

Gérer ses réservations sur son site internet sans moteur de réservations

Par Thomas Yung,  ARTISAN RÉFÉRENCE

Avec les moyens classiques (téléphone, fax, email, formulaire à remplir...), vous gérez le stock.

- Le moyen le plus simple pour prendre une réservation est que l'établissement indique **son numéro de téléphone**. L'internaute doit alors le contacter pour vérifier la disponibilité, les tarifs et effectuer sa réservation.

Avantages : contact humain, réponses adaptées de l'hôtelier en fonction du client, multiples possibilités de garantir la réservation (carte bancaire, chèque d'acompte, chèque vacances, virement, etc.). Certains internautes ayant peur de laisser leur numéro de carte bancaire sur internet, ce canal de réservation les rassurera.

Inconvénients : consommateur de ressources pour l'hôtelier, peut rebuter les clients étrangers (coût téléphonique + barrière de la langue), ne répond pas à l'achat d'impulsion, ni aux nouvelles habitudes des consommateurs (réservation immédiate, garantie par carte bancaire selon les conditions de réservations de l'hôtel, confirmation instantanée par e-mail).

- Indiquer l'adresse **email** ou le **numéro de fax** de l'établissement va permettre de générer des réservations. Ce sont des canaux de réservations peu qualifiés car ils obligent l'internaute à entreprendre la demande à partir d'une 'feuille blanche' alors qu'il faut accompagner, prendre le prospect par la main pour l'aider à passer à l'acte d'achat et pour définir ses besoins.

Avantages : garde une trace écrite de la réservation, de l'échange. Selon l'établissement, un fax à en-tête d'une entreprise suffit à garantir une prise en charge.

Inconvénients : demandes souvent incomplètes de la part du prospect ('avez-vous une chambre pour le 12 ?') nécessitant des allers et retours pour finaliser l'acte, consommateur de ressources pour l'hôtelier.

- Le formulaire de réservation :** l'internaute remplit un formulaire (questionnaire) dans lequel il indique le nombre de personnes, la date d'arrivée, le nombre de nuits, les coordonnées, etc. L'hôtel reprendra contact avec l'internaute pour lui faire une proposition, le plus souvent par e-mail. Le formulaire de réservation est donc recommandé en l'absence d'un moteur de réservation sur le site.



Avantages : coût de fonctionnement réduit, permet d'adapter la réponse en fonction de la demande, de guider l'internaute dans ses demandes (enfants, petit-déjeuner, parking, animaux, etc.).

Inconvénients : nécessite plusieurs allers-retours pour confirmer la réservation, nécessite un contact par téléphone ou par courrier pour garantir la réservation. Processus de réservation long et incertain, peu adapté aux exigences actuelles en termes de réservation : l'internaute veut, le plus souvent, une confirmation immédiate !

Le site internet de l'hôtel doit être considéré comme un point de vente et la prise de réservations n'est pas une option. Il faut que ce processus soit simple, rapide, fiable et sécurisé. Le moteur de réservations offre toutes ces caractéristiques. Il est utopique de penser pouvoir s'en passer dans votre stratégie de commercialisation indépendante.



Retrouvez l'intégralité de l'article 'Gérer ses réservations sur son site internet avec un moteur de réservations' avec le mot clé **RTR513725** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr