

Atelier n°9 : Les leviers pour développer ses ventes sur le web

Focus Campings



A distance
09 décembre 2021



Mathieu VADOT

Fondateur du cabinet Marketing&Tourisme.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Consultant indépendant en marketing touristique



SITE WEB

www.id-rezo.com
www.marketing-tourisme.net



mathieu.vadot@id-rezo.com



Facebook.com/Marketing.Tourisme



Linkedin.com/in/mathieuvadot/



État des lieux et prospective concernant la distribution des hébergements

SITUATION & POINTS CLEFS

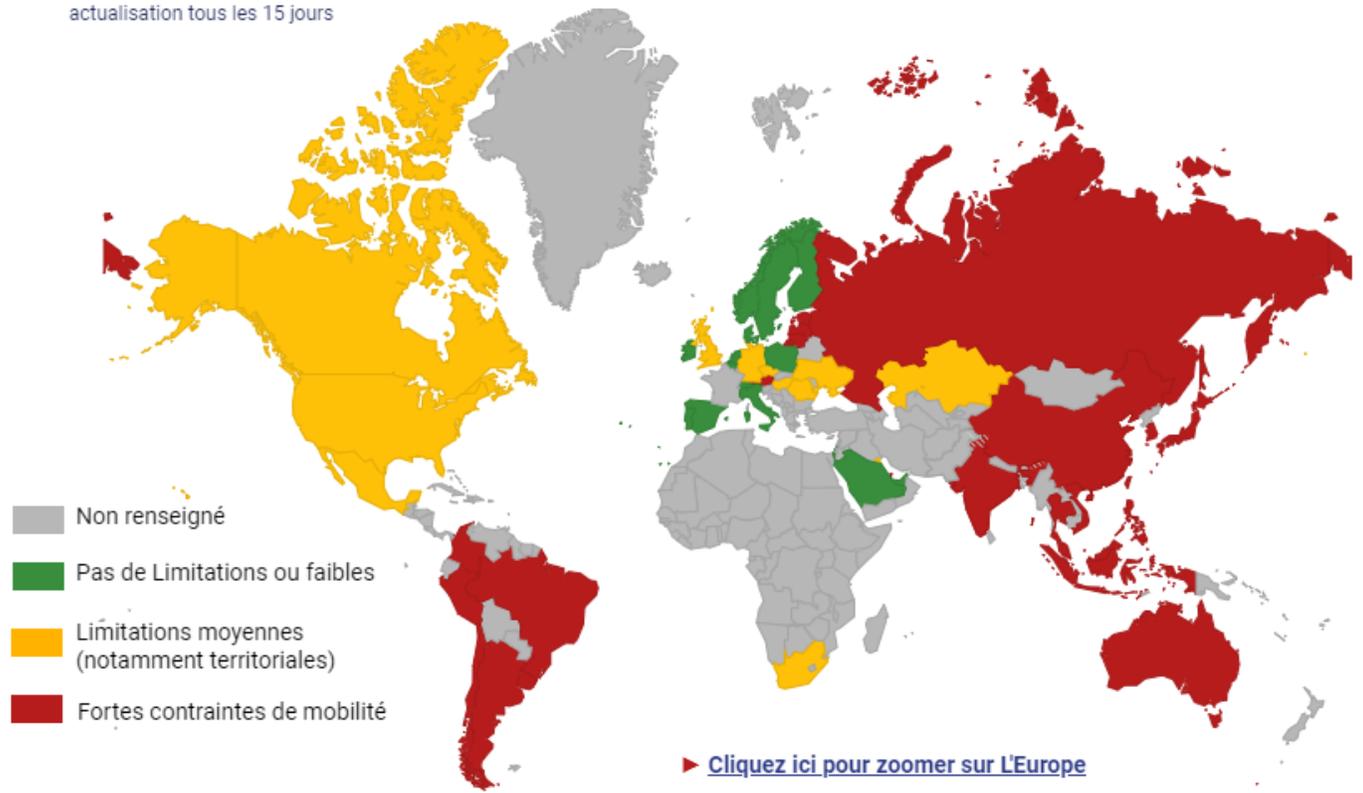
Sélectionnez le marché dans ce menu déroulant ou cliquez sur la carte



Etat des mobilités internationales vers la France

Dernière mise à jour : 2021-11-19
actualisation tous les 15 jours

- Recommandations locales pour les séjours en France -



Pour plus d'informations sur ce marché, merci de contacter:



Arrivées aériennes à Fin octobre 2021 vers la France avec comparatif Espagne/Italie

Marchés	France		Espagne		Italie	
	YTD Evol %	Oct. Evol %	YTD Evol %	Oct. Evol %	YTD Evol %	Oct. Evol %
Total international arrivals	-75,8%	-51,3%	-63,6%	-37,4%	-76,5%	-55,6%
Purchased trip origins						
United Kingdom	-80,4%	-45,6%	-80,5%	-51,7%	-86,7%	-67,2%
Sweden	-56,9%	-26,7%	-12,3%	21,9%	-61,8%	-26,2%
Denmark	-45,5%	13,8%	-13,9%	49,8%	-49,7%	8,0%
Germany	-71,7%	-42,0%	-44,5%	-21,7%	-63,6%	-36,0%
Austria	-66,6%	-30,4%	-73,5%	-49,8%	-71,8%	-45,4%
Russia	-94,8%	-92,1%	-94,8%	-89,6%	-92,6%	-85,0%
Spain	-66,8%	-30,6%			-67,1%	-32,8%
Italy	-63,3%	-22,9%	-64,9%	-44,0%		
Israel	-60,7%	-17,6%	-86,4%	-68,1%	-84,9%	-62,4%
U.S.A.	-76,8%	-56,6%	-73,7%	-53,7%	-77,6%	-59,4%
Canada	-74,6%	-50,0%	-90,4%	-80,3%	-88,0%	-78,5%
Mexico	-74,8%	-49,6%	-65,6%	-39,7%	-88,8%	-81,3%
Brazil	-81,8%	-53,1%	-82,9%	-42,7%	-91,4%	-90,4%
China	-99,6%	-99,6%	-99,8%	-99,9%	-99,9%	-100,0%
Japan	-96,3%	-94,2%	-98,3%	-98,1%	-98,6%	-97,6%
South Korea	-97,0%	-92,7%	-98,4%	-96,4%	-98,8%	-97,7%
India	-93,5%	-68,4%	-95,2%	-79,4%	-99,0%	-96,3%
Australia	-98,7%	-98,0%	-99,2%	-98,8%	-99,5%	-99,3%
Others	-69,7%	-41,7%	-60,2%	-29,1%	-68,5%	-42,7%

Evolution 2021/2019

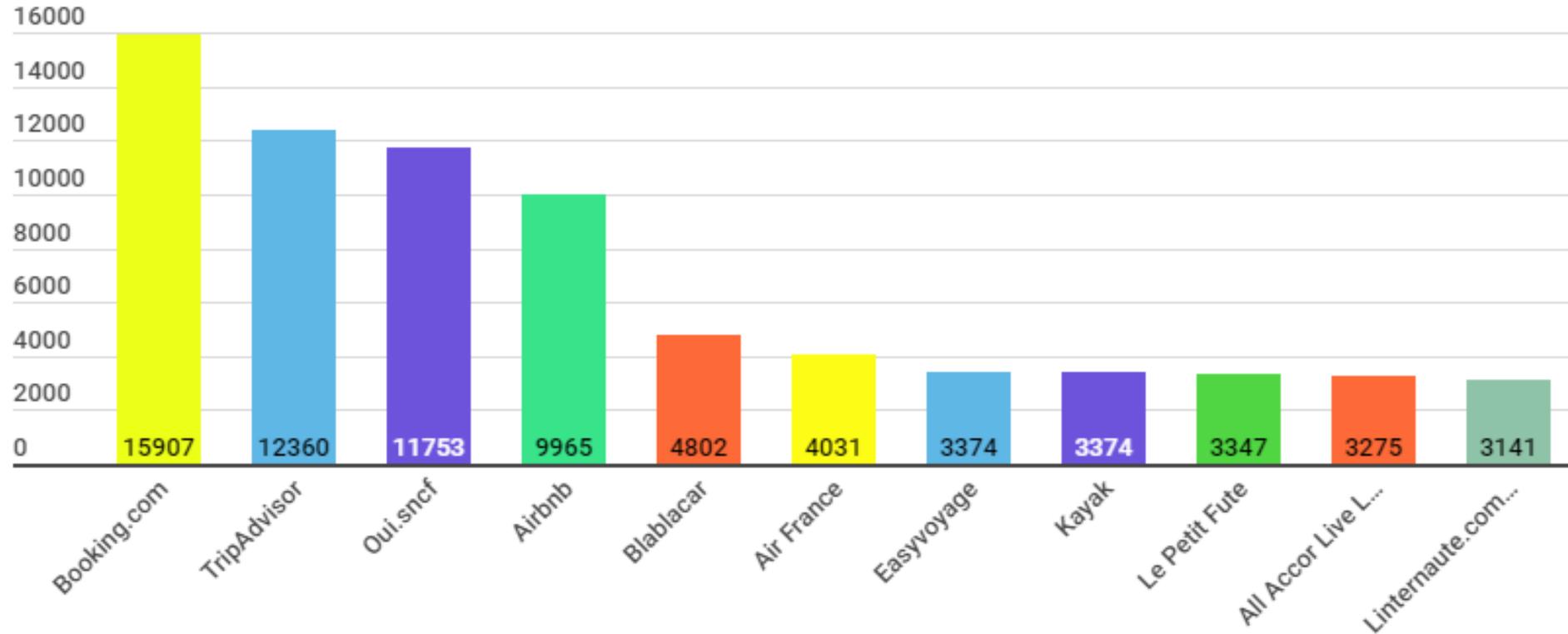
Les arrivées internationales vers la France en octobre sont encore faibles par rapport à 2019 avec un retard de -51%.

La France reste globalement en retard par rapport à l'Espagne.

Traitement Atout France, source Forwardkeys

Les revenus liés aux clientèles étrangères risquent d'être encore très sérieusement affectés...

Top 10 des marques de voyage (juillet 2021)



Classement L'Echo touristique à partir des données Médiamétrie//NetRatings en France en milliers de visiteurs uniques (ordinateur + téléphone mobile + tablette) en juillet 2021, catégorie Voyage (hors sous-catégorie Plans/cartes). Nous avons retiré du top fourni par le cabinet d'audience les marques suivantes : SNCF, Uber, RATP.

Côté Hôtels...



Côté Hôtels...



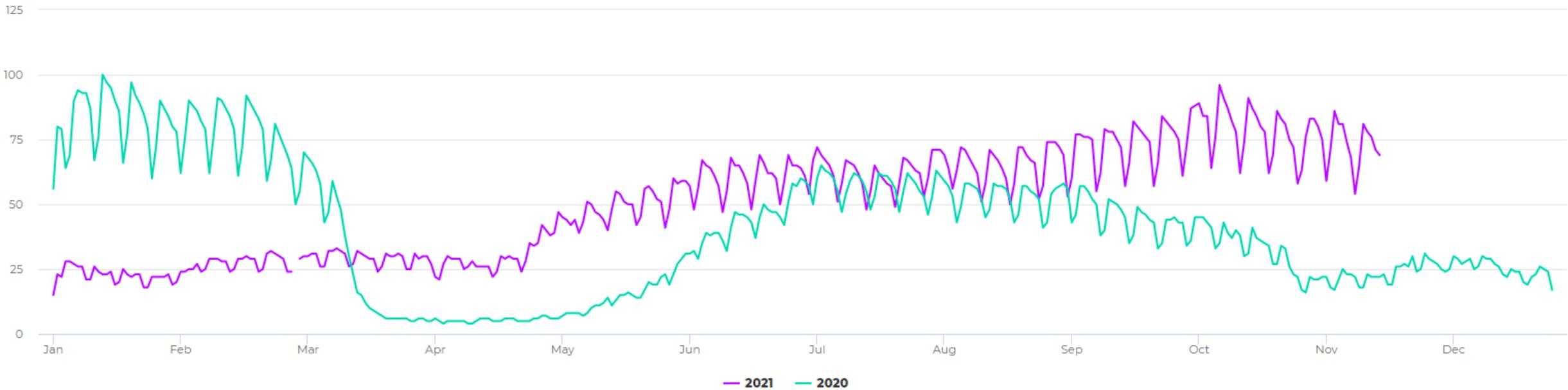
This chart represents the daily volume of bookings processed by D-EDGE, whatever the status of the booking, the date of stay and the origin.

This Index is calculated on the basis of the maximum value of the selection visible on the graph (Base :100). This graph is therefore an indicator of trends and reflects the vitality of Hotel demand but is not an exact representation of the volume of reservations.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020



Côté Hôtels...



This chart represents the daily volume of bookings processed by D-EDGE, whatever the status of the booking, the date of stay and the origin.

This Index is calculated on the basis of the maximum value of the selection visible on the graph (Base :100). This graph is therefore an indicator of trends and reflects the vitality of Hotel demand but is not an exact representation of the volume of reservations.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020



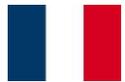
Côté Campings ...

Une faible dépendance des OTA et une part très majoritaire des réservations faites en ligne en direct !

70 % à 90 % des réservations sont faites en direct, et principalement en ligne sur le site des campings.

(Source : Ctoutvert)

Pas d'intermédiaire de vente incontournable, mais beaucoup de petits acteurs.



Côté Camping...

Réservations Internet Cumul d'octobre à fin août

+22%

VS saison 2020

+16%

VS saison 2019

Chiffre d'affaires Cumul d'octobre à fin août

+15%

VS saison 2020

+24%

VS saison 2019

Malgré une saison bousculée par la crise sanitaire, les confinements, le pass sanitaire, le manque de clients étrangers et une météo capricieuse, le bilan de 2021 reste globalement positif pour l'hôtellerie de plein air.

Cette année encore, les français sont venus sauver la saison estivale en privilégiant les campings de l'hexagone. Ainsi, nous observons une **hausse de 16%** des réservations internet par rapport à 2019. Le cumul en chiffre d'affaires a continué de progresser par rapport à 2019 (**+24%**).

Les inquiétudes du début saison nous paraissent désormais bien lointaines. Rappelons qu'en février, nous accusions en nombre de réservations un retard de **50 %** par rapport à 2019. Malgré les aléas de cette saison, le camping assoit un peu plus sa position de « superstar » dans le paysage touristique français.

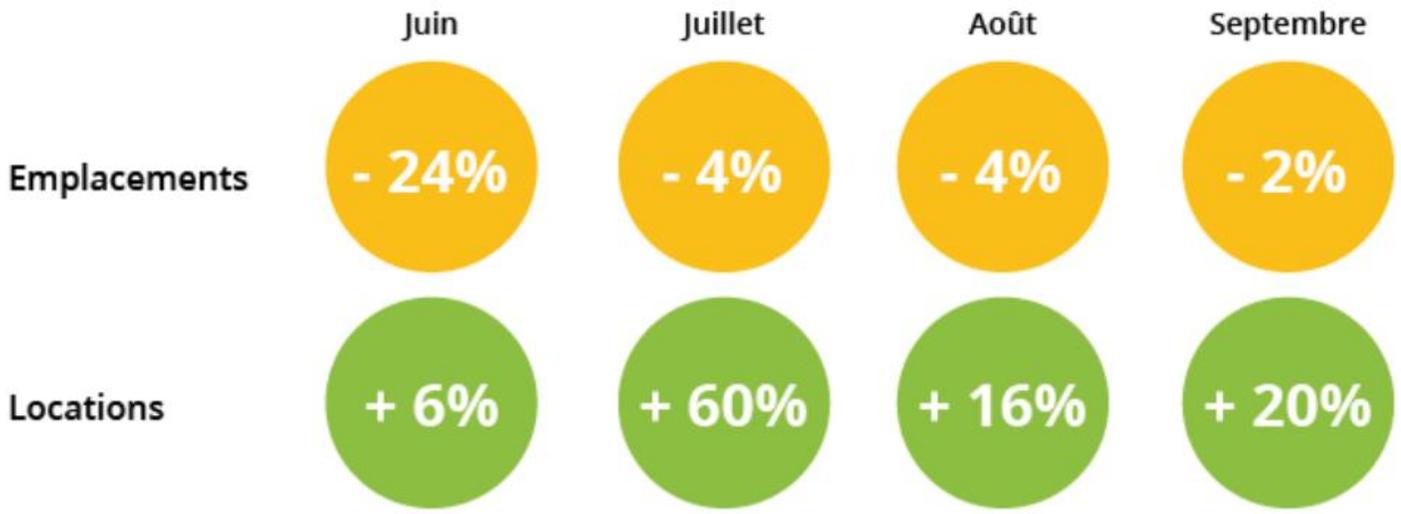


sequoiasoft

Côté Camping...

→ 20/06/2021

ÉVOLUTION DES RÉSERVATIONS EMPLACEMENTS VS LOCATIONS



Panel Ctoutvert 20/06/2021 :
sur 397000 réservations et 235 M€ de CA



Les grandes chaînes en franchise, telles que Yellow ou Flower, n'ont pas recours à une commercialisation sur Booking, et les groupes dans leurs grandes majorités (Tohapi, Sandaya, Cap Fun) n'y sont pas non plus.

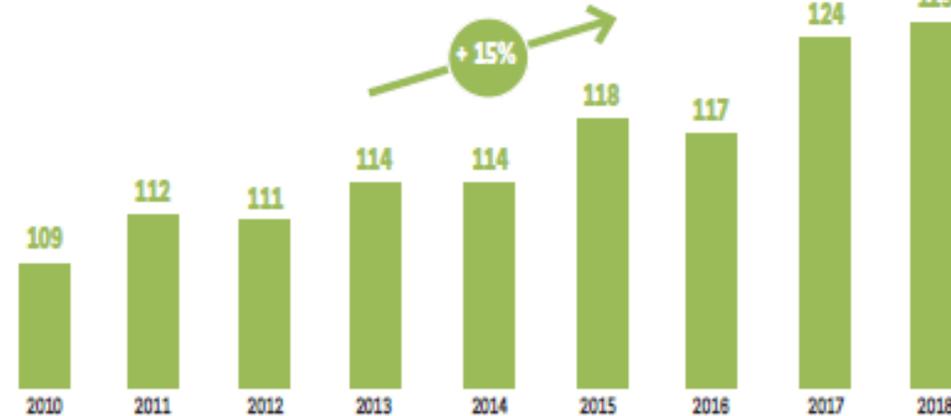
De ce fait, Booking n'a pas accès à l'offre « référente » de l'HPA et n'est donc pas en position de force sur la filière.

Sur Airbnb, la présentation de l'offre étant centrée sur la solution d'hébergement et non la structure, l'état des lieux est plus difficile, mais certains campings y proposent leurs hébergements locatifs.

Malgré le faible impact des OTA sur le marché de l'HPA... la fréquentation des campings ne fait que progresser ces dernières années.

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES CAMPINGS EN FRANCE

En millions de nuitées



Source : INSEE 2019

Côté Campings ...

La plus grosse concurrence dans le secteur de l'HPA est surtout interne...

Le secteur est en proie depuis près d'une dizaine d'années à des investissements massifs de groupes financiers qui prennent, petit à petit, possession des campings indépendant les plus rentables...

[France Loc](#) (Cap Fun : 149 campings dont 24 nouveaux en 2021 ...)

[Vacanceselect Group](#) (Vacanceselect, Tohapi, CanvasHolidays)

[European Camping Group](#) (Homair, Palmier Océan, Eurocamp, Al Fresco).

[Apax Parnter](#) (Sandaya)

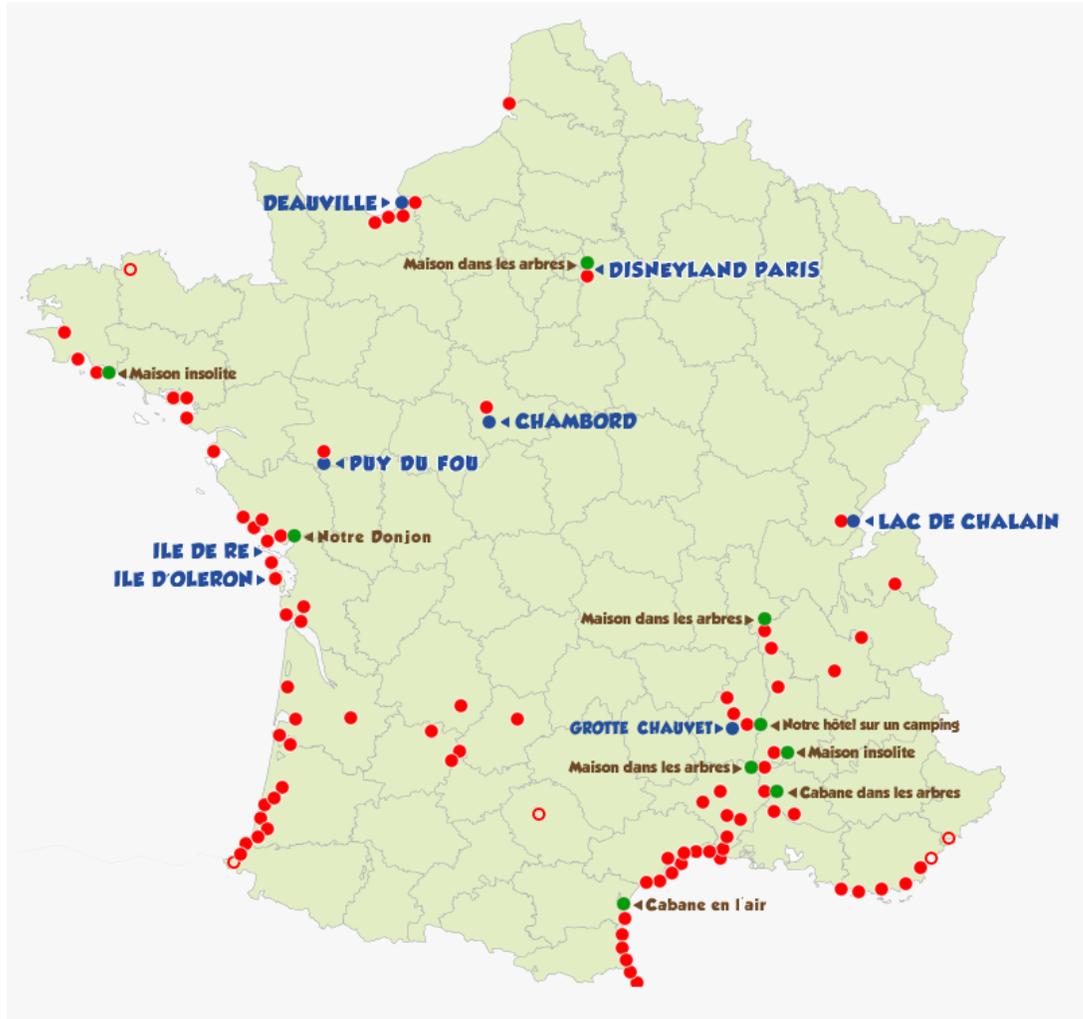
[BNP PARIBAS REIM FRANCE](#) (16 campings 4 et 5 étoiles).

[Siblu](#) facilitée par des investissements de groupes financiers comme Stirling Square Capital Partners.

Aujourd'hui, environ 700 campings sur 7 900 sont des campings liés à de grands groupes et ils pèsent presque 40 % du CA du secteur !

« L'hôtellerie de plein air constitue une classe d'actifs encore peu explorée mais particulièrement intéressante pour les investisseurs. Le stock restreint en raison des réglementations légales et environnementales, qui limitent la création de nouvelles unités, couplé à la financiarisation et consolidation du secteur, nous laissent présager une augmentation de la liquidité sur cette typologie d'actifs à l'avenir, un peu à l'image de l'immobilier de santé il y a quelques années » **explique Sigrid Duhamel, Présidente du Directoire de BNP Paribas REIM France.**

[En Aparté]



des parcs aquatiques incroyables... des parcs **capfun**

« T'es cap ou t'es pas cap ? »



Une base contact de dingue : 1 millions de client par an.
Un taux de fidélisation très élevé.

299 millions d'euros de CA en 2020, donc sans doute plus
de 300 millions en 2021, 700 salariés, dont 145 au siège
qui s'occupe notamment du marketing...

Plus de 200 000 abonnés sur les pages Facebook des campings
Cap Fun, 25 000 abonnés sur la chaine Youtube ...

La conception de l'hébergement touristique est en mutation...

Chambre Triple Ibis Budget Carcassonne La Cité
Carcassonne

- Chambre dans hôtel
3 voyageurs 1 chambre 2 lits 1 salle de bain privée
- Arrivée autonome
Vous pouvez entrer dans les lieux avec un concierge.
- Parfaitement propre
3 voyageurs récents ont indiqué que ce logement était d'une propreté irréprochable.

41€ par nuit
★ 4,36 (29 commentaires)

Dates: 20/03/2020 → 21/03/2020

Voyageurs: 1 voyageur

33€ x 1 nuit 33€
Frais de service 6€
Taxes de séjour et frais 2€

Rechercher | Publier une annonce | Hôte | Listes | Voyages | Messages

Rechercher | Publier une annonce | Hôte | Listes | Voyages | Messages | Voyage d'affaires | Aide

mobilhome en camping agréé VACAF
Rumilly
5 voyageurs 2 chambres 4 lits 1 salle de bain

Logement entier
Vous aurez le logement (chalet) rien que pour vous.

22 m2 avec petite kitchenette : frigo, micro-onde, couverts, plaques... Couvettes et oreillers fournis.
Terrasse en bois abritée.
Restaurant couvert et pizzeria sur le camping.

Ajoutez des dates pour voir le prix

Dates: Arrivée → Départ

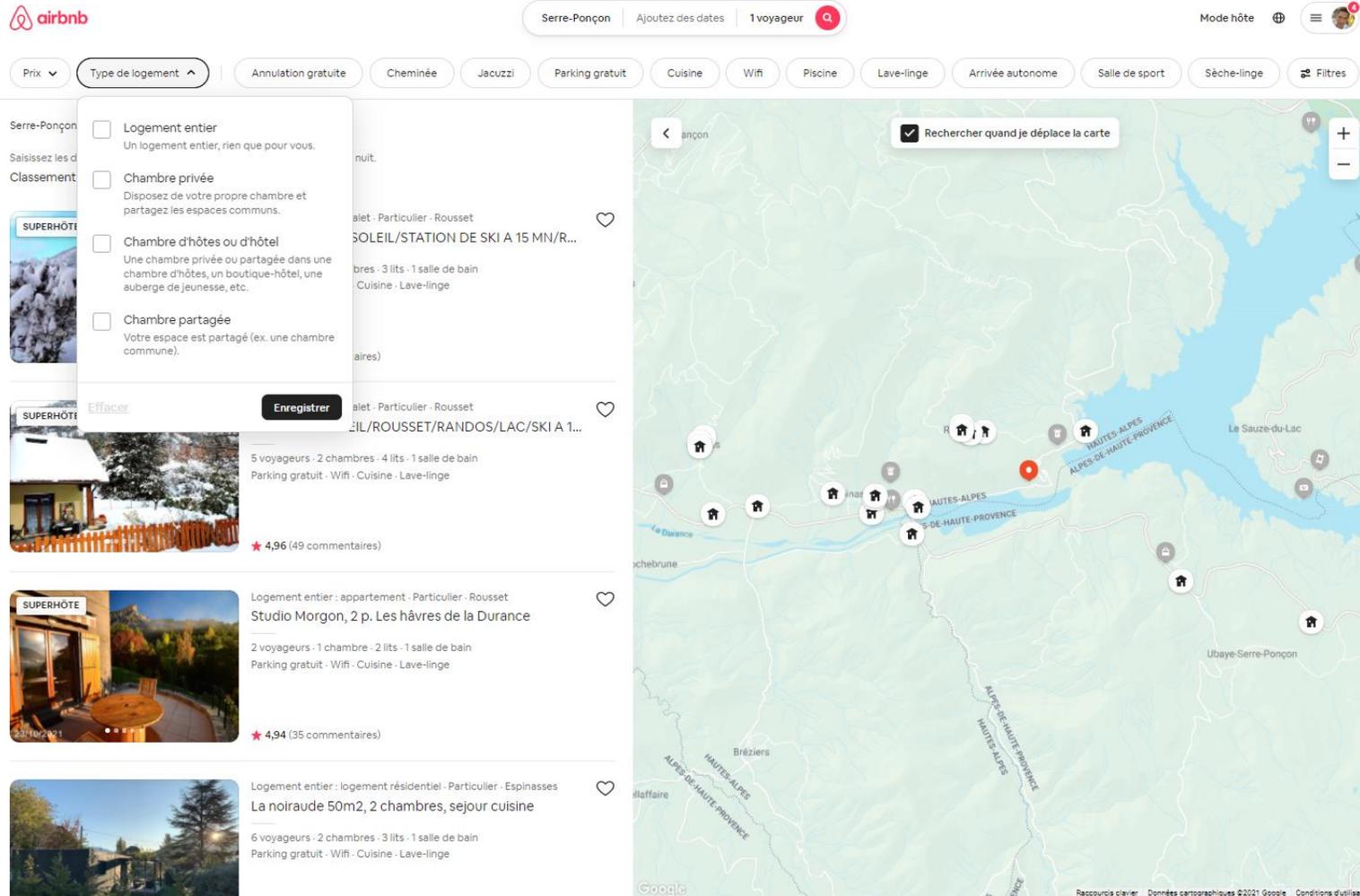
Voyageurs: 1 voyageur

Ajouter des dates

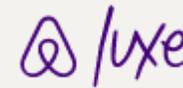
Signaler cette annonce

Filières | Classement | Labels | Professionnels vs Particuliers

Les OTA offrent des solutions d'hébergement (point)... et effacent progressivement les différences entre les filières.



Une offre « sélective » labélisée par Airbnb !



Des logement exceptionnels avec des services haut de gamme et un organisateur de voyage dédié.

1 nouveau type de logement en plus des 3 actuels (*Logement Entier, Chambre Privée et Chambre Partagée*) : **Chambre d'hôtel**

Des critères de filtrage par type de propriété

Type de propriété

- Maison
- Appartement
- Appartement en résidence
- Bungalow
- Chalet
- Guest house
- Maison de ville
- Suite

[Fermer les types de propriétés](#)

Séjours uniques

- Bateau
- Gîte à la ferme

[En Aparté]



Devenez hôte

Serre-Ponçon : locations saisonnières

Trouvez et réservez des hébergements uniques sur Airbnb

ADRESSE
Serre-Ponçon, France

ARRIVÉE
Ajoutez une date

DÉPART
Ajoutez une date

ADULTES
1

ENFANTS
0

Rechercher



Serre-Ponçon : locations de vacances les mieux notées

Les voyageurs sont unanimes : ces logements sont très bien notés en termes d'emplacement, de propreté et plus encore.



Logement entier · chalet · 4 voyageurs · 3 lits · 1 salle de bain

GITE DU MONT SOLEIL/STATION DE SKI A 15 MN/RANDOS. Gite "style chalet" se situe au bord du lac Serre-Ponçon à 50 m panorama exceptionnel sur le lac et les montagnes. Vous apprécierez soleil, silence, air pur... Gîte au coeur de 3 vallées. A Prox: Station de Montclar...



Logement entier · appartement · 2 voyageurs · 2 lits · 1 salle de b...

Studio Morgon, 2 p. Les havres de la Durance Proche des plages du lac de Serre Ponçon (3 kms) et des montagnes (le GR "tour du lac de Serre-Ponçon" passe à 150 m). Le calme du studio vous permettra de vous reposer face aux paysages de la région. (Par défaut, un ...



Logement entier · chalet · 5 voyageurs · 4 lits · 1 salle de bain

GITE BEAU SOLEIL/ROUSSET/RANDOS/LAC/SKI A 15 MN. Gite Beau Soleil ambiance cosy à prox lac de Serre Ponçon à 50 m panorama exceptionnel sur lac et montagnes. Vous apprécierez soleil, silence, air pur. Gîte à Rousset au coeur de 3 vallées, idéal pour visiter...

Locations de vacances pour tous les styles

Trouvez un logement à la bonne taille



Logements

Des logements confortables avec tout ce dont vous avez besoin



Hôtels

Des hébergements et équipements élégants



Séjours uniques

Bien plus que de simples logements pour passer la nuit

Serre-Ponçon : équipements prisés dans les locations de vacances



Cuisine



Wifi



Piscine



Parking gratuit sur place



Climatisation

[Important]

 **Attention désormais 2 modèles de commissions pour les hôtes en fonction de leur nature :**

1. Frais partagés entre hôte et voyageur :

Le modèle « standard » pour les hôtes de logement individuels.

Commission partagée :

- **Coté hébergeur : 3 %** HT du montant de la réservation + frais de ménage.
- **Coté voyageur : 13 %** HT du montant de la réservation + frais de ménage + TVA et taxe de séjour.

2. Frais uniquement pour les hôtes :

Le modèle uniquement pour les hôtels et autres entreprises du secteur de l'hébergement

Commissions uniquement sur l'hébergeur :

- de **14 % à 20 % HT** (plus 2 % si conditions d'annulation « très strictes »)

NB : Modèle imposé aux hôtels et quelques autres catégories d'entreprises du secteur de l'hébergement. Pour les gestionnaires immobiliers (agences immo et property manager), il est possible de choisir entre les 2 modèles.

Les OTA offrent des solutions d'hébergement (point) et effacent progressivement les différences entre les filières.

Booking.com EUR ? Ajoutez votre établissement Mathieu VADOT Niveau 2 Genius

Hébergements Vols Vol + hôtel Voitures de location Attractions Taxis aéroport

Accueil > France > Résultats de votre recherche

Rechercher

Lac de Serre-Ponçon : 97 établissements trouvés

Logements entiers en premier Étoiles (par ordre décroissant) **Genius**

mission payée et d'autres facteurs peuvent affecter le classement d'un hébergement. En savoir plus.

Club Vacances Bleues Les Horizons du Lac (anciennement Serre-du-Villard) Bien 7,7
442 expériences vécues

Gîte de la Draye Très bien 8,5
122 expériences vécues

Hotel-Restaurant La Lauzétane Bien 7,2
278 expériences vécues

Rechercher

Destination / Nom de l'établissement : Lac de Serre-Ponçon

Du Date d'arrivée

Au Date de départ

2 adultes · 0 enfant · 1 chambre

Logements entiers Je voyage pour le travail

Type d'établissement

<input type="checkbox"/> Appartements	42
<input type="checkbox"/> Hôtels	14
<input type="checkbox"/> Maisons de vacances	13
<input type="checkbox"/> B&B / Chambres d'hôtes	7
<input type="checkbox"/> Villas	5
<input type="checkbox"/> Campings	4
<input type="checkbox"/> Chalets	4
<input type="checkbox"/> Villages vacances	2
<input type="checkbox"/> Maisons d'hôtes	2
<input type="checkbox"/> Séjours chez l'habitant	2
<input type="checkbox"/> Complexes hôteliers	1
<input type="checkbox"/> Bateaux-hôtels	1

[Afficher moins](#)

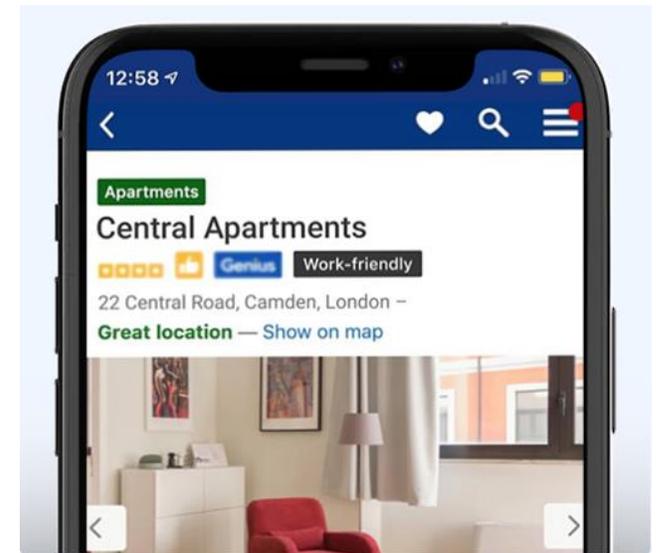
Programme « Idéal pour travailler »

Attirez plus de voyageurs d'affaires sans augmenter vos dépenses

Vous souhaitez accueillir plus de clients, voire un nouveau type de clientèle ? Aujourd'hui, de plus en plus de personnes réservent des maisons ou des appartements pour y travailler. Si votre hébergement dispose d'équipements adaptés aux voyageurs d'affaires, vous pouvez proposer à vos clients un espace où ils pourront se reposer et travailler en toute tranquillité.

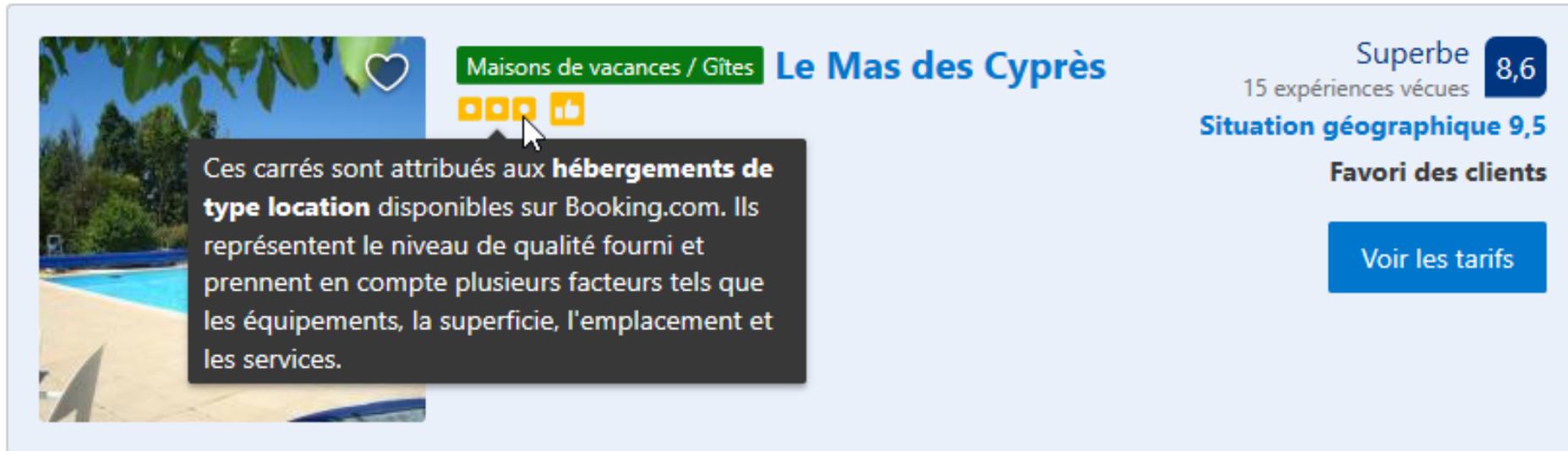
Le programme « Idéal pour travailler » constitue une bonne solution pour rendre votre hébergement plus visible auprès des voyageurs d'affaires et des personnes en télétravail. Ce programme est gratuit et vous ne devez proposer aucune réduction supplémentaire. Lorsque vous aurez ajouté vos équipements adaptés aux voyageurs d'affaires dans votre extranet, votre hébergement bénéficiera d'un badge spécial et apparaîtra dans les résultats de recherche des clients en quête de logements idéaux pour travailler.

[Rejoindre](#)



[En Aparté]

Booking.com attribue désormais un « classement » aux locations de vacances !



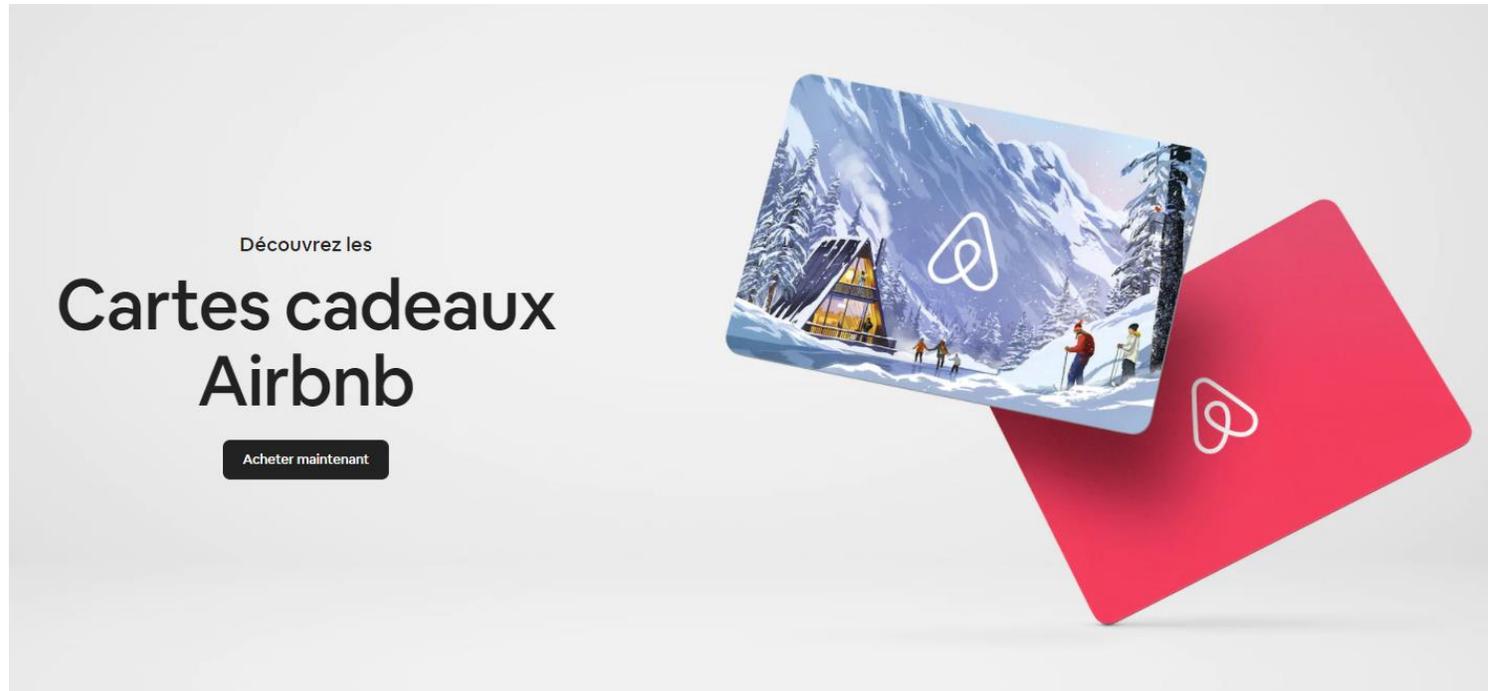
The screenshot shows a Booking.com listing for "Le Mas des Cyprès" under the category "Maisons de vacances / Gîtes". The listing features a rating of 8.6 based on 15 reviews, a "Situation géographique" score of 9.5, and is labeled as "Favori des clients". A blue button labeled "Voir les tarifs" is visible. A tooltip points to the location rating icons (three yellow squares and a thumbs-up icon), explaining that these squares represent the quality level based on factors like equipment, size, location, and services.

Ces carrés sont attribués aux **hébergements de type location** disponibles sur Booking.com. Ils représentent le niveau de qualité fourni et prennent en compte plusieurs facteurs tels que les équipements, la superficie, l'emplacement et les services.

Booking et Airbnb veulent devenir des « hub de réservation » de toutes les composantes du voyage.

The screenshot shows the Booking.com homepage. At the top, there's a navigation bar with the logo, currency (EUR), a help icon, a notification bell with '5', and a button to 'Ajoutez votre établissement'. Below this is a menu with categories: Hébergements, Vols, Vol + hôtel, Voitures de location, Attractions (highlighted with a mouse cursor), and Taxis aéroport. The main banner features a night landscape with mountains and a person looking out, with the text 'Fin dans 10 jours' and 'Ce Black Friday, faites le plein de voyages'. Below the banner is a search bar with fields for 'Où allez-vous?', 'Arrivée', 'Départ', and '2 adultes · 0 enfant · 1 chambre'. A blue button 'Voir les Offres Black Friday' is also visible.

The screenshot shows the Airbnb homepage. At the top, there's a navigation bar with the logo and links for Hébergements, Expériences, and Expériences en ligne. Below this is a search bar with fields for 'Adresse', 'Arrivée', 'Départ', and 'Voyageurs'. The main content area features a grid of isometric illustrations of various travel destinations, including a lighthouse, a cabin, and a snowy landscape. A prominent banner for 'airbnb 2021 Édition hiver' is visible, with a button to 'Regarder la présentation'. On the right side, there's a vertical text '© Copy right Mark'.



Choisissez un modèle



Choisissez un montant



Montant personnalisé €

Comment souhaitez-vous envoyer cette carte cadeau ?

E-mail

Qui en est le destinataire ?

Nom du destinataire
Mathieu VADOT

Adresse e-mail du destinataire
vadot@marketing-tourisme.net

Ajoutez un message personnalisé



Accorhotels est en mutation et investit dans l'économie de partage « haute gamme » :

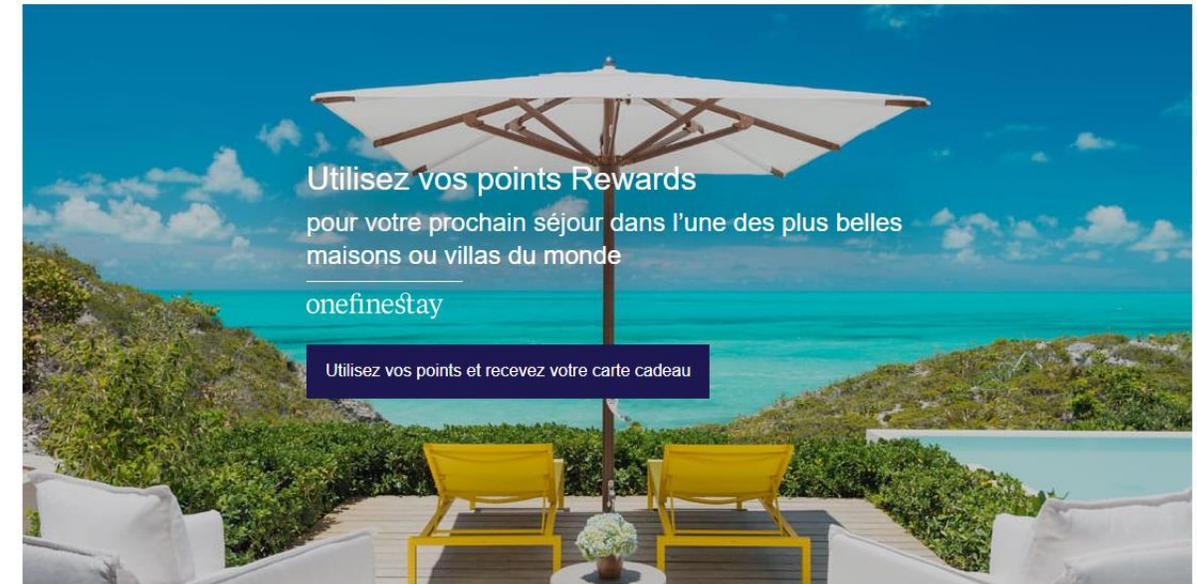
- ✓ En rachetant [Onefinestay](#) pour 148 millions d'euros.
- ✓ En prenant 49 % du capital de [Square Break](#)
- ✓ En prenant 30 % du capital de [Oasis Collections](#).

Ces 3 sociétés commercialisent à la nuitée des **locations haut de gamme de particulier avec du service hôtelier associé.**

L'offre d'appartements issue de OneFineStay, est d'ores et déjà distribuée sur All.accor.com



[Homepage](#) > [Loyalty program](#) > OneFineStay



onefinestay

La nouvelle marque Accor qui vous invite à séjourner dans les plus belles maisons et villas du monde



[En Aparté]



Bienvenue chez greet ! Des hôtels engagés localement, recentrés sur ce qui compte vraiment.

Se rassembler autour d'une table d'hôtes, profiter de nos chambres famille, participer à une de nos activités : parce que les meilleurs moments sont ceux que l'on partage, tous nos lieux ont été pensés pour vivre des moments conviviaux.

Déguster nos confitures régionales, goûter au pain livré du boulanger d'à côté, s'étonner d'une vaisselle vintage et dépareillée : parce que nous souhaitons le meilleur pour nos clients et nos communautés locales, nous offrons des produits frais, simples, et locaux.

Du mobilier chiné, recyclé, détourné, à l'image d'un bocal de cornichons qui se transforme en lampe de chevet. Parce que nous donnons une seconde chance à tout ce qui nous entoure, chez greet nos objets ont une histoire à raconter.

Découvrez un lieu où chacun peut avoir une seconde chance, où chaque chose peut avoir une deuxième vie. Soyez greet !

La formalisation d'une offre et d'une communication adaptés aux besoins des voyageurs qui doivent travailler un peu, ou des travailleurs qui veulent voyager un peu... est aussi une source de différenciation et de revenu.

Work from Hyatt

It won't feel like work when you choose to Work from Hyatt — whether you stay local for the day or treat yourself to an extended work adventure. Plus, you'll be rewarded by earning World of Hyatt points and elite Tier-Qualifying Night credits, whether you work with us for the day, the week or even longer.



Office for the Day 1 Day

Enjoy private use of a guest room from 7 a.m. to 7 p.m., including premium Wi-Fi, dining and parking discounts, access to hotel gym, pool, spa and more, all starting at \$65 USD/day. Packages are available daily at hundreds of hotels worldwide including Amsterdam, Chicago, London, Melbourne, New York, Singapore and more through December 5, 2021.

Africa, Americas, Asia-Pacific, Europe, India, Middle East

[LEARN MORE >](#)



Extended Stays 5+ Nights

Work and play at 115+ participating hotels from Arizona and Aruba to Bali and the Bahamas, including a productive workspace, premium resort amenities, daily food and beverage credit, waived resort fees and more. Packages are available for stays of 5+ nights through December 5, 2021 and start at \$139 USD/night.

Americas, Asia-Pacific

[LEARN MORE >](#)

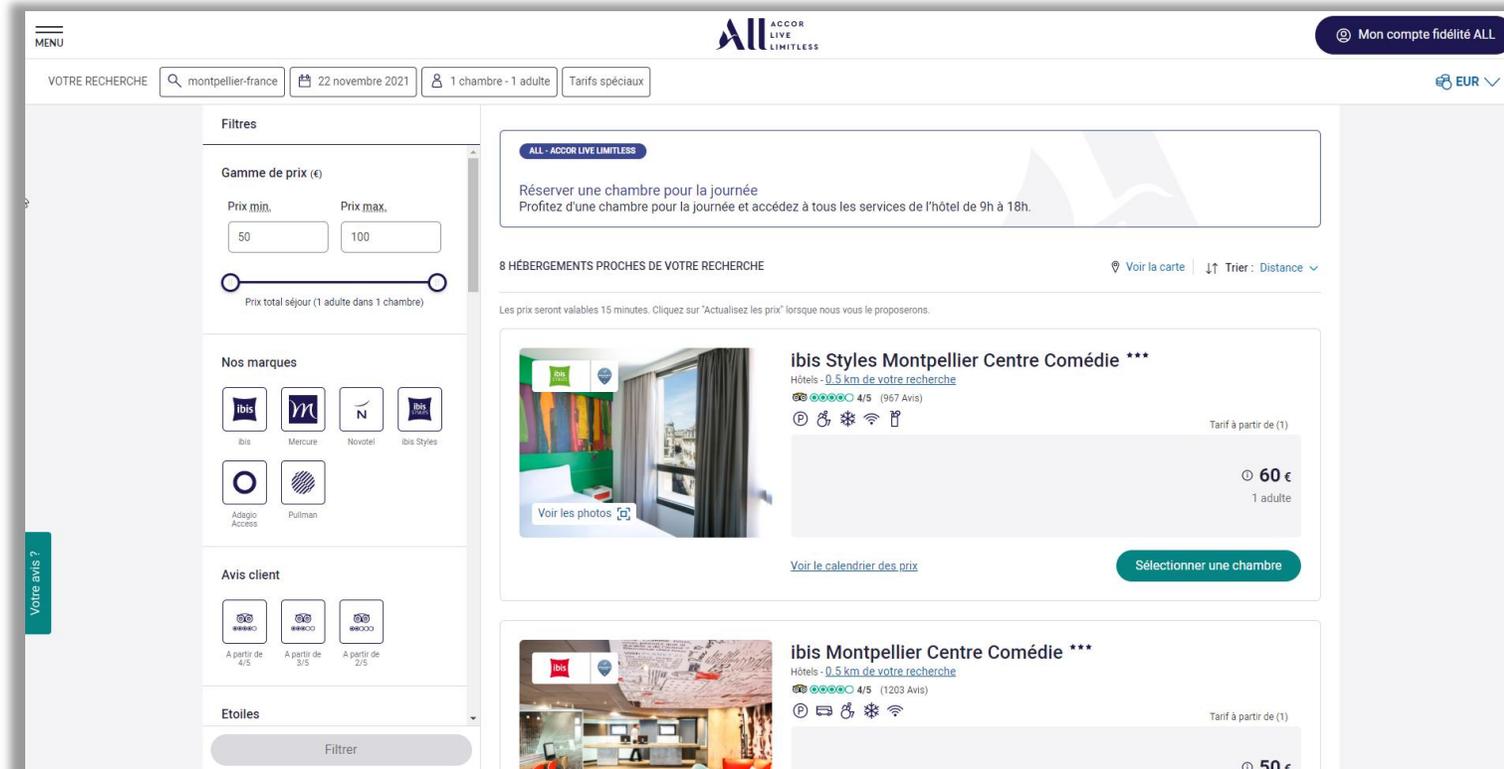


The Great Relocate 29+ Nights

Gather your work, your pets, and your people, and enjoy a month-or-more stay where you can be both pampered and productive. Choose from 125+ hotels in destinations like Paris, Dubai, Mumbai and more. Packages are available for stays of 29+ nights through December 31, 2022.

Africa, Europe, India, & Middle East.

[LEARN MORE >](#)



Accor Live Limitless website search results for Montpellier, France. The search criteria are: 22 novembre 2021, 1 chambre - 1 adulte, Tarifs spéciaux. The results show 8 accommodations, with the top two being ibis Styles Montpellier Centre Comédie. The first listing is priced at 60 € per night for 1 adult, and the second at 50 € per night for 1 adult. The page includes filters for price range (50-100 €), brands (ibis, Mercure, Novotel, ibis Styles, Adagio Access, Pullman), and amenities (Avis client, Etoiles).

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2021



CONTACT & ASSISTANCE | NOS AUTRES SITES | FRANÇAIS | VOTRE ESPACE | RÉSERVER

B
BARRIÈRE

HÔTELS | ACTIVITÉS | **SÉJOURS & OFFRES** | SUITES | CADEAUX | SEMINAIRES & ÉVÉNEMENTS | INFINIMENT BARRIÈRE

ACCUEIL > SÉJOURS & OFFRES > ESCAPADE TÉLÉTRAVAIL



ESCAPADE TÉLÉTRAVAIL

Idéale pour travailler à distance dans les meilleures conditions. Une pièce de travail dédiée et 2 pauses gourmandes vous sont offertes du lundi au vendredi. Annulable jusqu'à 14 jours avant le séjour. L'accès aux équipements et services est soumis aux autorisations des autorités compétentes en vigueur lors de votre séjour. Découvrez les modalités d'accueil de l'hôtel dans lequel vous souhaitez séjourner en cliquant sur "Réserver".

CHOISIR UN HÔTEL PARTICIPANT | **RÉSERVER**

À PARTIR DE
232 €
LA NUIT

L'HOTEL | NOS CHAMBRES | GOURMANDISES | VOUS REPÉRER | TÉLÉTRAVAIL | CONTACT | RÉSERVER | 



Location d'un espace de réunion

Offre disponible du lundi au vendredi de 8h30 à 19h

- Wifi haut débit gratuit
- Thé et café à disposition, dans le lobby ou via room service
- Possibilité d'impression sur place (service payant)
- Possibilité de livraison de plateau repas (en partenariat avec le restaurant La Compagnie du Café - service payant)
- Réceptionniste-concierge disponible de 8h30 à 19h

Tarif :

Chambre/Bureau Supérieur 45€ HT la journée (49,5€TTC)
Chambre/Bureau Suite : 55€ HT la journée (60,5€TTC)
Semaine : -10% / Mois : -15%

Un espace privatif, doté de son jardin, est également réservable à l'heure, à la demi-journée ou à la journée pour vos réunions jusqu'à 8 personnes.
Tarif : à partir de 15€ HT l'heure

SORROOM-HOTEL.COM

DAYUSE

RoomForDay
HÔTELS POUR LA JOURNÉE

ATYPIKWORK

Le coworking à la carte sur Montpellier

...



Les leviers pour développer les ventes

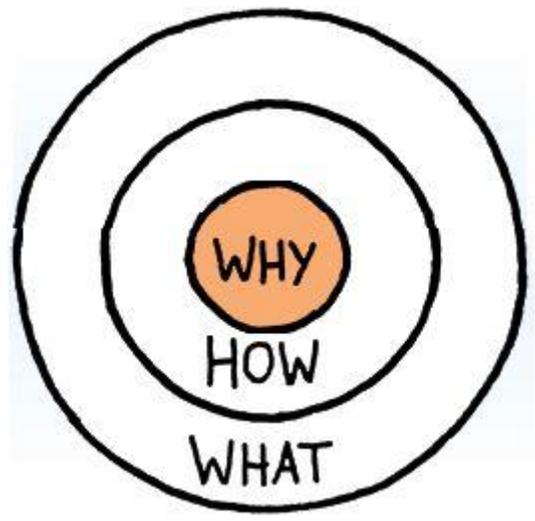
#0 Avoir bien pensé à son positionnement et son ciblage

#0 Avoir bien pensé à son positionnement et son ciblage.

	Marchés Existants	Marchés étendus	Nouveaux Marchés
Produits Existants	Pénétration de marché	Expansion de marché	Développement de marché
Produits Modifiés	Extension de produit	Diversification limitée	Diversification partielle
Nouveaux Produits	Développement de produit	Diversification partielle	Diversification

Matrice d'Ansoff

Pourquoi un client achèterait ma prestation?
 Pourquoi je propose ces prestations ?
 ...





PHASE 3 : Parcours « filières » :

Parcours « HPA » :

J1 et J2: Définir ou redéfinir ses fondamentaux marketing: qui suis-je, qui sont mes clients, répondre à leurs besoins/attentes ?

19 et 20 janvier 2022 : 9h à 17h, Savines-le-Lac.

Inscription



Enjeux clés : Capter une audience qualifiée et vendre en direct grâce à son site web

#1 Avoir un bon site web...

Avoir un design « séduisant » qui transpire le positionnement du camping

The screenshot shows the Sunélia Interlude website. The header includes a menu, a link to download brochures, contact options (phone, email), an 'ESPACE CLIENT' button, and a language selector (FR). The main content area features a large image of people at a festival. A reservation form is overlaid on the image, with the text 'RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR' and a date range of '22/05/2019 - 28/05/2019'. Below the date, there are icons for 'Location' and 'Emplacement', and a 'Réserver' button. The footer contains the text 'Votre séjour sur-mesure', a 'J'ai envie de...' section, a 'Besoin d'aide?' button, and a 'En savoir plus' button. A cookie notice is visible at the bottom left.

Vous avez moins de 3 secondes pour :

- séduire
- dire qui vous êtes
- et ce qui vous différencie des autres campings ...

Positionnement > home page

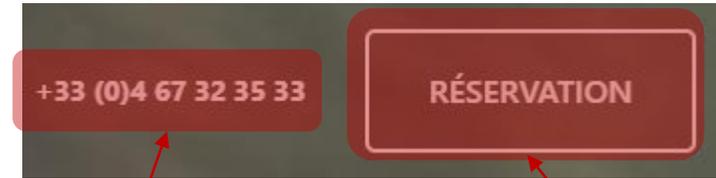
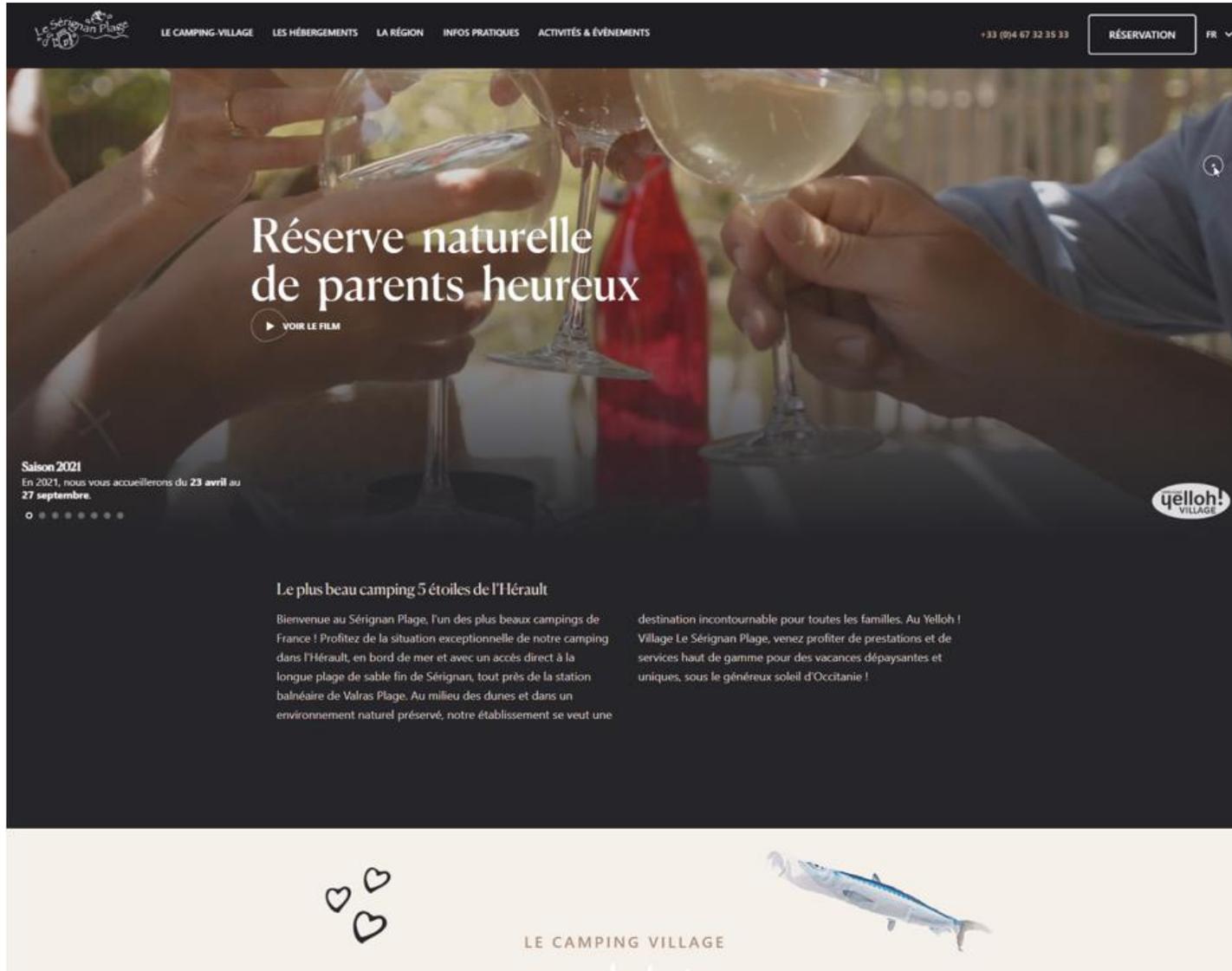
1 visuel + 1 phrase

[Exemple]

VS

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

[Exemple]



Numéro de téléphone associé au moteur de réservation.

Accès au moteur de réservation accessible sur toutes les pages.

Offres spéciales mises en avant.

Actualités & offres spéciales



ACTU

Soirée de légende au Sérignan Plage
Vivez une soirée d'exception au Sérignan !



OFFRE

-10% sur les longs séjours
Pour tout séjour supérieur à 21 nuits du 20 mai au 08 juillet 2022 et du 03 septembre au 26 septembre 2022

Ce qui fait la différence...

#Strategie #ExperienceClient #Contenu #UGC
#RedactionWeb #SEO

Travailler sa stratégie avec des personas

Franck



Informations personnelles

Directeur de création
Lyon
32 ans
36'000 € an
Célibataire / sans enfants
Conscience écologique
Pas de voiture

Matériel à disposition

Mac Book Air, iPhone 6,
Apple Watch

Geekiness

+++ . (out of 4)

Adventure seeker

Objectifs clés / Besoins primaires

- Trouver une destination unique
- Expérience hors des sentiers battus
- Expériences éco-touristiques
- Prix raisonnable mais prestations de qualité

Envies / Besoins

- Veut rencontrer des locaux
- Souhaite du wifi pour rester en contact
- Ne veut pas conduire
- Veut du confort malgré des activités « roots »

Freins / Problèmes

- Confiance dans les partenaires sur place
- Véracité des informations / photos
- Frais cachés
- Sécurité avec les activités

Objectifs stratégiques

- Upgrader ses prestations / augmenter ses dépenses
- En faire un prescripteur de vos services
- Rester en contact avec lui
- Partager son expérience avec son entourage

Logistique et fonctionnalités

- Faciliter l'upgrade des prestations en restant en contact avec lui tout au long du voyage
- Lui donner la possibilité de partager ses expériences à travers vos plateformes propriétaires
- Conserver ses datas, sa segmentation et lui proposer de nouvelles expériences adaptées
- Lui donner des incentives lors de l'utilisation d'un hashtag propriétaire

Usage des médias:

Email marketing	0%		100%
Mobile	0%		100%
Médias sociaux	0%		100%

YOOD DIGITAL MARKETING EXPERIENCE DAYS
18 janvier 2017 Palais des Festivals de Cannes
yoodx.com

Relax In The Air

- Qui est-il ?
- Quel est son parcours d'achat ?
- Quelles informations recherche-t-il ?
- Comment formule-t-il ses recherches ?
- Où fait-il ses recherches ?
- Quelle est sa situation familiale ?
- Quels sont ses besoins en matière de tourisme ?
- Comment lui apporter de la valeur ajoutée ?
- De quoi peut-on lui parler pour l'intéresser ?
- ...

Comment on fait ?

1. On pose déjà ce que l'on pense savoir sur une trame « type » de persona.

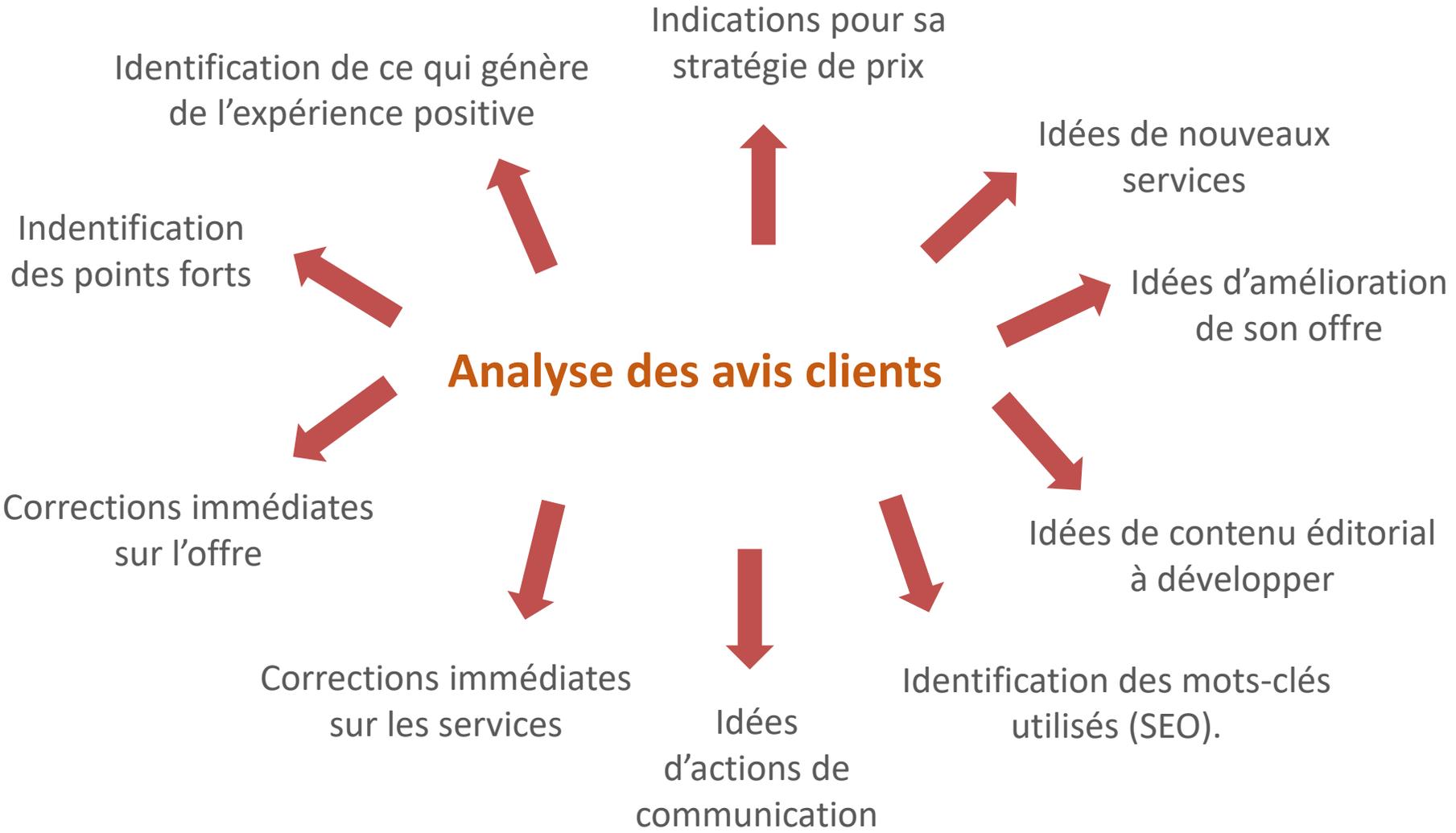
2. On vérifie et on affine au contact de ses clients (ou prospect).

En clair, on discute avec ses clients (ou ses prospects) :

- Comment nous avez-vous trouvé ?
- Pourquoi nous avoir choisi ?
- Quels sont vos critères de choix (repérer les critères mais aussi comment ils sont formulés) ?
- De quelles informations avez-vous (ou auriez-vous) eu besoin ?
- Qu'auriez-vous aimé savoir avant ?
- Qu'appréciez-vous particulièrement chez nous ? Qu'appréciez-vous le moins ? ...

3. On analyse ses avis client.

Analyser ses avis client !



#1 Capter de l'audience et vendre avec son site

Travailler sa stratégie avec des personas

Objectif ?

- ✓ Penser client dans tout ce que vous faites pour votre entreprise...
- ✓ Créer de la valeur ajoutée tout au long du parcours client et ainsi augmenter le taux de transformation visiteur > client, la prescription et la fidélisation.

Repenser son offre, ses services, son organisation, ses process...

Structurer son site, son contenu, sa communication afin de susciter l'envie et lever les freins à l'achat.

Tout cela est beaucoup plus simple en appuyant sa réflexion sur des personas !

#1 Avoir un bon site web...

Quelques conseils ...

Produire du contenu centré « client » :

« Les 10 bonnes raisons de venir chez nous ! »

« Pourquoi venir chez nous ? »

« Pourquoi choisir ce type de locatif ? »

...



- ✓ Contenu à créer sur une page dédiée mise en avant sur la home page avec une phrase d'accroche pour l'argumentaire qui concerne toute la structure.
- ✓ Contenu qui peut-être ajouté dans le contenu des pages « produit » pour les argumentaires par produit.
- ✓ Utiliser ce type de contenu pour synthétiser vos points forts et orienter sur les pages les plus pertinentes pour convaincre en fonction des arguments mis en avant.

NB : l'argumentaire peut-être mis en scène ou simplement complété par le personnel en mode « témoignage », voir ses partenaires ou ses clients (Témoignages).

+ rassurance avec les photos Instagram de vos clients.



#1 Avoir un bon site web...



Quelques conseils ...

Produire du contenu qui donne autre chose que la simple présentation de votre offre.

« L'envers du décor »

- Les étapes de construction d'une nouvelle partie de son établissement.
- Les coulisses de l'organisation d'un évènement dans son établissement.
- Le rush en cuisine (vidéos).
- Les fournisseurs locaux du restaurant.
- Les conseils du personnel pour bien profiter de son séjour (avec photo, voir vidéos).
- Le travail des animateurs en vidéos « time lapse » : avant - après.
- Etc.



- ✓ Contenu à créer sur des pages dédiées (pages « article »).
- ✓ Accessible dans les pages « produit » de manière contextuelle avec une phrase d'accroche et éventuellement une illustration. (Exemple : *Il a fallu 6 mois de travaux ... [avant la piscine vue sur le lac, c'était comme ça !?](#)*)
- ✓ Utiliser ce type de contenu pour humaniser la relation, mettre en avant vos valeurs (respect de l'environnement, circuit court, etc.) et apporter des preuves concrètes de vos engagements.

#1 Avoir un bon site web...

Quelques conseils ...

Étoffer sa rubrique « Avoir / A faire » :

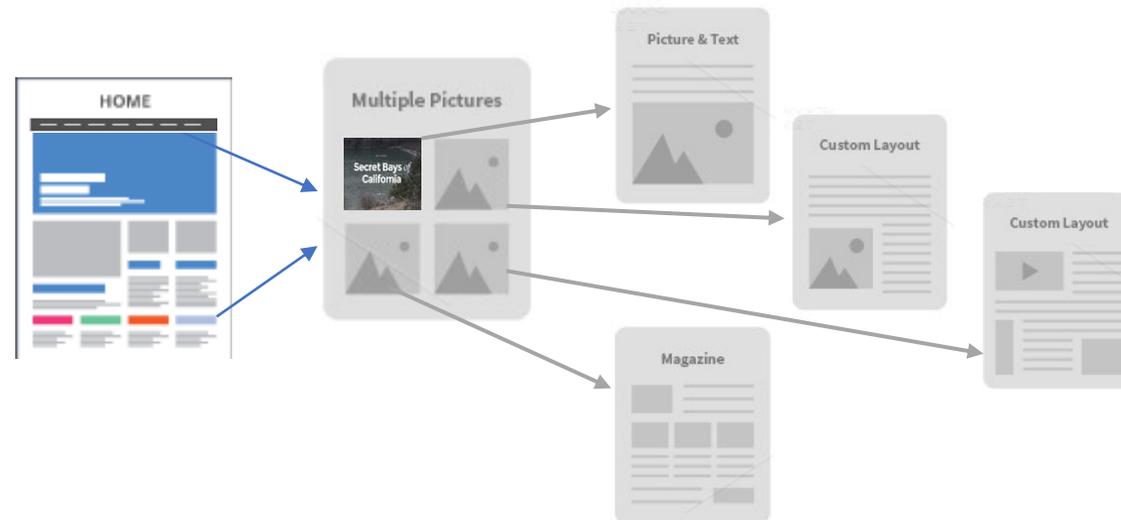
↳ Le « à voir/à faire, à proximité »

- Les meilleurs sites à visiter.
- Les balades sympas à faire autour.
- Les meilleurs restaurants à proximité.
- Les bons plans si l'on vient de la part de ...
- Les incontournables en famille / couple ...
- Conseils pour les cyclistes/ Randonneurs ...

Intitulés de rubrique possibles :

- Activités à proximité.
- Nos recommandations.
- À voir/A faire.
- À ne pas manquer.

- ✓ Contenu à mettre dans le menu de navigation principal, en tant que rubrique et potentiellement en avant sur la page d'accueil.
- ✓ Faire des liens contextuels vers les pages « A voir/A faire » dans les autres pages du site (exemple dans la présentation de la structure : Notre camping est situé à 20 km de ... [voir les recommandations du camping sur ...](#))
- ✓ Utiliser ces pages pour négocier des partenariats et des liens (backlink) avec les activités, restaurants, etc. concernés.



#1 Capter de l'audience et vendre avec son site

Quelques conseils ...

N'oubliez pas ce que l'internaute va rechercher dans un processus de réservation.

- ✓ Vos dates d'ouvertures (est-ce évident de les trouver ?)
- ✓ Votre localisation.
- ✓ Les horaires d'ouverture (réception fermeture ?)
- ✓ Les photos et descriptifs complets des produits (sans confusion possible)
- ✓ Les services inclus et les services payants pour chaque produit.
- ✓ La disponibilité de chaque produit.

Le recours aux **FAQ** est souvent une très bonne solution pour corriger les oublis ou les imperfections d'un site en terme d'organisation des contenus

LORS DE LA RÉSERVATION

Comment recevoir notre brochure ?

Retrouvez notre brochure [ici](#).

Vous pouvez également faire votre demande auprès de la réception au +33(0)2 51 34 64 72

ou par email (contact@campingpinparasol.fr) et nous vous enverrons une brochure par courrier.

- + Qui peut effectuer une réservation ?
- + Quels moyens de paiement acceptez-vous ?
- + Proposez-vous des paiements échelonnés ?

AVANT VOTRE SÉJOUR

Assurance annulation et taxe de séjour

Puis-je modifier ma réservation et comment ?

Vous pouvez demander la modification (dates, type d'hébergement) sur demande auprès du camping (courrier ou e-mail) en fonction des disponibilités et possibilités.

Comment puis-je annuler ma réservation ?

Si vous souhaitez annuler votre réservation, vous devez envoyer un email à contact@campingpinparasol.fr.

Pourquoi dois-je payer les taxes de séjour ?

La taxe de séjour est collectée pour les communes et peut être augmentée d'une taxe additionnelle départementale. Elles sont calculées selon les communes qui en fixent le montant, les assujettis (adultes) et les périodes de séjour. Le montant de la provision pour la taxe de séjour est de 1,50€ par personne de plus de 18 ans est inclus dans le prix du séjour lorsque celle-ci est au forfait.

Que couvre l'assurance annulation ?

L'assurance annulation garantit toutes les réservations qui ne sont pas de votre fait.

PENDANT VOTRE SÉJOUR

Les services

- + Y a-t-il une supérette dans le camping ?
- + Proposez-vous la location de matériel ?
- + Y a-t-il un service de sécurité ?
- + La wifi est-elle un service gratuit ?
- + Combien d'appareils puis-je louer simultanément sur le même emplacement ?
- + Quelles sont les animations proposées sur votre site ?
- + Acceptez-vous les animaux ?
- + Les chiens sont-ils autorisés sur le Lac du Jaunay ?
- + Puis-je utiliser ma propre tente ?
- + L'usage des toboggans aquatiques est-il réglementé ?
- + Les shorts de bain sont-ils autorisés ?
- + A quel âge peut-on entrer à la piscine ?
- + Y a-t-il une télévision dans ma location ?

Emplacements

Combien de blocs sanitaires se trouvent sur le camping ?

5 blocs sanitaires récents se trouvent sur le camping, tous chauffés, avec cabines familiales et individuels.

Est-il possible de vidanger les toilettes sur l'emplacement ?

Il est possible de vidanger les eaux grises sur l'emplacement pour les emplacements 4 fleurs et Premium.

Tous les blocs sanitaires situés dans le camping sont équipés d'une vidange (toilettes chimiques).

Est-il possible d'installer un barbecue sur l'emplacement ?

Il est tout à fait possible d'installer un barbecue sur l'emplacement, seuls les barbecues électriques ne sont pas autorisés.

Locations

- + Pourquoi me demande-t-on une caution ?
- + Le ménage est-il compris dans le prix de ma location ?
- + Que comprend la prestation ménage ?
- + Y a-t-il une télévision dans ma location ?

Le Sérignan Plage

Yelloh! VILLAGE

Réserve naturelle de parents heureux

VOIR LE FILM

Saison 2021
En 2021, nous vous accueillerons du **23 avril** au **27 septembre**.

Le plus beau camping 5 étoiles de l'Hérault

Bienvenue au Sérignan Plage, l'un des plus beaux campings de France. Profitez de la situation exceptionnelle de notre camping dans l'Hérault, au bord de mer et avec un accès direct à la longue plage de sable fin de Sérignan Plage.

menu

LES HÉBERGEMENTS

Vous allez aimer Vous réveiller

Des cabanes déco face à la plage, des quartiers paysagers sans voiture, des tentes lodges pour les amoureux de la nature, des emplacements ombragés, vous allez adorer séjourner dans notre camping en bord de mer de l'Hérault

Les Cabanes

Les cottages et lodges

VOIR TOUS LES HÉBERGEMENTS

menu

Le Sérignan Plage

Yelloh! VILLAGE

Atelier Gâteau

97% des enfants aiment faire la cuisine, nous sommes persuadés que votre enfant en fait partie !

#leserignanplage

Partagez vos vacances avec nous avec le hastag #leserignanplage

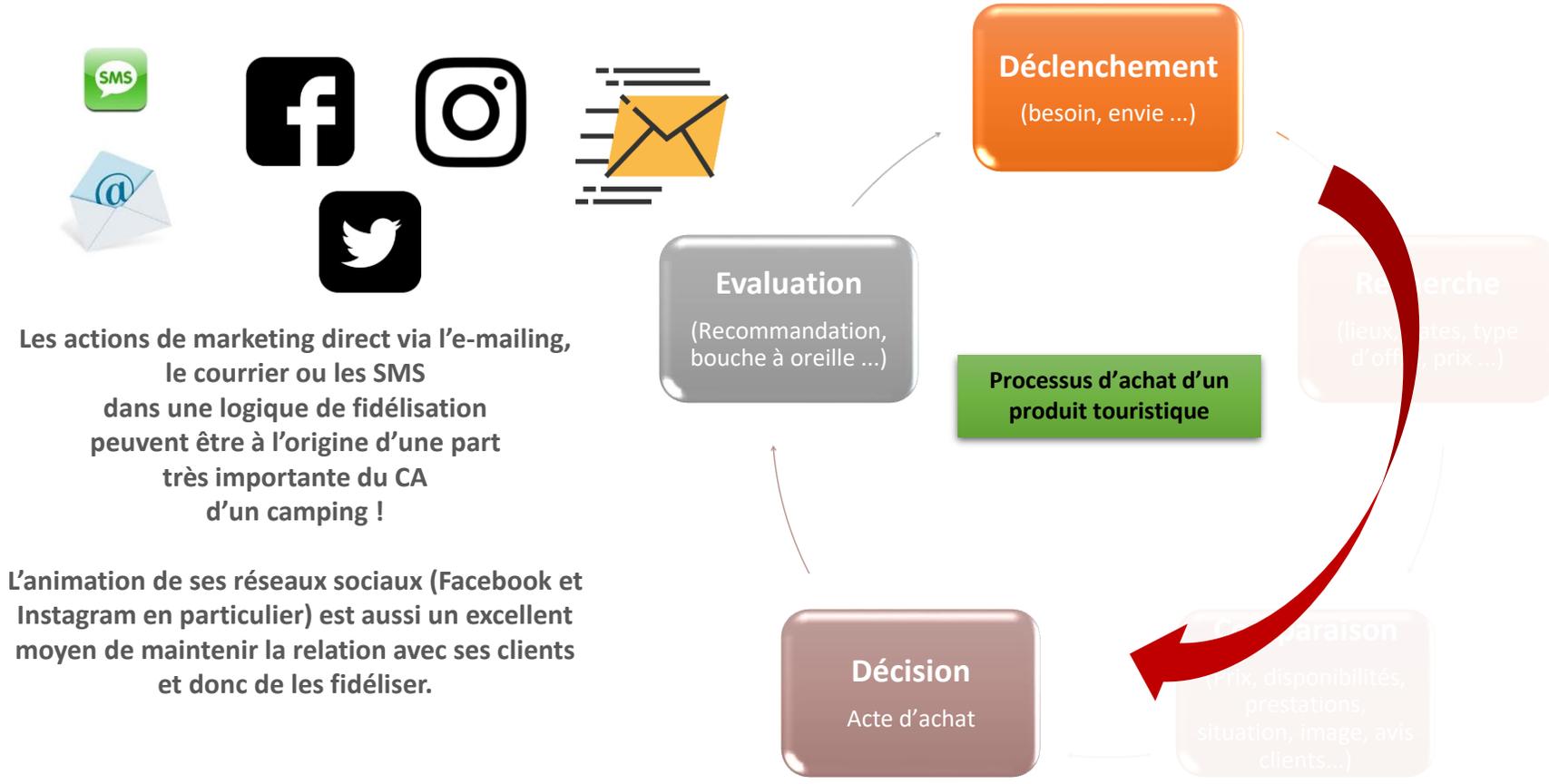
Instagram icon Facebook icon

menu

#2 Soigner sa relation client

#2 Soigner sa relation client

Fidéliser sa clientèle via des actions de marketing direct (e-mailing, courrier...) mais aussi (et de plus en plus) via les réseaux sociaux.



[En aparté]

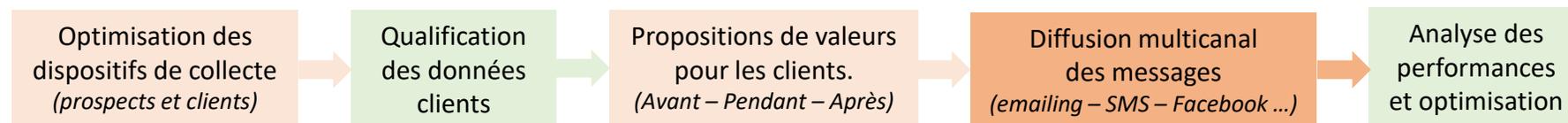
Quelle est la principale raison d'abandon d'une marque ?

(source étude Gartner group)

- 1% la mort
- 3% le déménagement
- 7% la recherche d'une autre marque
- 9% l'adhésion à une offre concurrente
- 12% l'insatisfaction
- **68%** le manque de contact avec la marque !

Rester en contact
avec nos clients =
LA priorité en
fidélisation

Un client sans relation avec sa marque est un client déjà parti !



Il est très important de construire une relation avec ses clients avant de leur demander de sortir de nouveau leur CB !



Travailler la relation client post-réservation avec bienveillance !



Envoyer un email à chaque client à j-5 de sa date d'arrivée pour :

- Lui dire que l'on attend avec impatience.
- Qu'il peut déjà se mettre dans l'ambiance en s'abonnant à notre page Facebook et Instagram.
- Lui indiquer les principales animations et les grands événements de la destination à venir sur sa période de vacances.
- Lui donner les bons plans négociés par le camping, « juste pour lui » !



Envoyer un email à chaque client à j-1 de sa date d'arrivée pour :

- Lui souhaiter un bon voyage.
- Lui envoyer la playlist du camping pour se mettre dans l'ambiance pendant le trajet.
- Lui donner les détails importants pour ne pas se tromper de direction en arrivant.
- Lui rappeler les horaires d'arrivée pour le check in.
- Lui indiquer la personne à contacter en cas de besoin (*n° de mobile de Gwendoline à la réception*).
- Lui rappeler les bons plans négociés par le camping, « juste pour lui » !



Envoyer un email (ou SMS) à chaque client à j+1 de sa date d'arrivée pour :

- Lui dire *qu'on espère que tout se passe bien qu'il n'hésite surtout pas à venir nous voir, s'il y a le moindre problème !*
- Lui rappeler tous les services « gratuits » du camping et ce qu'il peut faire par notre intermédiaire : les bons plans négociés le camping, « juste pour lui » !
- Lui rappeler les services « en option » du camping.
- L'informer du hashtag du camping et l'inciter à partager du contenu sur les réseaux sociaux à propos du camping pendant son séjour en lui rappelant les bénéfices de le faire (si récompense il y a).



Envoyer un email à chaque client à j+2 de sa date de départ pour :

- Lui dire qu'on le remercie sincèrement d'être venu chez nous et que l'on espère qu'il a passé un bon séjour.
- Lui proposer de faire un retour de son expérience sur Tripadvisor (ou autres).
- Lui rappeler les avantages qu'il a de revenir et à prescrire le camping ! (cf. programme de fidélité et de parrainage).

#2 Soigner sa relation client



Envoyer un email à chaque client à j+7 de sa date de départ pour :

- Lui adresser quelques petites photos de son séjour (si possible).



- Lui rappeler que faire un retour de son expérience sur Tripadvisor (ou autres) serait super sympa.
- Lui dire qu'on raconte plein de « trucs cool » sur les réseaux sociaux que l'on aimerait bien le compter parmi nos abonnés.



PIXI E S E T

Super outil pour créer de belles galerie photos privées pour vos clients.

[Ensuite... les emails « marketing » passent mieux]



Souhaiter l'anniversaire de chacun de ses clients par email avec :

- Un concept original (ex : une chanson de toute l'équipe du camping en vidéo en guise de cadeau) .
ou
- Une offre spéciale adaptée à leurs centres d'intérêts / âges : qq offres à prévoir – Ex : Une bouteille de vin offert au restaurant du camping pour la cible « Loisirs Famille » (le père).



Proposer en amont de chaque grand événement, une offre spéciale par email en lien avec l'événement, à ses clients habitant à moins de 4 heures.

NB : Possibilité de segmenter ma cible en fonction des centres d'intérêt (en rapport avec l'événement).

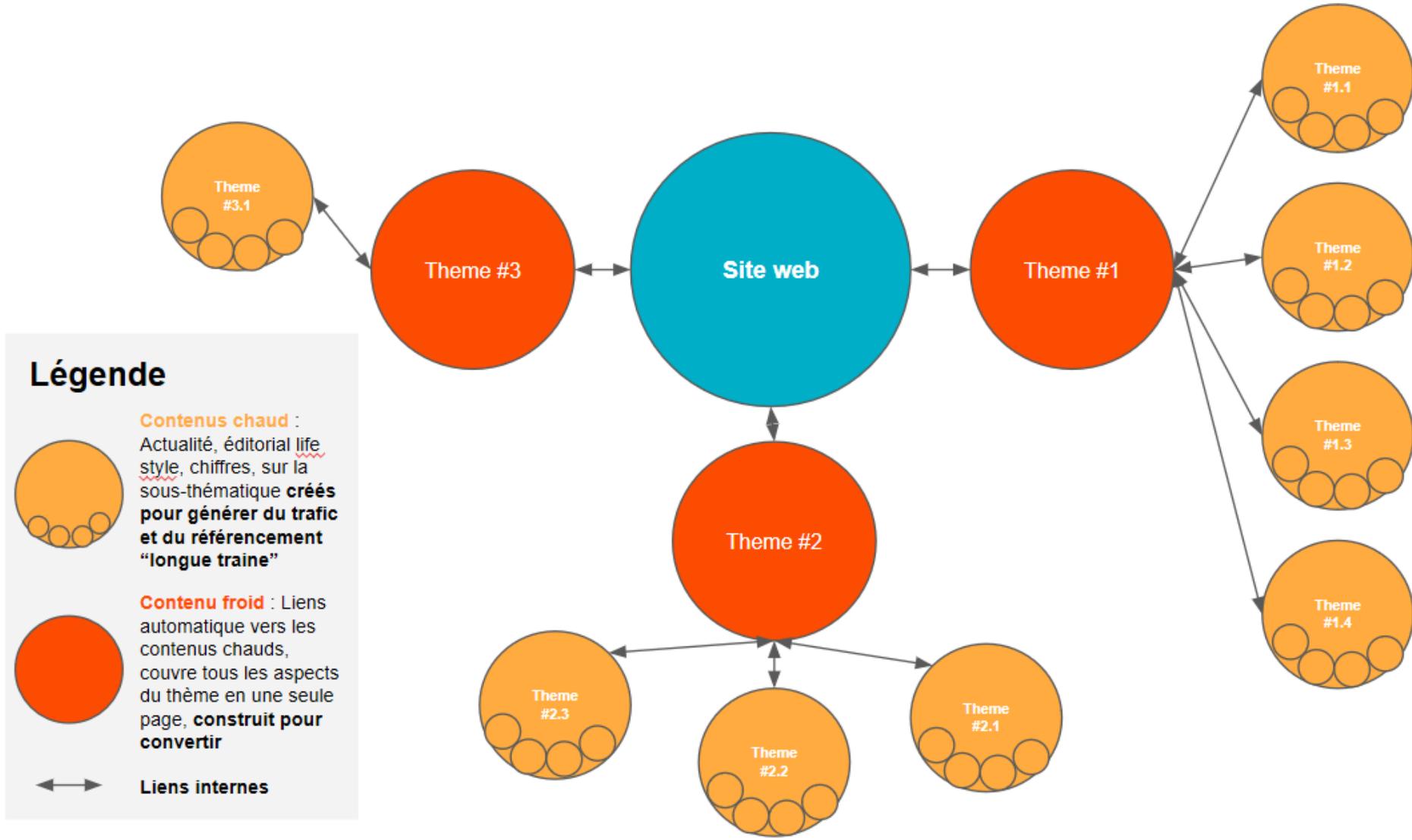


Proposer 1 fois par an (début mars, par exemple) à ses clients habitant à moins de 4 heures, une offre spéciale « week-end + RTT » (3 ou 4 jours au prix de 2 : week-end + vendredi et lundi) valable sur toute la basse saison grâce à un code promo et/ou une page web privée sur le site du camping accessible uniquement avec un mot de passe.



Proposer en amont de chaque vacances scolaires à tous ses clients « Famille », des promotions de courts séjours (4 jours) argumentés avec les animations du moment pour les enfants.

#3 Avoir un référencement naturel efficace sur quelques requêtes « clés »



Produire du contenu éditorial de qualité.

Structurer ce contenu en grappe afin donner du poids à vos pages stratégiques en SEO.

Œuvrer pour avoir des liens de qualités (backlink) sur vos pages stratégiques en SEO.

[Voir le replay – Atelier 7](#)



PHASE 3 : Parcours « filières » :

Parcours « HPA » :

J3 et J4: Travailler sa relation client et capitaliser sur son meilleur point de ventes: son site web.

27 et 28 janvier 2022 : 9h à 17h, Savines-le-Lac.

[Inscription](#)



#4 Utiliser d'autres canaux de distribution que ceux de l'HPA pour toucher une autre clientèle que celle acquise à l'HPA ?

#4 Utiliser d'autres canaux de distribution que ceux de l'HPA ?



du 1er juin au 31 août 2019 :

8,5 M

arrivées de voyageurs effectuées par des Français dans le monde entier

2 millions de nouveaux clients...

1 million de Français ont séjourné dans leur propre région cet été avec Airbnb.

5 M

arrivées de voyageurs effectuées par des Français en France

Les régions qu'ils ont le plus plébiscitées sont les suivantes :

1. Provence-Alpes-Côte-d'Azur
2. Nouvelle-Aquitaine
3. Occitanie
4. Auvergne-Rhône-Alpes
5. Bretagne

Joli bungalow avec accès piscine

Les Mathes

8 voyageurs 3 chambres 6 lits 1 salle de bain

- Logement entier
Vous aurez le logement (bungalow) rien que pour vous.
- Parfaitement propre
5 voyageurs récents ont indiqué que ce logement était d'une propreté irréprochable.

Ce logement est géré par un établissement professionnel.
[Afficher les informations de l'entreprise](#)

Ce bungalow, situé à Les Mathes, est idéal pour 8 personnes. Vous aurez à votre disposition 3 chambres, un accès à une piscine et une terrasse aménagée.

[En savoir plus sur le logement](#)

[Contacter l'hôte](#)

Équipements

- ✓ Eau chaude
- ✓ Lave-linge
- ✓ Télévision
- ✓ Parking gratuit sur place
- ✓ Détecteur de fumée
- ✓ Détecteur de monoxyde de carbone

L'hôte n'a pas indiqué si le logement dispose d'un détecteur de fumée ou de monoxyde de carbone.

[Afficher les 13 équipements](#)

Ajoutez des dates pour afficher les prix

4 717 commentaires

Dates

Arrivée → Départ

Voyageurs

1 voyageur

[Ajouter des dates](#)

Aucun frais de service

Loic, Estelle & Co prend à sa charge les frais de service pour ses voyageurs.

Aucun frais de service
Loic, Estelle & Co prend à sa charge les frais de service pour ses voyageurs.



#5 Tirer profit des réseaux sociaux pour entretenir sa relation client, encourager la prescription et conquérir de nouveaux clients.



PHASE 3 : Parcours « filières » :

Parcours « HPA » :

J5 et J6: Travailler sa e-distribution et promouvoir son camping sur les réseaux sociaux

21 et 22 février 2020 : 9h à 17h, Savines-le-Lac.

[Inscription](#)

Interreg ALCOTRA logo
EU flag logo
terres MONVISO logo

P.A.V.O.T

PROGRAMME D'ANIMATION ET DE
VALORISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE



Merci de votre attention !