

A photograph of two hands holding champagne glasses filled with bubbly liquid, clinking them together. The background is a blurred cityscape at sunset, with the Eiffel Tower visible in the distance. The lighting is warm and golden, creating a celebratory atmosphere.

BookingSuite

**Améliorez l'expérience de vos clients
tout en boostant votre chiffre d'affaires**

Comment les ventes croisées, les ventes incitatives et les promotions peuvent vous aider à améliorer la satisfaction de vos clients et à augmenter vos revenus.



En tant que professionnel de l'hôtellerie, vous vendez des expériences, et vos clients seront d'autant plus satisfaits si ces dernières sont positives. Bien sûr, cela s'accompagnera souvent d'une hausse des bénéfices pour vous.

De nombreuses possibilités s'offrent à vous pour rendre l'expérience de vos clients mémorable, des surclassements d'hébergements aux dîners romantiques, en passant par les locations de vélos et les massages aux pierres chaudes.

Et chacune de ces opportunités est synonyme de revenus supplémentaires pour vous. En fin de compte, ce sont ces clients satisfaits qui laissent les commentaires les plus élogieux, un élément essentiel pour booster vos réservations.

En lisant ce guide, vous découvrirez comment les ventes croisées, les ventes incitatives et les promotions peuvent non seulement vous permettre d'offrir des expériences de qualité à vos clients, mais aussi d'augmenter votre chiffre d'affaires. Nous vous expliquerons également comment certaines solutions technologiques peuvent vous donner un coup de pouce supplémentaire.

Découvrez comment les nouvelles technologies peuvent vous aider à booster vos revenus et à proposer des expériences personnalisées à vos clients via des applis dédiées aux ventes croisées, aux ventes incitatives et aux promotions.

En savoir plus

Quelle est la différence entre les ventes incitatives et les ventes croisées ?

Les ventes incitatives consistent à proposer au client un produit de qualité supérieure à un prix plus élevé que celui du produit initial, en espérant également améliorer sa satisfaction. Le surclassement d'hébergement est l'exemple le plus fréquent dans l'industrie hôtelière ; il s'agit de demander à vos clients s'ils souhaiteraient séjourner dans un hébergement de catégorie supérieure moyennant un petit supplément.

Les études révèlent que vous avez entre 5 et 20 % de chances de vendre un surclassement d'hébergement à un client potentiel, tandis que ces chiffres grimpent jusqu'à 60-70 % pour un client déjà convaincu.¹ Ainsi, un client qui vient de réserver dans votre établissement est donc tout de suite plus disposé à acheter d'autres produits et services.

Les ventes croisées, quant à elles, consistent à vendre un service

supplémentaire à un client existant.

Chaque séjour étant une expérience à part entière, les opportunités de ventes croisées sont multiples, qu'il s'agisse d'un dîner dans votre restaurant ou d'une balade guidée pour découvrir votre destination.

De récentes études indiquent que la majorité des clients (61 %) seraient prêts à dépenser davantage si le service supplémentaire apportait un réel plus par rapport à leur achat principal.²

Pour résumer, si plus de la moitié de vos clients acceptent de dépenser davantage pendant leur séjour, vous avez de grandes chances de booster vos revenus. Il ne vous reste plus qu'à trouver le bon produit ou service et à bien le mettre en avant.

Source:

1. Marketing Metrics
2. Ipsos Public Affairs

Améliorez l'expérience de vos clients tout en boostant votre chiffre d'affaires

Suite.Booking.com





L'essor de la personnalisation

Face à la mondialisation croissante, les consommateurs recherchent toujours plus d'authenticité. Les produits originaux et personnalisés ont le vent en poupe, qu'il s'agisse de miel biologique ou de vêtements excentriques vendus dans des boutiques indépendantes.

L'industrie hôtelière n'échappe pas à cette tendance.

Les clients se désintéressent de plus en plus des séjours standard pensés pour le client lambda, et recherchent plutôt des expériences adaptées à leurs envies. Ils apprécieront par exemple un petit mot de bienvenue accompagné d'une coupe de champagne ou la possibilité de choisir leur type d'oreiller favori. Il peut aussi s'agir de produits qui vous apportent un bénéfice direct, comme des soins au spa pour les voyageurs dont le vol a été retardé. Dans tous les cas, la personnalisation des services peut vous être très utile pour proposer des expériences inoubliables à vos clients tout en augmentant votre chiffre d'affaires.

Offrez une expérience personnalisée à vos clients grâce à des solutions technologiques faciles à prendre en main.

[En savoir plus](#)

Ventes incitatives et de ventes croisées

Surclassements

Pour améliorer à coup sûr le séjour de vos clients, proposez-leur un hébergement de catégorie supérieure. Si vous pouvez le faire sans augmenter votre tarif, c'est une excellente nouvelle pour eux (il n'y a rien de mieux que de bénéficier d'avantages gratuits), mais aussi pour vous, car ces clients vous laisseront probablement un commentaire positif.

Cependant, dans la plupart des cas, il est essentiel de proposer ces surclassements au bon moment tout en adoptant la bonne approche. Les e-mails envoyés avant l'arrivée fonctionnent bien en général. Un e-mail de bienvenue permet aux clients de se réjouir de leur séjour à venir et leur donner envie d'envisager des options qui le rendront encore plus mémorable. N'oubliez pas d'ajouter de belles photos de votre chambre supérieure, en précisant par exemple qu'elle ne coûte que 20 EUR de plus. Pour ce type de produit, la vente discrète est la plus efficace, mais vous devez quand même expliquer clairement pourquoi cela vaut la peine de payer un peu plus cher. Il peut s'agir d'une chambre plus spacieuse, avec une terrasse ou une très belle vue.

Certaines applis vous aident à booster vos ventes en permettant aux clients d'encherir

sur des hébergements de catégorie supérieure. Vos clients seront donc satisfaits de leur offre et vous augmenterez vos bénéfices.

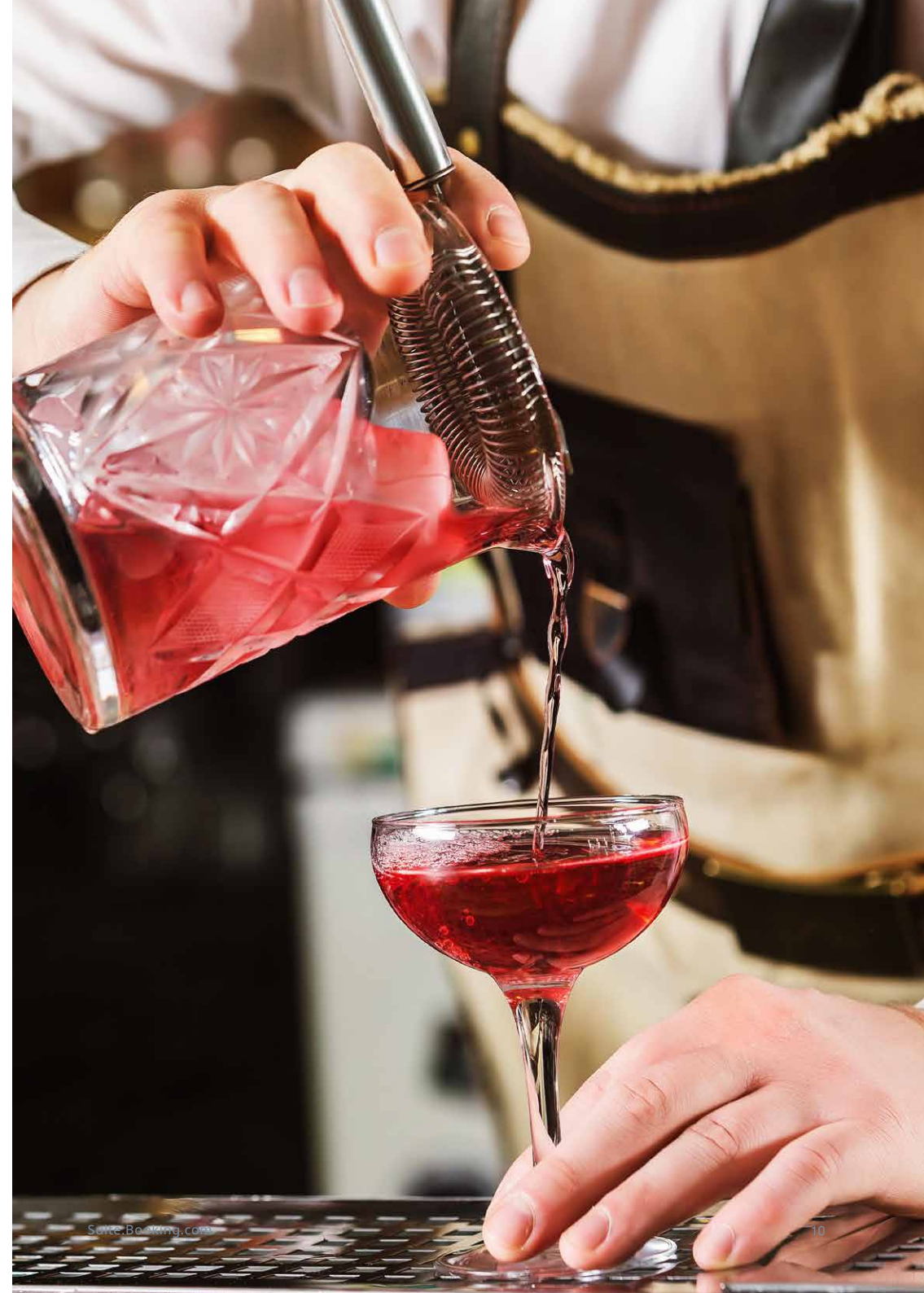
Repas et boissons

Voici les 2 produits de vente croisée les plus courants dans le secteur de l'hôtellerie, et vous comprenez tout de suite pourquoi. Tous vos clients devront boire et manger pendant leur séjour, dans votre établissement ou ailleurs. Et tout le monde apprécie un bon repas.

Vous n'avez pas de restaurant ? Rassurez-vous, il existe de nombreuses autres façons de gagner un peu plus d'argent, par exemple en collaborant avec des restaurants locaux ou simplement en proposant à vos clients des boissons dans leur chambre ou dans le salon de l'établissement, si vous en possédez un.

En revanche, si vous disposez d'un bar ou d'un restaurant sur place, les possibilités sont nombreuses. Vous pouvez par exemple encourager vos clients à dîner sur place en leur offrant (ou en leur vendant) des boissons au bar. Mieux ils réagiront à cette proposition, plus vous augmenterez vos chances qu'ils dînent dans votre restaurant. Un cocktail gratuit ou une collation maison sont aussi de bonnes options.

Améliorez l'expérience de vos clients tout en boostant votre chiffre d'affaires





Événements importants

Chaque client souhaite être considéré comme unique par son hôte ; c'est la raison d'être de la personnalisation. Et c'est encore plus vrai lors de grandes occasions comme les anniversaires ou les mariages.

Lorsque vos clients séjournent chez vous pour ce genre d'événements, ils prennent généralement la peine de vous prévenir. Si vous êtes au courant à l'avance, vous pouvez par exemple faire un petit geste en laissant une bouteille de vin et un mot de bienvenue dans leur chambre, pour qu'ils sachent que vous y attachez aussi de l'importance. Ces petites attentions auront souvent un impact positif sur votre note de commentaires.

Même si vos clients ne vous préviennent pas, pensez à leur proposer une bouteille de champagne ou des chocolats dans l'e-mail que vous leur envoyez avant l'arrivée. Vous remarquerez que la personne qui réserve la chambre est souvent disposée à dépenser un peu plus pour faire plaisir à son partenaire, à un ami ou à un membre de sa famille.

Activités de loisirs

Si quelques clients ont déjà planifié leur itinéraire, la plupart d'entre eux auront besoin de conseils sur les choses à faire dans les environs pendant leur séjour. Les opportunités de ventes croisées ne manquent donc pas.

Cela ne signifie pas forcément que vous devez organiser des activités vous-même. Si votre établissement est situé dans une ville

historique, vous pouvez établir un partenariat avec des agences locales pour proposer des balades guidées. Si vous êtes à la campagne, renseignez-vous sur les activités de plein air disponibles à proximité.

Les e-mails envoyés avant l'arrivée constituent une bonne entrée en matière pour inciter un futur achat. Si vous y ajoutez des informations sur les environs et les possibilités d'activités, cela permettra à vos clients d'organiser leur programme à l'avance.

Soins au spa

Les soins relaxants comme les massages proposés dans les spas ne sont pas réservés aux clients venus se détendre le temps d'un week-end. Ils conviennent tout autant aux voyageurs fatigués après un long vol ou une journée de réunions.

En fait, ces derniers pourraient même être ceux qui en ont le plus besoin. Si vous réalisez que vos clients ont fait un long voyage, profitez-en pour leur offrir un massage et leur permettre de commencer leur séjour en beauté. Ils auront aussi une très bonne première impression de votre établissement et de vos services. Et si vous leur présentez au passage les autres soins prodigués dans votre spa, il est fort probable qu'ils en réservent un plus tard. Et même s'ils ne le font pas, vous leur aurez au moins permis de passer un bon moment au début de leur séjour, ce qui ne peut être que positif pour la suite et pourrait même vous permettre d'obtenir un commentaire élogieux.



Promotions

Promotions saisonnières

La plupart des destinations connaissent des périodes creuses, mais baisser vos tarifs n'est pas l'unique solution pour remplir vos hébergements à ce moment-là. En proposant des offres saisonnières adaptées au profil de vos clients, qui comprennent par exemple un petit plus comme un repas ou une activité, vous pourriez bien augmenter votre taux d'occupation lorsque vous en avez le plus besoin.

Formules mariages

Si votre établissement se trouve à proximité d'une salle de réception ou si, mieux encore, vous en possédez une, il s'agit là d'une excellente opportunité pour augmenter vos revenus, par exemple en proposant sur votre site Internet une formule mariage avec une salle pouvant accueillir la réception, ou juste un moyen de transport pour rejoindre le lieu de l'événement. Comme les personnes qui organisent les mariages cherchent souvent à limiter leurs dépenses, une offre proposant des hébergements à tarif réduit pour les invités ne peut que les intéresser.

Formules événements

Une conférence ou un festival a lieu dans votre destination tous les ans ? Si c'est le cas, profitez-en pour proposer des formules en lien avec cet événement,

car il est probable que les participants aient besoin de séjourner à proximité. Des formules bien pensées peuvent vous apporter de nombreuses réservations pendant ces périodes.

Programmes de fidélité

En principe, si vos clients sont satisfaits de leur séjour chez vous, ils auront envie de renouveler l'expérience. Pour finir de les convaincre, vous pouvez leur offrir une réduction. Cette technique est particulièrement utile pour remplir vos hébergements en basse saison. Envoyez simplement un e-mail à vos anciens clients pour leur proposer une offre week-end.

Partenariats

La plupart des voyageurs font attention à leurs dépenses mais aimeraient quand même profiter d'un bon repas ou d'une activité pendant leur séjour. Pour attirer ces clients, nous vous suggérons de collaborer avec des partenaires locaux tels que des parcs d'attraction, des restaurants ou des musées.

Ce type d'offre peut être très avantageux pour vous tout comme pour les sociétés partenaires, car il permet de limiter vos dépenses publicitaires. Il pourrait même vous donner des idées pour attirer de nouveaux clients et faire évoluer votre stratégie globale.

Pourquoi la segmentation est-elle si importante ?

Chaque client a des critères différents lorsqu'il s'agit de choisir son hébergement et les expériences qu'il souhaite vivre pendant son séjour.

Et c'est encore plus vrai pour les ventes croisées. Mieux vous connaîtrez vos clients et les produits pour lesquels ils sont prêts à mettre le prix, mieux vous pourrez en vendre.

L'identification de plusieurs profils de clients est appelé segmentation du marché et c'est un concept essentiel pour toutes les sociétés, tous secteurs confondus.

Dans l'industrie hôtelière, il s'agit de savoir quels types de voyageurs réservent dans votre établissement ou ceux que vous aimeriez voir réserver chez vous, afin de leur proposer les ventes croisées qui les intéressent.

Par exemple, si vous accueillez de nombreux voyageurs d'affaires, proposez-leur un service de repassage,

des moyens de transports jusqu'à leur lieu de travail ou même des massages relaxants. Si votre établissement est situé à la campagne et reçoit de nombreux couples, pensez aux dîners romantiques ou aux surclassements dans des chambres avec un plus grand lit.

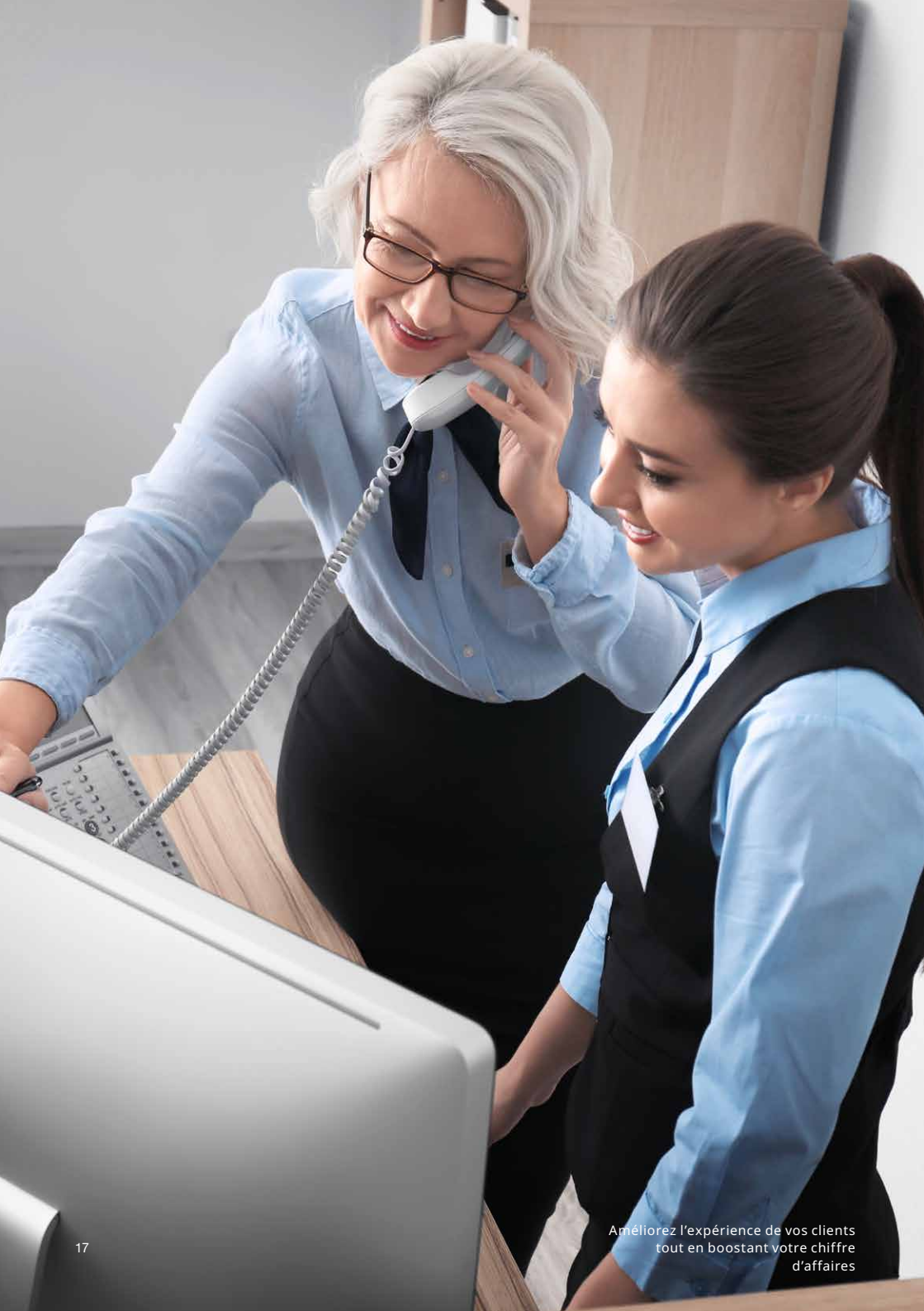
Mieux vous réfléchirez à la segmentation de vos clients, plus vous pourrez leur proposer des ventes croisées pertinentes.

Trouvez les outils à la pointe de la technologie qui vous aideront à booster vos revenus en proposant des promotions à vos clients.

[En savoir plus](#)

Améliorez l'expérience de vos clients tout en boostant votre chiffre d'affaires





Améliorez l'expérience de vos clients
tout en boostant votre chiffre
d'affaires

Comment les nouvelles technologies peuvent-elles vous aider ?

La technologie peut vous être très utile. Il existe en effet de nombreuses applications conçues pour maximiser vos revenus par voyageur, grâce à des statistiques visant à booster vos ventes, sans pour autant forcer la main à vos clients.

Avant même que vos clients n'arrivent dans votre établissement, de nombreuses possibilités s'offrent à vous pour les aider à se projeter, par exemple des e-mails de bienvenue attractifs et personnalisés leur proposant des transferts, surclassements d'hébergements, activités et promotions.

Vous pouvez aussi investir dans des systèmes permettant à vos clients de communiquer avec la réception grâce à une appli pendant leur séjour. Cette dernière vous aidera à résoudre les problèmes plus rapidement, avant qu'ils n'entraînent un commentaire négatif. Pensez aussi au service d'étage et aux activités disponibles dans les environs.

Une fois vos clients partis, vous pourriez leur envoyer un message de remerciement accompagné d'une réduction valable sur un prochain séjour. Pour vous faire gagner du temps, certains outils peuvent automatiser ce processus.

Faites plaisir à vos clients et augmentez vos revenus grâce à des outils innovants et simples d'utilisation.

[En savoir plus](#)

Les entreprises ont toujours cherché à maximiser les dépenses de chacun de leurs clients. Les ventes croisées, les ventes incitatives et les promotions constituent de précieux outils qui vous aideront à atteindre cet objectif.

Et comme chaque opportunité de vente croisée et de vente incitative a un impact positif sur l'expérience de vos clients, vous avez tout à y gagner. En fin de compte, la rentabilité et la satisfaction des clients sont des atouts communs à toutes les entreprises florissantes.

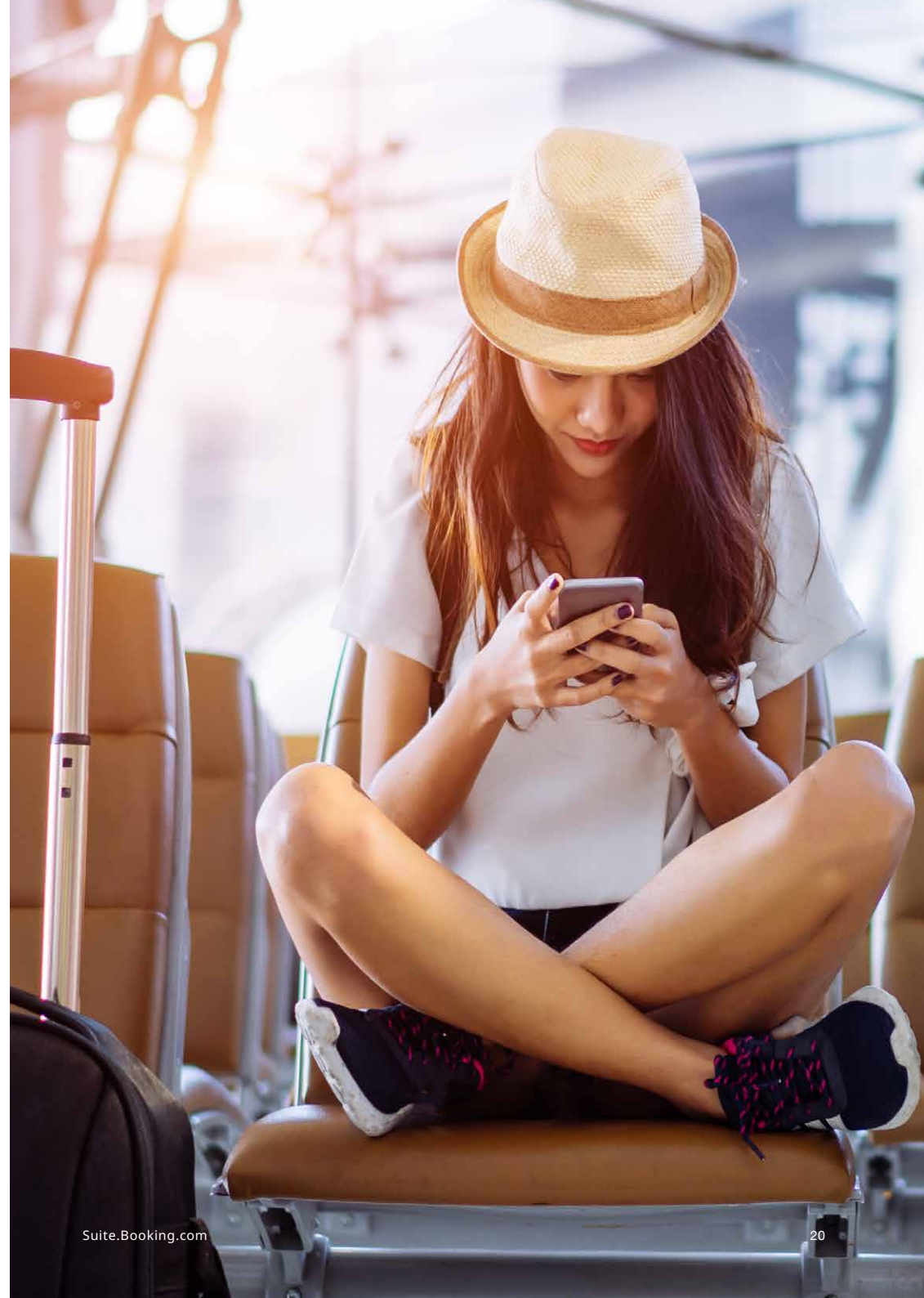
Les nouvelles technologies ont été pensées pour vous faciliter la vie. Il suffit juste de faire le tour des solutions disponibles pour trouver celles qui conviendront à votre façon de travailler.

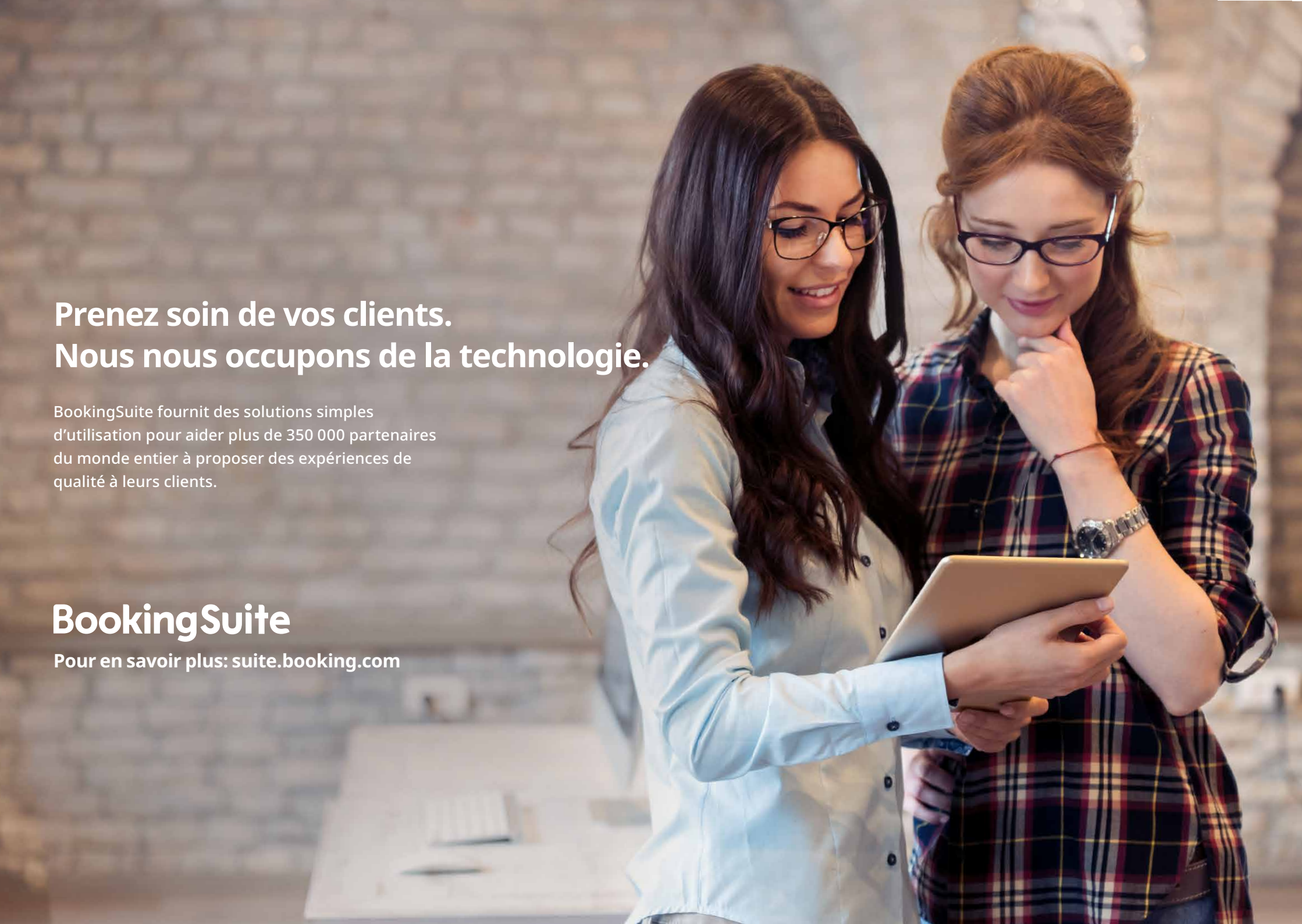
Avec autant de produits disponibles, vous ne savez peut-être pas par où commencer.

Heureusement, l'App Store de BookingSuite vous simplifie la tâche en vous proposant une large gamme de solutions innovantes conçues pour les professionnels de l'hôtellerie.

Tous ces outils ont été testés et approuvés par nos experts du secteur et vous pouvez les essayer gratuitement pour trouver celui qui vous convient le mieux.

[Découvrez notre App Store](#)



A photograph of two women in a modern office setting. The woman on the left has long dark hair and is wearing glasses and a light blue button-down shirt. The woman on the right has reddish-brown hair tied back, is wearing glasses, a plaid shirt, and a watch. They are both looking at a tablet held by the woman on the left. The background is a blurred office environment with a desk and a keyboard visible.

Prenez soin de vos clients. Nous nous occupons de la technologie.

BookingSuite fournit des solutions simples d'utilisation pour aider plus de 350 000 partenaires du monde entier à proposer des expériences de qualité à leurs clients.

BookingSuite

Pour en savoir plus: suite.booking.com