



Stratégie Commerciale & Parcours Client

"En 45 minutes, vous ne verrez plus votre hébergement de la même manière."

• CAPTER • CONVERTIR • FIDÉLISER

GAGNER PLUS PAR CLIENT

A large, stylized logo for THINK BIG. The letters "THINK" and "BIG" are in a bold, dark blue, sans-serif font. The word "think" is written in a white, cursive script font on a brown rectangular banner that overlaps the "I" and "K" of "THINK".

LET'S CREATE YOUR NEW PROJECT · HOTEL · BNB · RESTAURANT

02 | Objectifs & Déroulé

DURÉE : 45 MIN

LA PROMESSE

Pourquoi sommes-nous ici ?

Sortir du mode "pilote automatique"

- ✓ Clarifier votre **stratégie commerciale** globale
- ✓ Outiller les **7 étapes clés** du parcours client
- ✓ Découvrir des idées d'**upsell concrètes** à appliquer demain

🔗 Règles du jeu

🔗
Interactif

🏗️
Concret

🗨️ Sans langue de bois

Agenda de la session

- Introduction & Contexte
- Le Vrai Problème
Booking n'est pas l'ennemi
- **Le Parcours Client**
Les 7 moments de vérité
- Upsell & Partenaires
- Conclusion & Questions

Sondage Express

 À vous de jouer !



LES CANAUX

Qui travaille avec **Booking**, Airbnb ou d'autres OTA ?

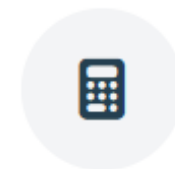
 Levez la main



LE COÛT

Qui **adore** leur payer 15 à 20% de commission ?

Soyez honnêtes...



LA RÉALITÉ

Qui sait exactement combien rapporte un client net ?

 Peu de mains ?

📌 CE N'EST PAS BOOKING

Le vrai problème...

c'est qu'on n'a pas de

stratégie commerciale.

“ Booking fait très bien son job. ”

//

**Un hébergement sans
stratégie commerciale...**

**c'est comme un
restaurant sans carte.**

— LE CONSTAT SANS APPEL —



Les 7 Moments Clés

De la première recherche à la fidélisation post-séjour.



🎯 **Chaque étape = Opportunité de conversion**

Chaque étape du parcours client est une opportunité de **vendre...**

ou de **perdre de l'argent.**

INTERACTION

Selon vous, à quel moment on vend le plus ?

🕒 Avant

🕒 Pendant

🕒 Après

1

ÉTAPE 1

Inspiration & Recherche



🎯 La Réalité

- ✓ Google, Réseaux Sociaux, OTAs
- ✓ Phase 100% émotionnelle
- ✓ Le client rêve avant d'acheter

⚠️ Le Problème

- ✗ Invisibilité totale hors OTAs
- ✗ Contenu purement fonctionnel
- ✗ Pas de contenu inspirant

⚡ L'Action

- Google Business optimisé
- Photos émotionnelles
- Storytelling expérientiel



“ **À ce stade, il ne cherche pas une chambre.
Il cherche une émotion.** ”



Considération & Comparaison

🔍 La Réalité

- ✓ Le client compare : Prix, Photos, Avis
- ✓ Match : Votre site vs Booking / Airbnb
- ✓ Recherche de la meilleure offre

⚠️ Le Problème

- ✗ Incohérence tarifaire ou visuelle
- ✗ Votre site est moins rassurant que l'OTA
- ✗ Pas d'avantage clair en direct

✓ L'Action

- Bonus exclusif en direct
- Avis clients visibles sur le site



“ **Si votre site est moins convaincant que Booking...
C'est déjà perdu.** ”

Site Web & Réassurance



🎯 La Réalité

- ✓ Le moment de vérité décisif
- ✓ Votre site est votre **1^{er} commercial**
- ✓ Le client cherche à être rassuré

⚠️ Le Problème

- ✗ Site lent / Chargement > 3s
- ✗ Informations floues ou absentes
- ✗ Pas de **CTA** (Call To Action)

⚡ L'Action

- Approche **Mobile-first**
- Bouton "Réserver" visible partout
- Clarté totale (Prix, Photos)

“ **Un site n'est pas là pour être beau.
Il est là pour vendre.** ”

Réservation Directe

📄 La Réalité

- ✓ Étape **critique** du parcours
- ✓ Le client est prêt mais volatile
- ✓ L'abandon reste très possible

⚠️ Le Problème

- ✗ Moteur de réservation compliqué
- ✗ Trop de **frictions** (champs inutiles)
- ✗ Processus long et anxiogène

⚡ L'Action

- Parcours **simple** (3 clics)
- Options d'upsell intégrées
- Garantie meilleur prix visible

“
**Chaque clic inutile...
coûte une réservation.**”

Pré-séjour & Anticipation



La Réalité

- ✓ Client engagé & confirmé
- ✓ Attention maximale (taux d'ouverture)
- ✓ L'excitation du voyage commence

Le Problème

- ✗ Silence radio jusqu'à l'arrivée
- ✗ Upsell totalement absent
- ✗ Aucune anticipation des besoins

L'Action

- Email personnalisé (J-3)
- Proposer : Petit-déj, Dîner
- Suggérer des activités locales



“ **Le meilleur moment pour vendre...
c'est après la réservation.** ”



Séjour & Upsell sur place

🎯 La Réalité

- ✓ Le client est **présent** chez vous
- ✓ Relation de confiance établie
- ✓ C'est le moment **idéal** pour vendre

⚠️ Le Problème

- ✗ Aucune proposition pro-active
- ✗ Peur de déranger le client
- ✗ Le client ignore vos options

⚡ L'Action

- Proposer l'**apéro** à l'arrivée
- Suggérer des upgrades
- Vendre des expériences locales



“ **Le client est chez vous...**
Et pourtant vous ne lui vendez rien. ”



Post-séjour & Fidélisation

🎯 La Réalité

- ✓ La relation continue après le départ
- ✓ Une opportunité énorme
- ✓ Coût d'acquisition = 0€ pour le retour

⚠️ Le Problème

- ✗ Aucun suivi post-départ
- ✗ Client oublié dès qu'il passe la porte
- ✗ Base de données inexploitée

⚡ L'Action

- Email de remerciement post-séjour
- Offre spéciale "Revenez vite"
- Programme de fidélisation simple



“ **Un client satisfait qui ne revient pas...
est une opportunité perdue.** ”



On peut vendre partout...

mais on ne le fait
presque jamais.



————— CHAQUE ÉTAPE = LEVIER DE MARGE ET DE PANIER MOYEN —————





La Réalité du Marché



70%



des clients passent par une OTA
avant d'arriver sur votre site.



i OBSERVATION MARCHÉ & TENDANCE GLOBALE


Structurer l'Upsell

Ne laissez pas d'argent sur la table !



AVANT SÉJOUR

 Petit-déjeuner

 Pack Romantique

 Place de Parking

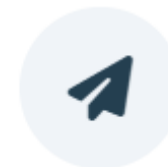


PENDANT

 Apéritif / Planche

 Late Check-out

 Activités Locales



APRÈS SÉJOUR

 Offre Retour -10%

 Parrainage

 Avantage Membre

19 | Upsell – Exemples & Insights

STRATÉGIE COMMERCIALE

MISE EN PRATIQUE

Exemples concrets

Des offres simples à implémenter immédiatement



Bundle Chambre + Spa

Augmentez le panier moyen dès la résa



Welcome Drink

Expérience client & marge bar



Panier Terroir

Souvenir à emporter (vente additionnelle)



Email J-7 avec options

L'anticipation crée le désir





Un client qui a déjà réservé est le plus facile à faire dépenser.

💡 Insight Clé

Vous cherchez désespérément de **nouveaux clients...** alors que vous n'exploitez pas ceux que vous **avez déjà**.

C'est quoi ?

Cas Réel

-  0% de commission sur les réservations directes
-  Vous gardez la relation client complète
-  Intégration mobile-first sur votre site
-  Upsell et offres intégrées au parcours client

 *L'union fait la force !*

**“Seul, vous louez une chambre.
Ensemble, vous vendez une expérience.”**



Elloha / ORC = votre canal direct

Fidélisez au maximum et augmentez vos marges en vendant directement.

COMPARAISON OTA VS DIRECT





Commission

- |  Direct: 0% ✓
- |  OTA: 15-20% ✗





Contact Client

- |  Direct: Total ✓
- |  OTA: Limité ✗



Marge Nette

- |  Direct: Élevée ✓
- |  OTA: Faible ✗

Ce que nous faisons

Audit

Analyse complète à 360° de votre établissement.

Stratégie

Plan commercial et marketing sur-mesure.

Revenue

Optimisation dynamique des prix et des OTAs.

Upsell

Maximisation des revenus additionnels.

**"On ne remplit pas des chambres.
On construit des machines commerciales."**

Vous n'avez pas besoin de plus de clients...

**Vous devez mieux
valoriser ceux que vous avez.**

La question n'est plus :
~~"comment remplir ?"~~

**Mais : "comment gagner plus avec
chaque client ?"**



PARLONS DE VOTRE FUTUR —

**Si ça vous parle,
venez nous voir après.**

Parlons de votre projet →



SITE WEB
thinkbighotel.com



EMAIL
sales@thinkbighotel.com