

Construire un site internet qui vend

Le site internet de votre hôtel ou de votre restaurant prend de plus en plus d'importance dans votre effort commercial. Quelques conseils pour vous aider à organiser votre site.

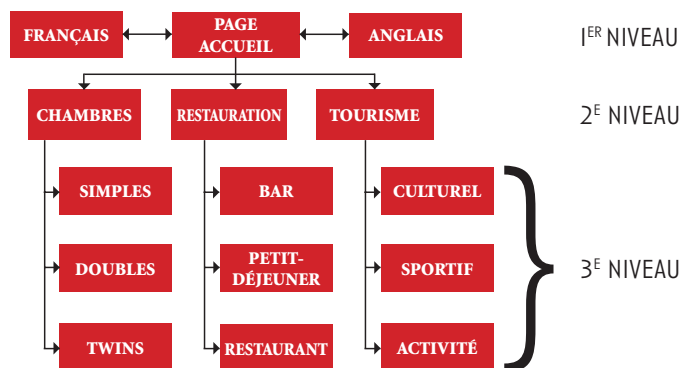
Par Thomas Yung, 

Si avoir un site pouvant générer des réservations est l'élément primordial dans une stratégie web marketing, la structure du site est le second élément le plus important dans la mise en place de cette stratégie.

Avoir un site sans moteur de réservation, c'est comme avoir un supermarché sans caisse. **Un site sans structure, c'est un supermarché sans cohérence, sans optimisation des flux**, où le produit vaisselle est à côté de la viande, sans que l'on sache pourquoi. Il y a des codes à respecter, les chewing-gum et le programme télé sont à la caisse, l'eau et le lait au fond du magasin. Sur internet, c'est pareil : il y a des codes à respecter.

La structure du site va avoir une influence sur le visiteur (le prospect) et sur les robots, à savoir les moteurs de recherche analysant votre site. C'est cette structure qui va conditionner le temps passé sur le site, le nombre de pages visitées et l'impression générale que le visiteur va avoir du site et donc de votre établissement. Le contenu est important - on verra même qu'il est roi - mais **le fond sans la forme ne vaut rien, et vice-versa**. La première chose qu'un consommateur voit au supermarché, sur les rayons, est l'emballage, la forme. Au produit ensuite de convaincre par son contenu, son fond.

La structure du site : chaque page sommaire propose plusieurs choix



Le premier niveau : le site s'articule le plus souvent à partir de la première page, la **page d'accueil**, la porte d'entrée. C'est à partir de cette page que la navigation, et donc la structure du site, se met en place. C'est sur la page d'accueil que l'internaute va choisir la langue dans laquelle il souhaite consulter le site.

Cette sélection - généralement signalée par de petits drapeaux - doit être néanmoins présente sur toutes les pages du site.

Le 2^e niveau est constitué des pages des grandes sections. Par exemple, chambres, restauration, tourisme...

Le 3^e niveau inclut les sous-sections, ou catégories. Par exemple, la section chambres peut comporter les catégories chambres simples, chambres doubles, chambres twin...

Il est recommandé de ne pas dépasser 3 niveaux de profondeur pour le site d'un restaurant ou d'un hôtel (un site comportant des milliers de pages aura, évidemment, plus de profondeur). Les pages 'profondes' peuvent être accessibles depuis la première page du site, il n'est pas nécessaire de passer par la section pour accéder à la catégorie.

La structure de la page : un bouton de réservation, un menu de navigation et une idée par page



Une page est généralement constituée d'un bandeau en haut (ou 'header'), d'un corps de page avec ou sans menu et d'un bandeau en bas (ou 'footer').

Le bandeau du haut, ou 'header', reprend un visuel avec le logo de l'établissement. C'est ici que se place ce

qui fait l'identité et la spécificité de l'établissement mais aussi le bouton de réservation (voir plus bas). Le bas du 'header' est un emplacement recommandé pour placer un menu de navigation (limité aux choix du niveau supérieur, les sections par exemple). Le visiteur doit comprendre au premier coup d'œil la structure du site, et ce rien qu'en apercevant le menu de navigation : les sections que l'on a vues précédemment - chambres, restauration, tourisme mais aussi la réservation, la page contact et/ou accès.

Les visiteurs et les moteurs de recherche s'attendent à trouver



Exemple de menu de navigation.

les menus à ces emplacements, c'est donc là qu'il faut positionner vos éléments de navigation. Il est important qu'ils soient au même endroit sur chaque page, que le visiteur n'ait pas à les chercher.

Le corps de page est la zone offrant le contenu, c'est ici que sera présentée l'information. Une idée par page : c'est la première chose à respecter, pour ne pas développer plusieurs idées, plusieurs thèmes sur une même page. Ne mélangez pas les informations relatives aux chambres avec celles sur le restaurant, cela paraît logique mais, dans la pratique, on retrouve régulièrement ce problème.

Les moteurs de recherche ne sont pas intelligents, ce ne sont que des formules mathématiques (algorithmes) automatisant un travail d'indexation, de classement, de thématisation. Il faut impérativement leur faciliter le travail. Si une page présente plusieurs thèmes (chambres et restaurant) le moteur devra alors faire un choix pour décider le thème principal de la page. En ayant une page par idée, on favorise le travail et la compréhension qu'ont les moteurs de recherche de votre site internet. Cela favorisera aussi la perception qu'auront les visiteurs.

La création de page a un coût marginal et faible si vous utilisez un gestionnaire de contenus (CMS), cela ne doit donc pas représenter un obstacle de créer une page par idée.

Le long du corps de page, se trouve le menu détaillé de la section visitée, c'est-à-dire les différentes catégories de cette section : chambres simples, chambres doubles, chambres twin...

Le pied de page, ou 'footer', reprend des informations statiques du site. C'est généralement là que l'on trouve un rappel du menu, mais aussi les coordonnées de l'établissement, un accès aux mentions légales, les crédits... Reproduire le menu en pied de page peut être une bonne chose si vos pages sont longues, cela permet à l'internaute de ne pas finir dans un 'cul de sac' en lui proposant un lien à suivre pour continuer la visite sans devoir utiliser l'ascenseur.

Le menu doit être clair, bien se détacher de la page. Il est pré-

férable d'utiliser du texte (plutôt que des images ou des boutons) et de faire les choses simplement (évités les liens javascript qui changent de couleur ou de police lorsqu'on les survole avec la souris).

Le bouton de réservation est l'élément le plus important, c'est lui qui va concrétiser la vente. Il faut donc qu'il soit présent partout, sur toutes les pages, tout le temps. Le processus d'achat est différent selon les visiteurs. Certains reviendront plusieurs fois avant de passer à l'acte, d'autres vérifieront juste le prix ou seront séduits par les photos. Le passage à l'acte d'achat peut se produire en plusieurs endroits sur votre site, il

faut donc que le bouton réservation soit partout. Il serait en effet dangereux de lui faire chercher la page ou le formulaire de réservation. Il est donc recommandé de placer le bouton réservation en haut de chaque page, dans l'en-tête. Comme le menu de navigation, il faut qu'il soit toujours au même endroit et bien visible.

Deux solutions s'offrent à vous :

- **Intégrer un pré-formulaire**, dans lequel le visiteur saisit sa date d'arrivée, le nombre de nuits et de personnes. La validation de ce pré-formulaire ouvre, dans une nouvelle fenêtre, la proposition résultant des caractéristiques du serveur du prestataire de votre moteur de réservation (ReservIT, Availpro, Booking.com...). C'est ce pré-formulaire (3 zones de saisies) qui est présent sur toutes les pages du site.
- **Avoir une page dédiée à la réservation**, au formulaire de saisie. On trouvera alors sur toutes les pages un lien vers cette page : c'est le fameux bouton de réservation. Cette seconde méthode a l'avantage de pouvoir optimiser une page pour la réservation. Vous aurez donc une page sur votre site parlant de réservations de chambres d'hôtel dans votre ville. Bien optimisée, elle aura un effet positif sur votre présence dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Si vous envoyez directement l'internaute sur la plateforme de réservation, et donc en dehors de votre site, vous vous privez d'un élément important pour la visibilité de votre site. Cette page pourra, outre le formulaire de réservation, présenter un discours rassurant et sécurisant pour l'internaute : politique d'annulation, serveur sécurisé, avantages de réserver sur le site de l'hôtel, avantage concurrentiel...



Retrouvez l'article 'Comment gérer les réservations prises sur les différents canaux ?' avec le mot clé [RTR513725](#) sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr