux éléments importants vus dans l'annonce, l'effet Billboard, ne peut pas fonctionner.

* L'effet Billboard matérialise le processus qui génère des ventes en direct (par téléphone ou en ligne sur le site d'un hébergeur) résultant d'une consultation préalable d'une ou plusieurs OTA. En effet, après avoir identifié un hébergement sur une OTA, certains internautes se rendent sur le site de cet hébergement pour un complément d'information et pour voir éventuellement si les tarifs proposés en direct sont plus avantageux. Il en résulte des ventes en direct, c'est « l'effet Billboard ».

#6 INVESTIR DANS UN SYSTÈME DE RÉSERVATION • CHANNEL MANAGER

Les principaux outils du marché adaptés aux locations de vacances sont les suivants :



[Kigo](#) (à partir de 52 €/mois) et [BookingSync](#) (à partir de 87 €/mois) sont les solutions les plus complètes. Elles sont relativement onéreuses mais s'avèrent parfaitement adaptées pour des multipropriétaires ou des gestionnaires de locations de vacances.

[Beds24](#), [Xotelia](#) et [Ke-Booking](#) se valent globalement en termes de prix. Ce sont de bons outils qui permettent d'intégrer facilement un moteur de réservation en ligne sur son site web et de gérer sa distribution sur les principales plateformes (Channel manager). Beds24 est très complet en termes de fonctionnalités, mais son interface est uniquement en anglais. Xotelia est très ergonomique aussi bien en front office qu'en back office et il gère la facturation, mais il ne propose pas de PMS, ni de solution d'encaissement en ligne intégrée, comme Ke-Booking qui lui, en revanche, pêche un peu sur l'ergonomie.

[Octorate](#) et [Elloha](#), proposent aussi un moteur de réservation et un Channel Manager de qualité à des tarifs très compétitifs, mais ils ont la particularité de fournir également une solution de site web clés en main qui intègre parfaitement leur moteur de réservation (Kigo propose également cette option). Ces 2 solutions proposent également un système d'encaissement en ligne inclus dans leur solution.

[Wix hotel](#) est aussi une solution « clé en main » de création de site web avec moteur de réservation intégré et Channel Manager de qualité qui n'inclue pas de système d'encaissement directement dans la solution globale qu'il propose, mais permet une connexion avec Stripe et d'autres systèmes d'encaissement. Mais à l'inverse d'Octorate ou Elloha, la création de site n'est pas une option. Le moteur de réservation et le Channel Manager proposés par Wix hotel ne sont pas dissociables d'un site qui fonctionne avec Wix.

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

LA PLATEFORME RÉGIONALE E-TOURISME : UN OUTIL AU SERVICE DE LA COMMERCIALISATION

LE REFERENCIEMENT SUR REUNION.FR

Le site www.reunion.fr est une Base De Données centralisée qui référence les producteurs touristiques légaux. Grâce à une amélioration régulière du référencement, le site compte en moyenne 177 600 visites par mois.

Le référencement sur reunion.fr est **gratuit**.

LES OFFRES

Réserver

Un bouton «**Réserver**» peut-être intégré à votre fiche établissement et permet un affichage en priorité dans les résultats.

L'intégration du bouton est possible en intégrant un moteur de réservation sur votre site ou en souscrivant aux offres ci-dessous :

L'OFFRE TRANQUILLITÉ

Grâce à la plateforme régionale de réservation, il est possible de diversifier vos canaux de distribution. Les produits sont ainsi vendus via :

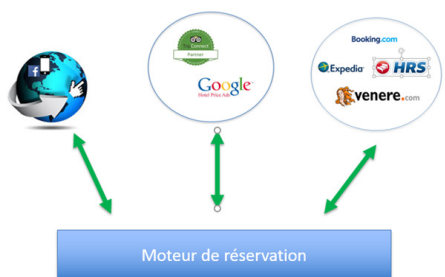
LES SITES WEB :

- de l'IRT : <https://explorelareunion.com/> www.reunion.fr
- des Offices de Tourisme
- des agences réceptives partenaires

LES CONSEILLERS EXPERTS DU RÉSEAU :

- IRT
- Offices de Tourisme et FRT
- Agences réceptives partenaires
- Gestionnaires de loisirs partenaires





L'OFFRE LIBERTÉ

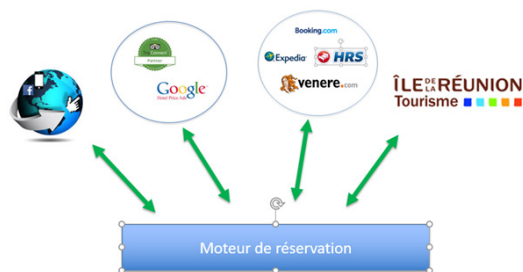
Les sites internet qui offrent la possibilité de réserver en ligne atteignent des taux de transformation de plus en plus importants. Grâce à l'offre Liberté, l'internaute peut réserver sur le site du prestataire en toute sécurité (module de paiement sécurisé).

Cette offre n'inclut pas la connectivité avec la plateforme de réservation de l'IRT. Le channel Manager intégré permet la gestion du planning de Booking, Expedia, Tripconnect.

L'OFFRE LIBERTÉ PLUS

Il est possible de bénéficier de l'ensemble des canaux de distribution, d'être visible sur le web, et d'avoir son propre moteur de réservation.

L'offre Liberté Plus cumule les avantages de l'offre Tranquillité et Liberté et vous permet, à travers un seul planning de commercialiser via la plateforme de réservation de l'IRT et en direct.



VOS CONTACTS POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES OUTILS DE VENTE EN LIGNE



SÉBASTIEN ALY BERIL
ANIMATEUR MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 78
GSM: 0692 673 608
s.alyberil@reunion.fr



ANNE BETON
ANIMATRICE MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 81
GSM: 0692 63 57 55
a.beton@reunion.fr

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER !



CYRILLE AUDIFAX

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE EST

Tel: 0692 37 38 49



CHRISTOPHER VALLEE

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE OUEST

Tel: 0692 70 78 23



SÉBASTIEN ALY BERIL

ANIMATEUR MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0262 90 78 78



ANNE BETON

ANIMATRICE MISE EN MARCHÉ IRT

Tel: 0692 63 57 55