

WWW.GLAHOTELS.COM
POWERED by
“FASTBOOKING”



J'ai rêvé d'un instant singulier, de parfums exotiques et de brises légères. Je flânais sur les plages de sable blanc, dans un paysage enchanteur, un havre de paix et de tranquillité. Je me laissais envelopper par la douceur et la chaleur de la soie et du cachemire. J'ai rêvé d'explorer le monde, de découvrir de nouvelles cultures, de nouvelles saveurs, de nouvelles senteurs.



Hôtel Art
Florence

Montalembert et Lancaster à Paris, Cotton House sur l'île Moustique, Cadogan à Londres, pour ne citer qu'eux, la majorité des établissements gérés ou commercialisés par GLAHOTELS sont des hôtels mondialement connus et comptent parmi les fleurons de l'hôtellerie de luxe.

Déjà présents sur Internet via leur propre site, ils sont également réunis depuis le début d'année 2005 sur le nouveau site du groupe : Glahotels.com.

Site d'information et de distribution Glahotels.com avait pour objectif de s'adresser prioritairement au client final, en lui offrant notamment un système unique permettant de réserver n'importe quel hôtel du groupe.

Gestion multi-hôtel, offres commerciales, disponibilités..., le système devait intégrer l'ensemble des données pour que les réservations s'effectuent aussi bien par hôtel que par destination, ou même uniquement selon les dates d'arrivée du client.

Moteur de réservation de plusieurs hôtels GLA, comme le Bel-Ami ou le Royal Riviera, FastBooking a naturellement été choisi pour devenir celui de glahotels.com

En respectant un cahier des charges très strict, les équipes de FastBooking ont développé une solution sur mesure adaptée à la configuration de GLAHOTELS.

Hôtel Continentale
Florence

“

GLAHOTELS est libéré
de toute maintenance
et se concentre
désormais sur
les aspects marketing.

”



Hôtel Royal Riviera
Saint Jean Cap Ferrat

« GLAHOTELS avait une vision très précise des fonctionnalités à mettre en œuvre sur leur site Internet. Notre rôle a donc été dans un premier temps de les écouter et de comprendre leur configuration pour adapter notre logiciel à leur besoin.

Ensuite, nous avons formé les hôteliers qui découvraient notre logiciel pour la première fois en parallèle de l'installation du système sur leur site.

Et pour ceux qui l'utilisaient déjà, nous avons intégré les nouveaux paramètres afin de relier leur site à *glahotels.com*. » Précise Soraya Kefs, Directrice des Services Techniques chez FastBooking.

Résultat : les objectifs ont été atteints et GLAHOTELS est en mesure aujourd'hui d'offrir à la réservation l'ensemble de ses hôtels. Chaque établissement met à jour ses offres et ses disponibilités pour son propre site et ces données sont automatiquement disponibles sur **glahotels.com** sans aucune charge de travail supplémentaire.

GLAHOTELS est libéré de toute maintenance et se concentre désormais sur les aspects marketing. Newsletter, base de données

commerciale, offres spéciales..., **la conquête et la fidélisation du client Internaute peut se faire sous sa propre marque puisque le système mis en place par FastBooking permet de mener une politique commerciale Internet groupe, indépendamment et en parallèle des actions menées par les hôtels affiliés.**

« Nous comptons de nombreux clients, chaîne d'hôtels, portail de réservation hôtelier ou site de tourisme qui distribuent sur leur propre site, les offres d'hébergements d'établissements partenaires ou affiliés.

Chaque société a des objectifs et un marketing qui lui sont propres. Le défi consiste donc à offrir un système dont chacun pourra bénéficier, tout en respectant la stratégie commerciale Internet du client.

Les chaînes volontaires et les portails de distribution, optent le plus souvent pour une gestion faite avant tout par les hôtels, tout en se réservant l'opportunité de commercialiser certains tarifs et promotions exclusifs. Mais notre logiciel permet également une gestion centralisée sur un site Internet unique. »

Précise Jean-Louis Boss, Directeur Marketing chez FastBooking.

RENCONTRE AVEC BRUNO MERCADAL

Gianni Navatta rédacteur en chef du site www.suite401.com, magazine en ligne de l'hôtellerie de luxe, a rencontré Bruno Mercadal qui a supervisé la création du nouveau site Internet de GLAHOTELS.



Bruno Mercadal
Directeur du Royal Riviera,
conseil E-Marketing
GLAHOTELS

QUEL EST VOTRE RÔLE CHEZ GLAHOTELS ?

Je suis le directeur du Royal Riviera et également conseil pour GLAHOTELS sur certains aspects liés au E-Marketing comme par exemple leur nouveau site Internet : glahotels.com

COMMENT S'EST MIS EN PLACE CE NOUVEAU SITE ?

■ GLAHOTELS devenant ainsi une enseigne identifiable par le public, il était indispensable que le design et la mise en page reflètent l'aspect « haute couture » qui caractérise la société. Nous avons donc établi un cahier des charges, puis nous avons réfléchi au concept, tout en respectant l'objectif du site de mieux présenter les hôtels et de s'adresser au client final afin qu'il puisse réserver directement sur glahotels.com.

GLAHOTELS.COM A DONC ÉTÉ CONÇU POUR GÉNÉRER DES RÉSERVATIONS ?

■ Oui, c'était un des points clefs du cahier des charges. Le site devait proposer un système de réservation accessible depuis chaque page et également intégrer une gestion multi-hôtels puisque la société GLA gère ou représente des hôtels dans le monde entier et parfois plusieurs sur une même destination.

QUELS ÉTAIENT LES AUTRES POINTS CLEFS ?

■ Il y en avait trois. D'abord donner accès à tous les hôtels et à tous leurs tarifs.

Autrement dit qu'on puisse y retrouver les mêmes options de réservations que si on visitait chacun des sites d'hôtels du groupe un à un.

Ensuite, en fonction des internautes, être capables de proposer aussi bien un seul hôtel en particulier que plusieurs pour les indécis. Et enfin, laisser le paramétrage des tarifs et des offres d'hébergement sous le contrôle des hôtels qui maîtrisent leurs marchés, sans pour autant priver GLAHOTELS d'introduire des tarifs ou des promotions disponibles uniquement sur glahotels.com !

LES ÉQUIPES DE FASTBOOKING N'ONT ELLES PAS FUIT DEVANT LA COMPLEXITÉ DE LA TÂCHE ?

■ (*Rires*). Je les connais bien et depuis longtemps. Je travaillais déjà avec eux dans un autre groupe hôtelier. Je dirais que ce qui les caractérise c'est justement leur adaptabilité et leur réactivité.

Dans un premier temps, nous leur avons donc indiqué nos objectifs, nos contraintes et nos délais. Les hôtels du groupe qui n'étaient pas déjà leur client, se sont dotés de l'outil pour être reliés au système.

Puis les équipes de Fastbooking se sont occupées des paramétrages et des connexions internes, et quelques jours plus tard tout fonctionnait.

Ne me demandez pas comment, mais ils ont su s'adapter à notre configuration et c'était probablement les seuls sur le marché à pouvoir le faire.

“ Ce qui les caractérise c'est justement leur adaptabilité et leur réactivité. ”



Hôtel Bairro Alto
Lisbonne

“ Ne me demandez pas comment, mais ils ont su s'adapter à notre configuration... ”

RENCONTRE AVEC GLAHOTELS

Hôtel Bel-Ami
Paris

D'UN POINT DE VUE FONCTIONNEL COMMENT CELA SE TRADUIT-IL SUR LE SITE ?

■ Quand un internaute choisit de réserver par exemple le Bel-Ami à Paris c'est en fait la fenêtre de réservation FastBooking du propre site du Bel-Ami qui s'affiche. Mais si il choisit seulement une destination, comme Paris, c'est une fenêtre de réservation FastBooking de glahotels.com avec les offres des 3 hôtels parisiens qui s'affiche.

Dans les deux cas, c'est transparent pour l'internaute puisqu'il reste sur glahotels.com, et les informations sont toujours celles fournies par les hôtels du groupe mais le système s'adapte pour les afficher en fonction des critères de sélection de l'internaute. Un des autres avantages est que l'on peut ainsi proposer des «tarifs glahotels.com» pour les établissements, en parallèle de leurs propres promotions. Puisque dans ce cas le logiciel dirigera l'internaute vers une fenêtre de réservation glahotels.com spécifique, liée à ce tarif.

COMMENT VOYEZ VOUS L'ÉVOLUTION DU SITE ?

■ Les défis techniques ont été réalisés et il est évident que c'est principalement grâce à l'outil de FastBooking.

Glahotels.com est un site ouvert en début d'année. La saison démarre, les réservations vont sans aucun doute monter en puissance.

Ce qui me rassure c'est que je sais que je peux compter sur la fiabilité du système. En 5 ans de collaboration avec FastBooking, ici et au sein de l'autre groupe hôtelier où je travaillais avant je n'ai jamais eu un seul problème ou un seul litige. Ce sont des gens qui tiennent leurs promesses, qui développent leur logiciel en permanence et en font profiter leurs clients. Alors je dirais que coté technique nous avons toutes les cartes en mains pour faire de glahotels.com un moyen de gagner et de fidéliser des nouveaux clients.



Hôtel Lancaster
Paris



Hôtel Lungarno
Florence

Parmi les fondamentaux de l'hôtellerie de luxe, le service personnalisé arrive sûrement en tête. Satisfaire et anticiper les besoins de la clientèle est un art auquel les collaborateurs d'hôtels des quatre coins de la planète se livrent chaque jour. Chez FastBooking cette volonté de servir et d'apporter des solutions sur mesure, est la base de chacune de ses relations commerciales.

Hôtel indépendant, Palace mondialement connu, chaîne volontaire, chaîne intégrée, portail en ligne de réservations hôtelières, les attentes et les objectifs de chacun sont différents et sont autant de configurations et de stratégie commerciale Internet à intégrer.

Ecoute, compréhension, équipe dédiée, support et suivi technique, chaque client de Fastbooking bénéficie des mêmes attentions et de la même expertise.

Et c'est certainement pour ces raisons que des milliers d'hôteliers dans le monde leur ont fait confiance pour concevoir la solution sur mesure qu'ils attendaient.

CONTACTS

Commercial
Yauric Mercier :
+ 33 1 44 71 05 20
ymercier@fastbooking.com

Marketing
Jean-Louis Boss :
+ 33 1 44 71 05 25
jlboss@fastbooking.com

Services techniques
Soraya Kefs :
+33 1 44 71 05 10
skefs@fastbooking.com

Site institutionnel
et démo en ligne :
www.fastbooking.com