



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
- Articles avec ou sans vidéo
- Une offre spéciale en avant
- Une rubrique le saviez-vous

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



Le Relais Montmartre, 6, rue Constant, 75008 Paris
Tél: +33 (0)1 70 64 82 82 - contact@relaismontmartre.fr



Nous avons pris beaucoup de plaisir à préparer cette newsletter et nous espérons qu'elle aura de quoi éveiller votre curiosité. Bistrot et bouillon parisiens, peinture et quartiers typiques de Montmartre, romantisme de l'île Saint-Louis. Nous aimons chacun de ces endroits et avons plaisir à partager nos émotions. N'hésitez pas à réagir, nous sommes toujours touchés de vous lire et avons grand plaisir à échanger sur les sujets que nous lançons.
A bientôt
Samia Mcharek
Hotel Manager

Manger au fameux Café des Deux Moulins



Vous voulez revoir le film « Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain » de Jean Pierre Jeune ? Vous avez aimé l'ambiance du café ? C'est à 130 mètres du Relais Montmartre. Suivez-nous, nous avons testé pour vous.

[Lire notre article](#)

Sur les pas de Vincent Van Gogh à Montmartre



[Lire notre article](#)



[Voir les tarifs](#)

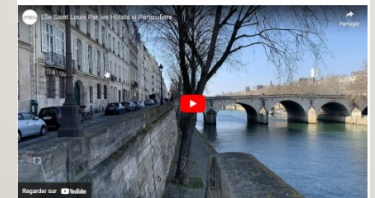
Bouillon Chartier, en plein Paris « Belle époque »



Pourquoi le bouillon Chartier est-elle une adresse incontournable pour le voyageur visitant Paris ?

[Lire notre article](#)

Paris Romantique : L'île Saint-Louis



Que voir sur l'île Saint Louis ? Notre Promenade de deux heures et nos spots recommandés.

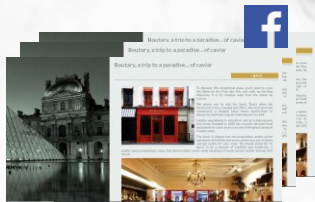
[Lire notre article](#)

Les Hôtels si Particuliers
Découvrir le site web

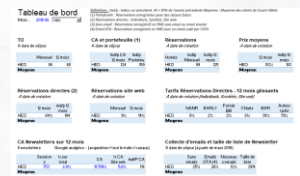


La prestation livrée

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 ?

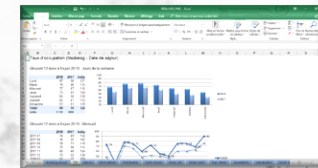


Google Analytics



SurveyMonkey

Clients : Comment perçoivent-ils la newsletter ?



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

Politique produit

Niveau	Activité	Projet	Phase	Intégration
Intégration	3 semaines - 1 semaine	1	1	100%
Optimisation	1 semaine	1	1	100%
Optimisation	1 semaine	1	1	100%
Optimisation	1 semaine	1	1	100%

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

Résultats

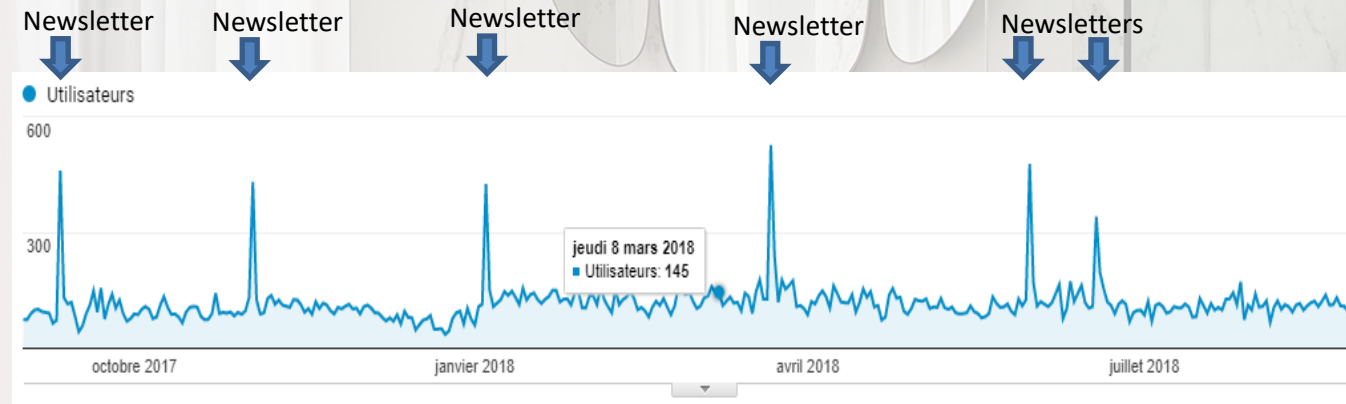
- ✓ **+ 106 nuitées en moyenne par an** pour un fichier clients de 8000 emails *(sur la base des résultats de nos clients)*
- ✓ **Fidélisation** : Les clients qui réservent plus souvent et à prix moyen plus élevé lisent davantage la newsletter

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**



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 revoyons 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

Témoignages d'hôteliers





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