



CRM

L'offre Coach Hôtels



Stratégie Marketing
E-Notoriété
CRM
Rénovation
Site Web
Logo
Acquisition d'un hôtel
Food & Beverage

- ✓ 38 % des voyageurs déclarent se rendre régulièrement dans une même ville et seulement 9,5 % d'entre eux retournent dans le même établissement
- ✓ 29% des clients d'hôtels considèrent la newsletter d'un hôtel utile
- ✓ 28% de la clientèle affaires sont abonnés à une ou plusieurs newsletters
- ✓ 100% des clients booking.com et Expedia.com sont contactés par le vendeur à l'issue de leur voyage

➤ Si vous ne faites pas d'emailing, vos clients se fidéliseront aux OTAs

Objectifs

- ✓ **Fidéliser** vos clients
- ✓ Développer vos **réservations directes**
- ✓ Apporter un **service supplémentaire**

➤ Développer vos réservations directes

Exemple de Newsletter

- Un édito
- Un article à la une
- Une offre spéciale en avant
- Deux articles de bas de page

(cliquer sur la newsletter pour la voir dans son entier)



Hôtel Restaurant Famille Bourgeois - Chavignol, 18300 Sancerre
Tél : 02 48 54 01 72 - contact@montsdamnés.com



Bonjour,
Beaucoup de changements sont intervenus ces derniers mois.
L'Hôtel Restaurant « La Côte des Monts Damnés » s'appelle désormais l'Hôtel Restaurant Famille Bourgeois. Cette nouvelle identité reflète l'expérience que nous offrons à nos clients : la gastronomie avec son restaurant classé une assiette au guide Michelin mais aussi l'oenotourisme avec le domaine viticole Famille Bourgeois.
Nous sommes également heureux de vous présenter notre nouveau site web, plus convivial, plus ergonomique et offrant des tarifs attractifs comme le Early Booking, limités aux réservations directes depuis celui-ci.
Nous avons tenu également à rédiger des actualités sur la gastronomie, le vin, le tourisme dans la belle région du Berry afin de vous tenir régulièrement informés.
A bientôt
Jean-Marc Bourgeois

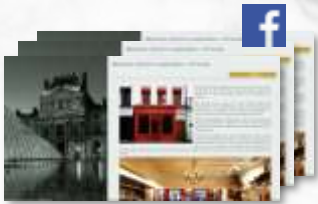


Dans le TOP 50 des meilleurs vignobles du Monde



La prestation livrée

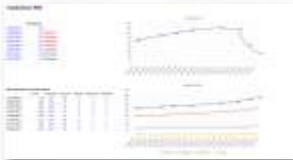
Chaque mois



1 article par mois et par langue site web et Facebook



1 tableau de bord synthétique mensuel, séjours + réservations



1 tableau de bord e-notoriété

Tous les deux mois



1 newsletter par langue (2 - 3 langues)

La newsletter est programmée en fonction des flux de réservations



Transfert vers l'hôtel, des messages de réponse à la NL

Bilan CRM et webmarketing



Clients : Que cliquent-ils ?

Combien réservent-ils ?



Google Analytics



SurveyMonkey

Clients : Comment perçoivent-ils la newsletter ?



Toutes vos réservations passés au scan : Un rapport complet sur vos performances



Bilan d'avancement de votre plan d'action à 3 ans

Résultats

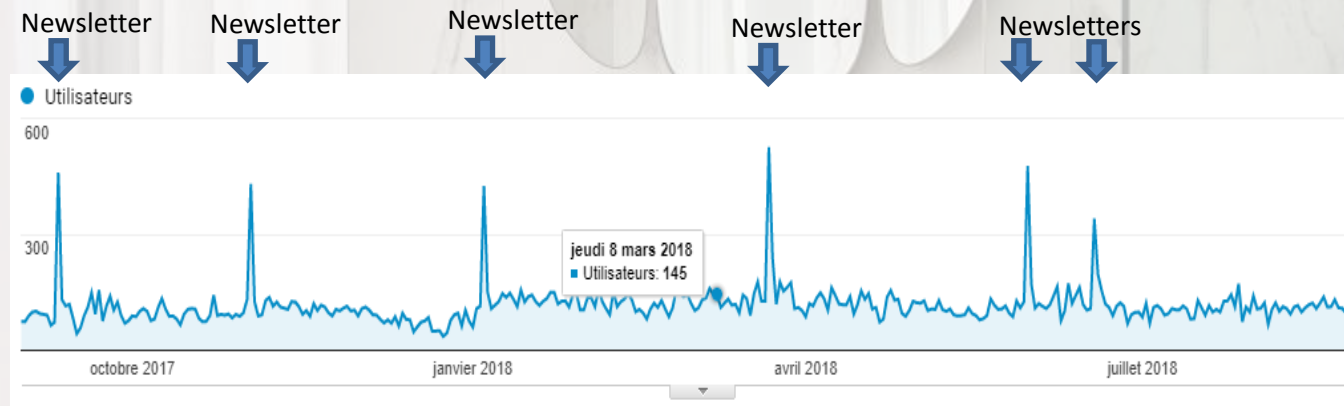
- ✓ **+ 106 nuitées en moyenne par an** pour un fichier clients de 8000 emails *(sur la base des résultats de nos clients)*
- ✓ **Fidélisation** : Les clients qui réservent plus souvent et à prix moyen plus élevé lisent davantage la newsletter

Cotation client	Nombre d'adresses email	Nombre de réservations	Somme des réservations	Moyenne des réservations
1	2%	2%	1%	729 €
2	52%	47%	38%	806 €
3	15%	16%	14%	859 €
4	22%	27%	29%	1 095 €
5	9%	8%	18%	2 404 €
Total général	100%	100%	100%	1 014 €

Etude pour un hôtel sur les réservations d'un an

Résultats

- ✓ Une augmentation du trafic sur votre site web : **+5% en moyenne**



Nos articles et vidéos sur le marketing direct hôtelier

[La newsletter qui fidélise : Quels principes suivre pour atteindre vos objectifs](#)



[Post Covid & Réouverture : Où, comment et quoi communiquer ?](#)

[Newsletters et fidélisation client : Un client sollicité a-t-il plus de chances de réserver ?](#)

[Newsletter : 4 principes CRM pour développer vos réservations](#)



[La newsletter qui fidélise : Quels principes suivre pour atteindre vos objectifs ?](#)

Témoignages d'hôteliers

« Avec Coach hôtels, j'ai découvert le Marketing Direct. Je peux aujourd'hui le faire de façon raisonnée et organisée. Nos Newsletters sont très appréciées de nos clients. Elles nous permettent de conserver le lien, voire de le créer. Nos newsletters sont ciblées, nous parlons de ce que nous connaissons, les contenus ont un réel intérêt pour le client et suscitent de l'intérêt pour l'hôtel. Les clients nous en parlent beaucoup. Nous avons créé des offres spéciales réservées aux clients inscrits à nos newsletters. Cela crée du lien. Cela a très bien fonctionné. »

Sophie Aunette - Le Relais du Louvre

« Coach Hôtels nous accompagne dans le choix des offres commerciales de l'hôtel, notamment les offres spéciales. Nous testons et revoions régulièrement nos offres afin de maximiser les ventes en direct. Le développement de la partie CRM a été un axe fort avec Coach Hôtels. En plus de sa maîtrise évidente des codes du marketing, Didier Arnoult a toujours le souci d'une ligne éditoriale cohérente et adaptée à notre clientèle. J'apprécie sa délicatesse et son ton juste.

La gestion de la e-notoriété a constitué un autre axe significatif de développement ces dernières années. Cela s'est depuis traduit par une visibilité accrue ainsi qu'une hausse des réservations et des revenus. »

Jean Marc Lahondès - Hôtel États-Unis Opéra



www.coach-hotels.com
contact@coach-hotels.com
+33 (0)1 42 08 65 79