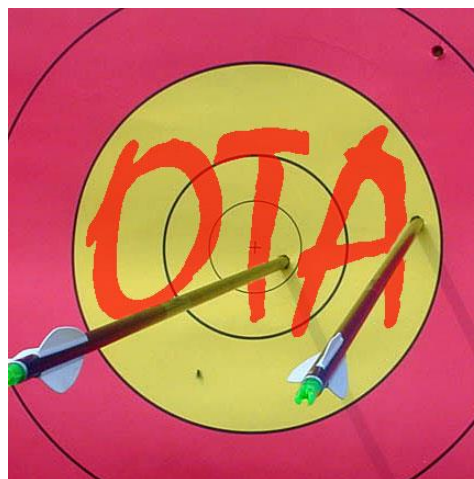


Mieux travailler avec les O.T.A

ATELIER MARKETING DU SERVICE
COMMERCIALISATION



O.T.A Quésako ?



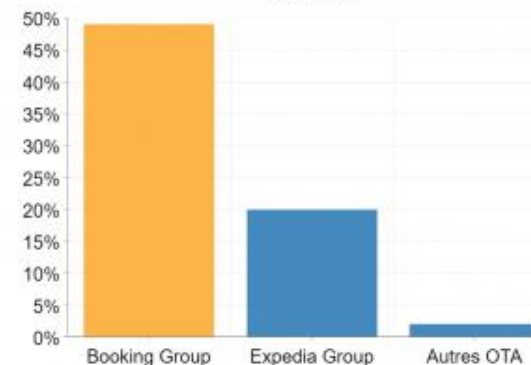
On line **T**ourism **A**gency
(Agence de Réserveation en Ligne)

contrôlent un peu plus des 2 tiers de toutes les réservations en ligne



CHAMPION : **BOOKING** 44% des réservations en Europe

Part de marché des OTA en 2018



de la distribution en ligne en valeur

O.T.A

FONCTIONS ?



VISIBILITE sur INTERNET à votre établissement
Booking = + d'1 million de Dollars de budget publicitaire
quotidien



Pas de visibilité = pas de réservations

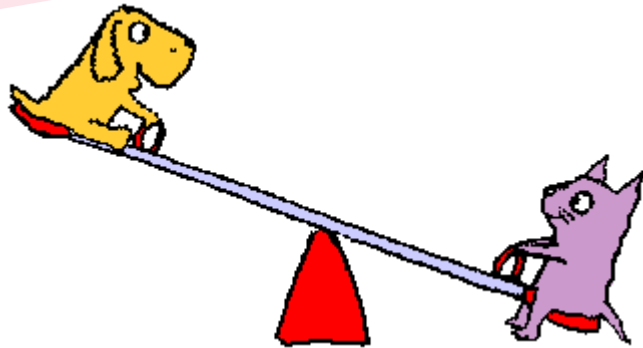
**INDISPENSABLE dans le PROCESSUS
D'ACHAT DU CLIENT**
**90% des gens commencent par
taper des mots clefs dans GOOGLE**

AIRBNB (ex AIR Bed & Breakfast)

Début dans le collaboratif.

Aujourd'hui = la deuxième OTA avec 30% de part de marché en Europe.

O.T.A BONS RATIOS



+ de 30% de vos réservations = **DANGER**
de **dépendance commerciale**

Commissions moyennes des O.T.A = 20%

MARKETING

Ce que cela coûte // Ce que cela rapporte



O.T.A Bons mixtes



Site internet vitrine

Réponse en temps réel :
24h/24h
7j/7
Paiement en ligne
Sécurisation – simplification
Traductions
responsive

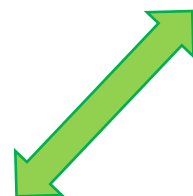


O.T. A

Mieux vaut peu et choisies
que trop et ne correspondant
pas à sa clientèle

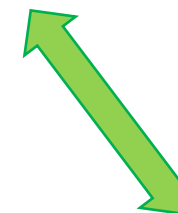
Choisir l'O.T.A en fonction de
son produit et de sa cible

Analyser régulièrement pour
ajuster



Classement Labels à choisir

Ces acteurs là
Perdent du
terrain au profit
des O.T.A



PLAN Marketing **OBLIGATOIRE !**

O.T.A 4 essentiels avec les O.T.A

1) VOTRE CONTENU



CONTENU Rédactionnel de Qualité ET Actualisé
= **BONNE EXPOSITION**

IMAGES de Qualité Professionnelle = **meilleur taux de clic**

Un MAXIMUM de détail informatif = **meilleur taux de comparatif**



O.T.A 4 essentiels avec les O.T.A

2) VOS AVIS CLIENTS



**BONNE GESTION DES AVIS est PRIORITAIRE
= MEILLEUR TAUX DE RESERVATION**

92% DES VOYAGEURS Réservent sur la base des avis qu'ils ont lu

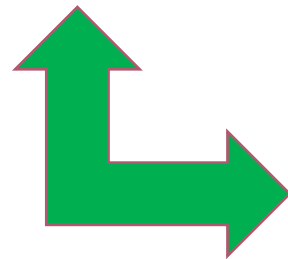
O.T.A 4 essentiels avec les O.T.A

3) TARIFS SUR OTA SECS ET STANDARDS



**MAINTENIR LES TARIFS à LA VALEUR DE SON ETABLISSEMENT
ET DE SES SERVICES**

57% des voyageurs cherchent + de prix, + d'offres
= 26% de VENTE OK



**TOUJOURS PROPOSER CHEZ VOUS LE
MEILLEUR PRIX GARANTI**
Avec une multitude d'offres spéciales

O.T.A 4 essentiels avec les O.T.A

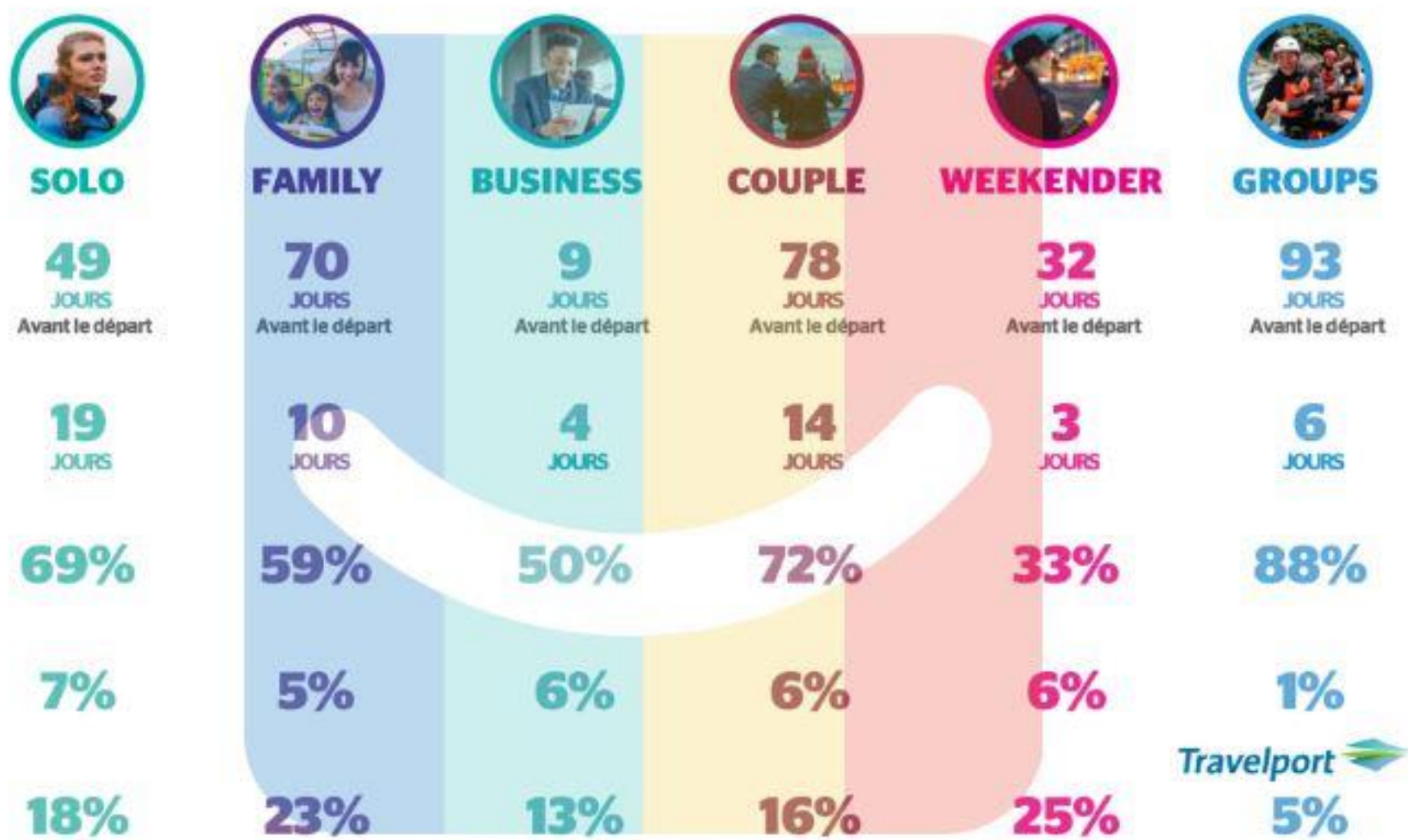
4) UTILISER LES OTA POUR INVESTIR EN NOUVEAU CLIENTS



nouvelle vente = tout client qui ne connaissait pas votre établissement et qui l'a trouvé grâce à une O.T.A

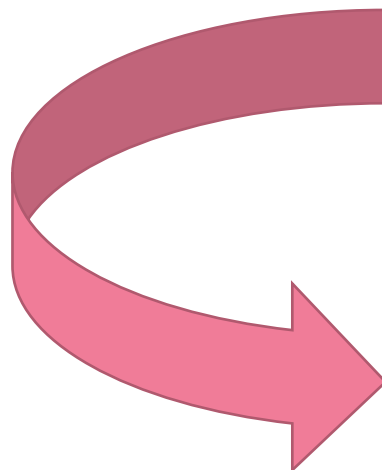
O.T.A LES 6 CATEGORIES CLIENTS OTA

- Délai moyen de réservation
- Durée du séjour
- Séjours internationaux
- Croissance des réservations en 1 an
- % du total des réservations



O.T.A CONCLUSION

O.T.A



Site internet de votre
Hébergement
RESERVATIONS EN DIRECT



Capter nouveaux
clients



DILUER OU FERMER LES
OFFRES EN BASSE
SAISON



TRAVAILLER SES
RESEAUX SOCIAUX