

FastBooking News

Avril 2010

Soraya Kefs,
Chief Operating Officer

« **Les hôteliers doivent mettre en place de nouvelles stratégies marketing axées sur la vente en direct et les nouveaux modes de communication.** »



Toutes les analyses du marché de l'hôtellerie montrent qu'Internet, et en particulier la vente en direct (c'est-à-dire sur le site officiel des hôtels), est le seul canal à tirer son épingle de jeu et à produire de la croissance. En 2009, en pleine récession, alors que tout le secteur touristique a souffert d'une baisse d'activité de 10 %, les réservations en ligne ont augmenté de 6,6 %. Elles représentent aujourd'hui 54 % des réservations globales (source : eTRACK/Phocuswright).

Dans le même temps, le comportement des clients évolue. Les voilà devenus des « sellsumers » (« consommateurs-vendeurs »), constamment à la recherche de bonnes affaires et d'expériences originales, qu'ils sont prêts à partager sur les réseaux sociaux. Avec plus de 44 % des internautes utilisant régulièrement ces réseaux (source : Nielsen), les hôteliers n'ont d'autres choix que d'intégrer cette nouvelle forme de communication à leur stratégie de marque.

Une autre révolution, technologique cette fois, est l'émergence de la téléphonie mobile nouvelle génération et le changement radical qu'elle produit sur nos comportements d'achat. La distribution n'est plus le seul secteur à connaître une montée en puissance de l'utilisation mobile du Web. L'industrie touristique connaît actuellement le même phénomène.

Il est clair que le secteur hôtelier traverse une période de changements sans précédent, ouvrant de nouvelles perspectives et opportunités. Pour les saisir, les hôteliers doivent mettre en place des nouvelles stratégies marketing axées sur la vente directe et les nouveaux modes de communication.

En tant que partenaire global des hôteliers, notre objectif est de vous fournir en permanence des outils innovants pour mieux répondre aux attentes et aux comportements changeants de vos clients et conserver une longueur d'avance face à la concurrence.

Je vous invite à découvrir dans ce numéro nos nouvelles solutions en matière de réseaux sociaux, offre mobile et optimisation de sites Web.

Soraya Kefs

Dans ce numéro

ACTUALITE PRODUITS & SERVICES _____ P2 ET 3

- › Gérer votre marque à l'heure des réseaux sociaux
- › Adoptez dès à présent une stratégie mobile
- › Une connectivité 2-way entre FastBooking Engine et myfidelio.net

CONSEILS POUR AUGMENTER VOS RESERVATIONS _____ P3

- › Cap sur l'optimisation de votre site Web

LA VIE DE L'ENTREPRISE _____ P3

- › François Maine, nouveau Chief Technology Officer

PARTENARIATS _____ P4

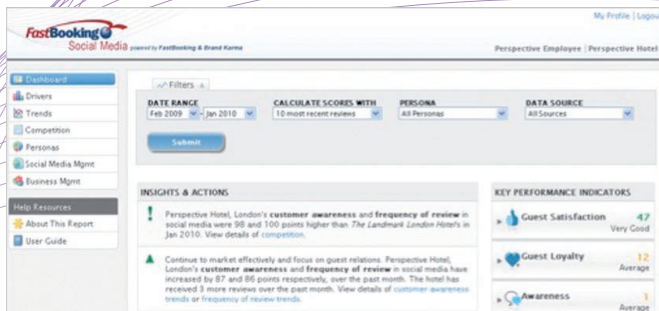
- › HotelsCombined, un partenaire prometteur

NOS CLIENTS _____ P4

- › Témoignages clients
- › Ils viennent de nous rejoindre

CONTACTS _____ P4

Gérer votre marque à l'heure des réseaux sociaux



Les réseaux sociaux comme TripAdvisor®, Twitter, YouTube et Flickr® ont rapidement bouleversé les habitudes de communication sur la toile et doté les internautes d'un réel pouvoir d'influence. Les opinions diffusées sur ces sites ont un impact indéniable sur les comportements et décisions d'achat des consommateurs. Les consommateurs se font à présent prescripteurs ou détracteurs de l'offre et les hôteliers ne peuvent plus négliger ce mode de communication. Ils doivent désormais s'organiser pour en faire un atout concurrentiel fort. Les initiatives sont infinies (créer une page Facebook, organiser un concours en exclusivité sur Twitter, etc.), ce qui, rend la tâche compliquée. Par où commencer ?

En toute logique, la première action consiste à mesurer la portée et la perception de votre marque. FastBooking propose désormais un outil performant d'analyse de notoriété et de gestion des réseaux sociaux.

Grâce à FastBooking Social Media, géré par FastBooking et Brand Karma, les hôteliers peuvent connaître les opinions postées à propos de leur établissement sur les réseaux les plus influents. Le logiciel extrait les avis à partir des commentaires clients, les blogs de voyage, les photos et les vidéos. Il reporte toutes ces informations sous forme de graphiques et de diagrammes. Chaque hôtel peut ainsi gérer sa réputation en ligne et en tirer des bénéfices pour son activité.

FastBooking Social Media crée un cercle vertueux : l'analyse des commentaires permet aux hôtels d'améliorer leurs prestations, ce qui aura pour effet de multiplier les commentaires positifs sur les réseaux sociaux et d'attiser l'intérêt pour l'établissement. Il en résultera davantage de trafic sur le site de l'hôtel et davantage de réservations.

Lu dans la presse

« En seulement un an, le temps consacré par les internautes aux sites de réseaux sociaux est passé de 3 à 5,5 heures par mois » - NielsenWire

« Si 2009 a vu l'avènement des réseaux sociaux, nouveau phénomène culturel, 2010 sera l'année où ils deviendront une véritable force de vente. » - Morris Sim, co-fondateur, Circos Brand Karma

« 62 % des clients ont réservé leur hôtel en ligne et indiqué que le choix de l'établissement avait été principalement déterminé par les commentaires et avis laissés par les autres clients. » - eMarketer

« D'ici 2013, les téléphones mobiles deviendront le mode d'accès à Internet le plus courant dans le monde entier, aux dépens des ordinateurs. » - Steve Sorge, CEO de Mobile Fringe

« 67 % des voyageurs ont déjà utilisé leurs appareils mobiles pour rechercher des services sur place (hébergement, etc.). » - PhoCusWright

« La plupart des sites Internet d'hôtels se consultent comme une brochure statique. C'est une tendance en totale contradiction avec le comportement des internautes aujourd'hui, en constante recherche de mouvements et d'interactivité. » - HeBS

Adoptez dès à présent une stratégie mobile

Les chiffres le montrent : l'utilisation des téléphones mobiles pour consulter des informations de voyage, réserver un vol ou une chambre d'hôtel, est en constante augmentation. L'accès immédiat aux informations, l'offre de services personnalisée grâce à la géo-localisation, font, entre autres, le succès de l'Internet mobile. Pour profiter de ce nouveau marché, les hôteliers doivent mettre en place des initiatives sans plus attendre. Concrètement, comment s'y prendre ?

Ciblez les clients mobiles avec un site sur-mesure

La première étape sera de créer un environnement adapté au mobile. Selon le type de clientèle ciblée et le niveau de budget alloué, vous pouvez développer une application native pour smartphone ou un site accessible depuis l'ensemble des plateformes mobiles. Mais attention, l'Internet mobile n'est pas un accès sans fil à un site web traditionnel.

« Un site mobile met votre hôtel à portée de main de vos clients et augmente votre taux de fidélisation. »

Un internaute mobile a souvent moins de temps pour naviguer, une connexion plus lente, un écran réduit. FastBooking conçoit des sites mobiles qui correspondent aux attentes des utilisateurs : un téléchargement et une navigation rapides, des cartes, un service de géo-localisation, la confirmation par SMS, l'accès au carnet d'adresses et, bien sûr, notre moteur de réservation en ligne.

... ou une application pour smartphones

Une application mobile native est propre à chaque smartphone, à ses spécificités techniques et à son système d'exploitation. En prenant ces données en compte, vous tirez le meilleur parti de chaque plateforme et assurez une utilisation optimale de l'application. En Europe, la première application mobile développée par FastBooking, *FastBooking.com sur iPhone* a été notée 5 étoiles par le prestigieux *Mobiles magazine*.

FastBooking développe déjà des applications natives pour le compte de ses clients hôteliers pour les principales plates-formes mobiles.

... intégrant des fonctionnalités optimales de réservation

Donner aux utilisateurs la possibilité de réserver leur chambre via votre site mobile est une démarche essentielle. Le commerce mobile (ou « m-commerce ») est entré dans les mœurs. Selon PhoCusWright, les réservations via une application mobile représenteront à elles seules 160 millions de dollars cette année. FastBooking a adapté son moteur de réservation aux applications mobiles et peut l'intégrer à tout site mobile existant. Vos clients peuvent ainsi bénéficier de toutes les fonctionnalités avancées de FastBooking Engine sur leur mobile : consultation en temps réel des disponibilités et accès aux offres, réservation et confirmation immédiates, etc.

Connectivité 2-way entre FastBooking Engine et myfidelio.net

L'utilisation de logiciels multiples et non communicants rend complexe la gestion de la demande hôtelière. Chaque jour, des voyageurs sont connectés à toute heure et réservent leur chambre via une multitude de canaux. Seuls des systèmes entièrement intégrés peuvent permettre de gérer cette demande et de modifier les offres aussi souvent que nécessaire.



Une intégration technologique au service de l'efficacité opérationnelle

Dans le cadre d'un renforcement de sa stratégie de connectivité 2-way, FastBooking annonce sa certification Micros. Cette certification va permettre l'intégration de FastBooking Engine aux systèmes Micros, notamment la solution myfidelio.net. et par voie de conséquence, à un grand nombre de PMS dont Micros Opéra.

L'avantage ? Lorsque les hôteliers utilisant myfidelio.net modifient leurs tarifs et leurs disponibilités dans le PMS, ces informations s'appliquent en temps réel sur le site.

Parallèlement, les réservations effectuées sur le site Web de l'hôtel sont automatiquement téléchargées sur le PMS. Les hôteliers peuvent ainsi mettre à jour leurs tarifs, leurs disponibilités et leurs réservations en toute transparence en évitant des heures de saisie manuelle et les risques d'erreur.

Pour en savoir plus sur ce sujet, veuillez contacter votre responsable de compte ou consulter la liste des contacts en page 4.

CONSEILS POUR AUGMENTER VOS RESERVATIONS

Cap sur l'optimisation de votre site Web

Votre site Web est le point central de votre stratégie marketing Internet. C'est bien plus que le miroir de votre établissement, un endroit où le client se sent à l'aise et navigue facilement. Bien sûr, cet aspect est primordial pour votre image de marque. Mais plus important encore, votre site doit être un outil commercial interactif en ligne. Il reste votre meilleur atout pour dynamiser les réservations et faire grimper vos marges, mais aussi pour contrôler votre image de marque et traiter directement avec vos clients.

L'optimisation des performances de votre site Web est la priorité n°1. HeBs révèle que 75 à 80 % des réservations d'hôtels en ligne sont le fruit de quatre initiatives marketing assez simples : une refonte du site pour s'adapter aux meilleures pratiques du secteur, une optimisation du référencement naturel dans les moteurs de recherche et l'achat de liens sponsorisés pour se positionner

« La refonte, l'optimisation et la mise en valeur d'un site Web portent leurs fruits en seulement 3 à 4 mois. »

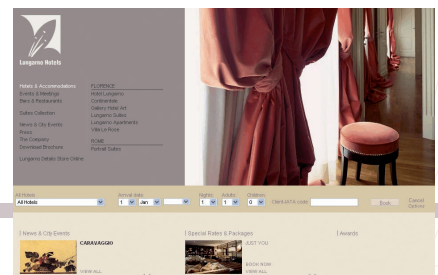
en première ligne, et l'envoi d'e-mails aux listes à votre base de données clients.

Dans le cadre de son offre *Website Package*, FastBooking développe un site ultra performant pour votre établissement. Ce site ne se contente pas de présenter de magnifiques photos, mais met en valeur votre marque et vos services. Il favorise la fidélisation de votre clientèle. Pour chaque site, nous mettons l'accent sur la facilité de navigation et de recherche, la simplicité de réservation, la compatibilité avec les applications Web 2.0. De plus, nous assurons leur promotion sur les moteurs de recherche grâce à d'importantes campagnes marketing. Ces programmes génèrent un afflux supplémentaires de visiteurs et entraînent de nouvelles réservations directes, source de revenu. Nous sommes convaincus que les efforts déployés se traduiront pour vous en une véritable opportunité commerciale. C'est pourquoi,

nous nous rémunérons uniquement au moment où les clients effectuent leur réservation.

Plus de 600 hôtels ont déjà fait confiance à FastBooking pour la conception de leur site Web, initiative qui leur a permis de constater une hausse significative de leurs performances.

« Nous sommes entièrement satisfaits des résultats obtenus suite au projet élaboré et mis en œuvre en collaboration avec FastBooking. Le design du site respecte totalement l'image que nous souhaitons donner de notre établissement. Outre cet aspect visuel, le travail effectué sur les moteurs de recherche nous a permis de doubler le nombre de visiteurs tout en maintenant un taux de conversion élevé. » Sandro Alfano, General Manager Lungarno Hotels.



LA VIE DE L'ENTREPRISE

François Maine - Nouveau Chief Technology Officer de FastBooking



Nous sommes très heureux de vous annoncer la nomination de François Maine, au poste de Chief Technology Officer, en charge de la technologie : R&D et opérations.

François met plus de 20 ans d'expérience en informatique au service de FastBooking et de ses clients. Sa très grande pratique de la conduite de projets complexes et du management d'équipes technologiques est un

formidable atout pour diriger notre ambitieux programme de développement de nouveaux produits.

Diplômé de l'Ecole des Mines de Paris, François Maine a travaillé chez Cap Gemini, puis dans des start-up en Californie (iPIN) et à Paris (Zebank), ainsi que pour le Groupe Casino. Plus récemment, il a participé à la création de la filiale de Jeux en Ligne du groupe Bouygues.

HotelsCombined, un partenaire prometteur

➔ Dans le cadre de son programme Web Traffic Builder Program, FastBooking poursuit la mise en place de partenariats avec de grands acteurs de l'industrie du voyage. Pour autant, notre stratégie n'est pas la multiplication à tout prix du nombre de partenaires. Notre but est d'offrir un réseau sélectif, privilégiant la qualité des partenaires et vous garantissant :

- la complémentarité des marchés en vue d'une couverture mondiale (Europe, Asie/Pacifique, Amériques).
- l'accès à une clientèle qualifiée à forte contribution

- la mise en valeur de votre établissement.

Signé fin 2008, le partenariat avec HotelsCombined, l'un des principaux moteurs de recherche et de comparaison de prix pour l'hôtellerie, s'inscrit pleinement dans cette stratégie. En à peine plus d'un an, HotelsCombined est devenu l'un des plus gros partenaires de FastBooking en volume et en valeur d'affaires, avec un panier moyen par réservation particulièrement élevé. Jouissant d'une forte notoriété sur la zone Asie-Pacifique et dans les pays de l'Est, HotelsCombined permet à nos clients hôteliers



de se développer de manière significative sur ce marché. L'avenir est plus que prometteur avec une progression attendue de plus de 105 % sur l'année 2010.

TEMOIGNAGES CLIENTS

Royal Plaza on Scotts est un hôtel 5 étoiles de Singapour offrant une capacité de 511 chambres. Il utilise la gamme complète des solutions FastBooking, y compris la conception de son site Web et mobile :

« *FastBooking participe sans conteste à la réussite de cet hôtel.*

Leur technologie, leur relationnel, leur service ont permis d'enregistrer une croissance exceptionnelle de 251 % entre 2004 et 2005. Et le miracle se poursuit année après année. »

L'établissement a su tirer partie des fonctionnalités avancées de FastBooking Engine, conçues pour générer des réservations et des revenus supplémentaires.

« *Le système en place nous permet de proposer des options à la carte (champagne ou fraises, par exemple), qui sont en supplément. Cette démarche apporte une valeur ajoutée pour nos clients et elle se révèle très rentable. »*

L'hôtel attribue également des codes spécifiques pour ses partenaires privilégiés (agences de voyage ou entreprises) :

« *Les retours sont excellents.*

Nous comptons davantage de réservations et notre taux de fidélité est en hausse. »

Yussof Hamzah - Director Business Strategies - Royal Plaza on Scotts

ILS VIENNENT DE NOUS REJOINDRE



Les 3 Couronnes, 5*
Vevey, Suisse



Groupe Château Frontenac, 4*
4 hôtels, Paris, France



La Cepada, 4*
Cangas de Onís, Espagne



Le Mas de Chastelas, 4*
Gassin, France



Grand Hotel Continental, 5*
Bucarest, Roumanie



JJW Amarante
Garden Palms, 4*
Sharm el-Sheik, Egypte



Royal Mirage Deluxe, 5*
Marrakech, Maroc



Ritz Roger De Llluria, 4*
Barcelone, Espagne



Hotel Sacher, 5*
Vienne et Salzburg, Autriche
3 hôtels, Maroc



Maracaibo, 4*
Puerto Rico, Grande Canarie



Hotel Altis Avenida, 4*
Lisbonne, Portugal



Les Armures, 5*
Genève, Suisse

NOUVEAUX MEMBRES SUR FASTBOOKING GDS



Mondorf Parc Hotel, 4*
Mondorf les Bains, Luxembourg



TD Hotels
10 hôtels, Portugal



Mokinba Hotels, 2 hôtels, 4*
Milan, Italie



Next Hotel Rivoli Jardin, 4*
Helsinki, Finlande



The Royale Chulan, 5*
Kuala Lumpur, Malaisie



Swiss-Belhotel International
32 hôtels dans le monde entier

Ils sont à votre écoute

| | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------------------|
| FastBooking Siège Social | +33 1 44 71 05 05 | supporteurope@fastbooking.com |
| FastBooking Italie | +39 041 532 1919 | supportita@fastbooking.com |
| FastBooking Asie | +65 6223 2730 | ashotline@fastbooking.com |
| FastBooking États-Unis | +1 212 500 5950 | usa@fastbooking.com |
| FastBooking Canada | +1 418-688-7113 | canada@fastbooking.com |
| FastBooking Amérique du sud | +51 (1) 655 24 15 | samerica@fastbooking.com |
| FastBooking Inde | +91 124 3075 800 | india@fastbooking.com |