

# FastBooking News

Juillet 2010



# 10 ans déjà

**C'est avec beaucoup de plaisir et d'émotion que je rédige aujourd'hui cet éditorial. FastBooking vient de fêter en mai ses 10 ans et c'est bien entendu une grande joie pour toute l'entreprise d'être arrivés jusqu'ici et d'être devenus ce que nous sommes.**

Lorsque nous avons créé FastBooking, Internet n'en était encore qu'à ses balbutiements et nous étions parmi les tous premiers « pure players ». Même si nous pressentions l'essor du réseau de manière générale et dans l'hôtellerie en particulier, aurions nous pu imaginer ce qu'Internet est devenu aujourd'hui ?

Cela nous rend bien entendu fiers. Fiers d'être aujourd'hui reconnus comme le leader européen des solutions de réservations pour l'industrie hôtelière et de figurer parmi les 3 premiers mondiaux. Nous servons plus de 5 600 hôtels dans le monde, parmi les plus grands noms de l'hôtellerie indépendante.

En 2009, plus de 3 millions de nuitées ont été réservées par notre intermédiaire pour un volume d'affaires de 370 millions d'euros. Et d'une toute petite équipe, nous sommes passés à plus de 200 personnes, dans 5 pays et sur 3 continents.

Pour autant, notre mission et notre engagement vis-à-vis de nos clients n'ont jamais changé. Nous avons toujours fait un choix très clair : aider les hôteliers indépendants à se commercialiser sur Internet et à accroître leurs réservations en direct sur leur propre site.

Dès le départ, nous nous sommes inscrits dans une logique de partenariat. Nous n'avons jamais souhaité être un simple fournisseur de technologie. Nous avons choisi de vous accompagner pleinement dans votre développement, en vous apportant un support personnalisé et des conseils d'experts. Cet engagement, nous l'avons matérialisé par un modèle économique à la performance. Notre réussite, c'est avant tout la vôtre.

Au fil du temps Internet s'est complexifié, rendant la tâche des hôteliers toujours plus ardue mais créant d'extraordinaires opportunités. Nous avons fait notre priorité d'anticiper ces évolutions, aussi bien technologiques que comportementales, en investissant dans la recherche et le développement et dans la formation de nos équipes. Notre offre de produits et services s'est enrichie, toujours dans l'objectif de vous rendre plus efficaces et réactifs sur votre marché, de mieux promouvoir votre marque et de répondre aux besoins changeants de vos clients. Désormais, de nouveaux marchés s'offrent à vous, sur le mobile et les réseaux sociaux et nous sommes déjà prêts pour vous accompagner.

Ce succès, chers clients, c'est à vous que nous le dédions. Vous, qui nous accordez votre confiance et qui êtes chaque année nombreux à nous rejoindre. A vous tous, nous voulons dire un grand merci et souhaiter encore de longues années de collaboration !

**Soraya Kefs**  
Chief Operating Officer

## FastBooking se lance dans les Ventes privées

➔ **Du nouveau dans notre programme Web Traffic Builder.** Nous avons récemment conclu des partenariats avec deux grands acteurs de la vente privée, l'un français, *AchatVip.com*, l'autre italien, *PiuStyle.com*. Ces deux acteurs, sélectionnés pour leur qualité et leur sérieux, sont tous deux très implantés sur leurs marchés avec respectivement 5 millions et 400 000 abonnés. Le principe a fait ses preuves. Des offres exclusives, d'une durée limitée, envoyées à une liste d'abonnés qui sont prévenus de la vente quelques jours avant par e-mail. **Avec ces opérations, FastBooking souhaite aider ses clients hôteliers à générer des ventes additionnelles,**

**notamment en périodes creuses.** Deux opérations tests viennent d'être lancées, pour une durée de 10 jours. Pour cela, FastBooking s'est rapproché de 10 hôtels, qui ont proposé des offres exceptionnelles, souvent assorties d'un petit plus (bouteille de vin, accueil VIP...) pour stimuler l'achat d'impulsion. FastBooking a également créé deux sites pour présenter les offres qui allient tous les points forts des sites FastBooking : fiches hôtels détaillées, avis d'utilisateurs, % de réduction bien visible, et toujours unique, **le lien vers le site officiel de l'hôtel.** Nous espérons rééditer ces opérations sur d'autres destinations auprès d'autres partenaires dans un avenir proche.



## En bref

### FastBooking, partenaire exclusive du Grand Prix de Singapour



*FastBooking a été choisi comme fournisseur officiel du système de réservation hôtelière sur le site SingTel Singapore Grand Prix, [www.singaporegp.sg](http://www.singaporegp.sg). La section hébergement, conçue par FastBooking propose un lien direct vers une sélection d'hôtels, partenaires de l'évènement.*

### FastBooking India reçoit la certification CMMI de niveau 3

*Nous sommes heureux d'annoncer que FastBooking India a reçu la certification Capability Maturity Model Integration (CMMI) de niveau 3. CMMI est un ensemble de bonnes pratiques destiné à améliorer les développements de logiciels des entreprises d'ingénierie informatique. Il est devenu le standard pour mesurer la capacité d'une organisation à appliquer une méthodologie et des process. Cette certification est une reconnaissance pour FastBooking et la marque de son engagement dans une démarche de qualité produits, d'efficacité de production et de sa capacité à réduire les coûts associés.*

## FastBooking à l'origine de l'eBookPAR®, premier baromètre de l'industrie pour la mesure de l'efficacité du site Internet

➔ L'Institut de l'Innovation et de l'Entreprenariat de l'École Hôtelière de Lausanne (INTEHL) et Cleverdis, éditeur spécialisé pour l'industrie hôtelière, ont lancé eBookPAR, le premier outil pour la mesure de l'efficacité du site web en matière de réservations.

eBookPAR prend en compte le nombre de nuitées vendues par mois sur le site de l'hôtel, divisé par le nombre de chambres disponibles. Il s'appuie sur un système de mesure initié à l'origine par FastBooking pour ses propres clients.

eBookPAR est un véritable outil d'analyse comparative et devrait devenir la référence

**“eBookPAR est un indice de performance du site Internet totalement objectif”**

de l'industrie pour la mesure des réservations internet, tout comme RevPAR l'est devenu pour la mesure de revenu par chambre disponible.

Une étude récente menée par des étudiants de INTEHL auprès de 165 hôtels milieu et haut de gamme en Suisse, Allemagne, France, Espagne et Royaume-Uni a mis en exergue le besoin d'un outil leur permettant de comparer leurs ventes en ligne avec celles de leurs concurrents.

Par exemple, deux hôtels 4\* voisins vendent chacun 500 chambres dans le même mois. L'un possède cinq fois plus de chambres que l'autre. Cela signifie

que le site devrait vendre cinq fois plus de chambres pour avoir le même taux d'efficacité. Jusqu'à présent, personne ne mesurait ce taux, mais c'est en fait le seul moyen de juger de la performance du site. Les hôtels utilisant le taux de conversion comme mesure d'efficacité n'ont aucun élément de comparaison. Une hausse du taux de conversion peut-être simplement due au fait que l'hôtel a eu moins de visiteurs sur son site pour le même nombre d'acheteurs.

eBookPAR va grandement aider les hôteliers à évaluer la performance de leurs sites de manière objective. Il permettra de mesurer le retour sur investissement et de réaliser des ajustements dans la stratégie Internet.

## L'intégration des prix dynamiques dans votre stratégie en ligne

La situation économique actuelle place les hôteliers devant une décision difficile : baisser les tarifs pour tenter d'augmenter leur taux d'occupation ou essayer de maintenir les marges au risque de perdre des clients. **Mais le discount n'est pas une stratégie viable à long terme**, même si un nombre croissant de consommateurs recherchent exclusivement les bonnes affaires. Cela explique peut être la tendance à recourir aux prix dynamiques, comme moyen d'optimiser à la fois le taux d'occupation et le RevPAR.

Le principe est que le prix d'une chambre est fixé en fonction de ce que le client est prêt à payer et que l'hôtel peut modifier ses tarifs

quotidiennement voire plusieurs fois par jour si les informations en provenance du marché révèlent un changement dans l'offre ou la demande.

Ce principe n'est pas nouveau mais une vraie tarification dynamique implique de recueillir de nombreuses informations de manière continue, pour évaluer le changement : tarifs de la concurrence, commentaires clients, rythme des réservations, pour ne citer qu'eux.

**FastBooking offre une gamme complète d'outils automatisés et de solutions marketing** qui facilitent l'accès en temps réel aux informations et la gestion simultanée de multiples canaux de distribution. L'outil d'analyse concurrentielle,

*FastBooking Checker*, vous aide à suivre votre position sur le marché par rapport à vos concurrents. *FastBooking Social Media* vous permet de suivre ce qui se dit à propos de votre hôtel sur les sites communautaires les plus influents. Et en utilisant *FastBooking Updater*, les tarifs mis à jour peuvent être répercutés sur l'ensemble des canaux rapidement et facilement.

Votre hôtel doit-il se battre sur les prix ? C'est une décision que vous seuls pouvez prendre. Mais si vous envisagez d'utiliser les prix comme arme concurrentielle, le recours aux tarifs dynamiques peut s'avérer un outil des plus efficaces. FastBooking a des solutions pour faciliter votre stratégie.

## Utilisez les Agences de Voyage en ligne pour augmenter le taux de conversion sur votre site

Il y a un certain nombre de stratégies que les hôtels indépendants peuvent mettre en œuvre pour accroître leur taux de conversion sur leur propre site web. Curieusement, l'une d'elles est de commencer à regarder les Agences de Voyage en Ligne comme un outil marketing, et non plus seulement comme un canal de réservation.

Une étude récente menée par Chris Anderson, professeur adjoint à la Cornell School of Hotel Administration, a révélé que les internautes utilisaient ces agences plus pour la recherche et la comparaison que

**“ Etre présent sur les agences de voyage en ligne stimule les réservations directes ”**

pour la réservation. Pour les hôteliers, être présents sur ces sites stimulerait les réservations directes (centres d'appels, site officiel de l'hôtel, etc).

**Les agences en ligne doivent être considérées comme une**

**excellente occasion de maximiser votre visibilité** et de promouvoir votre offre vers les voyageurs en processus de recherche.

Divers actions marketing peuvent être menées : créer des promotions ou des offres spéciales pour rendre votre hôtel plus attractif et améliorer votre position. Les agences en ligne, comme les moteurs

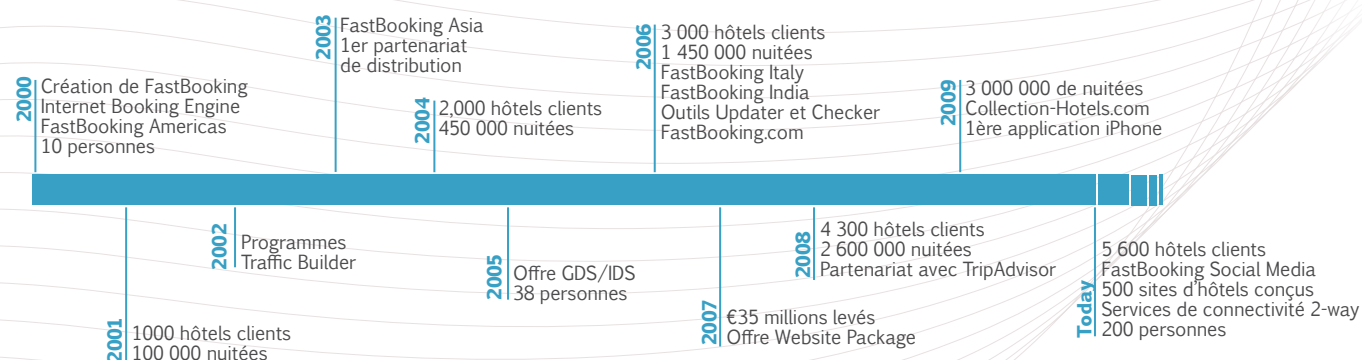
de recherche, utilisent des outils d'analyse et trient les offres par ordre décroissant de probabilité d'achat. Ainsi, plus votre hôtel sera promu sur ces sites, meilleure sera votre position et plus importantes seront les répercussions sur vos canaux directs.

**Vous pouvez également utiliser les supports de publicité offerts par les agences en ligne**, telles que les bannières, pour augmenter votre visibilité et encourager les visiteurs à utiliser les liens vers votre site.

Dans le même temps, proposez des offres compétitives afin de tirer parti de la comparaison avec vos concurrents.

## LA VIE DE L'ENTREPRISE

En 10 ans, croissance, lancements de produits et partenariats stratégiques ont rythmé la vie de FastBooking et de ses clients. Retour sur quelques uns de ces évènements clés :



## PARTENARIATS

# FastBooking signe un partenariat avec les sites londoniens, LondonTown.com et HotelMap

FastBooking a récemment signé un nouvel accord de partenariat avec **LondonMarketing**, le principal prestataire de services de réservation hôtelière à Londres, afin de promouvoir ses hôtels clients londoniens à travers les sites **LondonTown.com** et **HotelMap**. LondonTown.com et HotelMap bénéficient d'un trafic de plus de 1.2 millions de visiteurs mensuels. Grâce à cet accord, FastBooking offre à ses clients londoniens, existants et futurs, la possibilité d'être réservés en direct sur LondonTown.com et HotelMap. Comme

le prestigieux Rathbone et le groupe Eton Collection, qui ont été les premiers à adhérer à cette offre, les clients de FastBooking qui le souhaitent peuvent demander à être intégrés au réseau de réservation de LondonTown.com et HotelMap sans coût supplémentaire. Ce nouveau partenariat avec un spécialiste du tourisme et du loisir à Londres, représente une nouvelle étape dans la sélection par FastBooking de partenaires de qualité, dans le but d'accroître la visibilité et les réservations



de ses clients hôteliers. Les premiers résultats sont très encourageants aussi bien en nombre de réservations qu'en terme de panier moyen.

## TEMOIGNAGE CLIENTS

L'Explorers Hotel, un hôtel 3\* de 390 chambres près de Disneyland Paris, connaît depuis plusieurs années une croissance très importante de son activité Internet. Avec une forte clientèle loisir, l'hôtel est présent sur de nombreux sites de distribution en ligne. La mise à jour des tarifs et disponibilités sur ces sites était devenue un vrai casse-tête, notamment en raison des systèmes complexes de commissions et mark-up. FastBooking Updater s'est naturellement imposé pour permettre une gestion optimale de ces canaux. L'hôtel a accepté de nous livrer son témoignage : « *Nous passions un temps phénoménal à mettre quotidiennement à jour nos données. L'Updater nous a considérablement simplifié la vie et fait gagner un temps précieux. Nous n'avons qu'à entrer un tarif net et l'outil calcule automatiquement les commissions et les mark up. Tout est mis à jour en quelques clics. Nous pouvons maintenant une parité tarifaire sur l'ensemble de nos sites* ».

Nicole Vidaller – Sales & Marketing Director Explorers Hotel, Disneyland® Paris.

## ILS VIENNENT DE NOUS REJOINDRE



Bertrams, 3\*  
Copenhague, Danemark



City Home, 5\*  
Budapest, Hongrie



Suisse Majestic, 4\*  
Montreux, Suisse



Mondorf Parc - Domaine Thermal, 4\*  
Mondorf les Bains, Luxembourg



Sanctum Luxury, 4\*  
London, UK



Louis Leger, 4\*  
Prague, République Tchèque



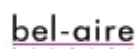
Selenza Hoteles, 4/5\*  
2 hotels, Espagne



Roger De Lloria, 4\*  
Barcelona, Espagne

**Erratum** - Nous sommes heureux de compter l'hôtel Roger de Lloria parmi nos nouveaux clients. La légende sous le logo était incorrecte dans le dernier numéro de FastBooking News. Nous nous excusons pour le malentendu et les inconvénients que cela aurait pu causer.

## NOUVEAUX MEMBRES SUR FASTBOOKING GDS



Bel Aire Princess Hotel, 4\*  
Bangkok, Thailand



Grand Pyramids Hotel, 4\*  
Giza, Egypt



Vista Palace Hotel, 4\*  
Roquebrune Cap Martin, France



Hotel do Caramulo, 4\*  
Caramulo, Portugal



Château de Schengen, 4\*  
Schengen Luxembourg



My Hotel In France Paris Tour Eiffel, 3\*  
Paris, France

## Ils sont à votre écoute

FastBooking Paris	+33 1 44 71 05 01	supporteurope@fastbooking.com
FastBooking Italy	+39 041 532 1919	supportitalia@fastbooking.com
FastBooking Asia	+65 6223 2730	ashotline@fastbooking.com
FastBooking USA	+1 212 5005950	usa@fastbooking.com
FastBooking Canada	+1 418-688-7113	canada@fastbooking.com
FastBooking South America	+51 (1) 655 24 15	samerica@fastbooking.com

www.fastbooking.net

