



**Haute
Maurienne
Vanoise**



VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC

COMPTE-RENDU

CLUB DES UTILISATEURS 2016

Lieux et dates

- Le 23 août à Bonneval-sur-Arc
- Le 24 août à Bessans
- Le 25 août à Val Cenis Lanslebourg
- Le 30 août à Val Cenis Sollières-Sardières

Participants aux réunions

Organisateurs OT HMV :

Corine BINET, Directrice adjointe et Responsable du service commercial
Erwan FOUILLET, Chargé de mission « Hébergements »

Le 25 août, Pascal COUDURIER, nouveau Directeur de l'OT HMV, s'est présenté à l'auditoire et Jeffrey MESSUD, Gérant de Xotelia, est intervenu pour présenter le channel manager.

Adhérents Place de marché :

Présents		
Bonneval	ANSELMET Michelle	
Bessans	GROSSET Germain CLAPPIER Monique LUBOZ Edith	BLANC Paul CLAPPIER René LUBOZ Alain
Val Cenis Lanslebourg	BERNARD Fabienne DAME Denise CHAUSSENET Gabrielle FINIELS Jacques BISON Christiane BLANC Bernard HUTTAUX Valérie	DELAGE-DAMON Denise GAGNIERE Myriam CHAUSSENET Patrick BERNE Patricia JORCIN Jacqueline FILLIOL Josette HUTTAUX Stéphane
Val Cenis Sollières- Sardières	NOUSSE Yves LEGRAS Elise BLANC Elisabeth FRESSARD Bernard	ROHARD Françoise BURDIN Françoise BOURDON Martine METIVIER Roselyne

Excusés
BLANC Katherine
CHEVALLIER Paul
FILLIOL Michelle
FRAGNOLI Thomas
FROCOT Marie-Christine
GUIJARRO Patrice
PERINO Anne-Marie
RIVES Anne
BODINEAU Aline
CAVATORE Olga

Ordre du jour

- La refonte du site Internet de Haute Maurienne Vanoise : objectifs et nouveautés
- Les conséquences sur l'affichage Web avec l'arrivée du nouveau site
- Gagner en performance pour un loueur : politiques tarifaires, channel manager Xotelia, Affiniski et autres dossiers

1. Le nouveau site Internet

1.1. Objectifs de ce nouveau site Web

Le site actuel a 4 ans et commence à devenir « ancien » ! Un nouveau site était nécessaire pour répondre à des objectifs importants dans la communication Web :

- ✓ Avoir un **site adapté aux supports mobiles**. Il y a actuellement 2 sites : un pour PC et un site mobile avec des contenus, en partie, différents. Il y aura désormais qu'un seul site adapté à tous les supports.
- ✓ Avoir un site en « responsive design » avec un **design plus épuré** et une **navigation plus fluide**
- ✓ Avoir un **contenu mieux structuré**. Le site actuel est très (trop ?) complet et la navigation est parfois complexe côté client. Le but, avec le nouveau site, est de **séduire et suggérer aux internautes les contenus** pouvant l'intéresser.
- ✓ Mettre l'**accent sur l'image**. Le visiteur internaute doit déjà rêver en visitant le site Internet de la destination et des stations. Il doit visualiser des photographies illustrant la **beauté de notre territoire** et la **qualité de nos prestations**

La philosophie, la conception et la structuration du nouveau site Internet seront résolument orientées « client » et « vente en ligne ».

Exemples de sites Internet :

[Ardèche Pont d'Arc](#) / [Chartreuse Tourisme](#) / [Les Ménuires](#) / [Megève](#) / [Autrans Méaudre](#)

1.2. Les nouveautés sur le prochain site Internet HMV

- ① Une présentation « **Responsive design** » offrant une expérience de lecture et de navigation optimales pour l'utilisateur quelle que soit sa gamme d'appareil (téléphones mobiles, tablettes, ordinateurs,...)
- ② Le nouveau **site sera annuel** et ne fera donc plus apparaître de saisonnalité. Les descriptifs et photos devront donc s'adapter aux saisons d'hiver et d'été.
- ③ Un **moteur affinitaire**

PRÉPARER VOTRE SÉJOUR ?

Je viens Je suis Du Au

Capture d'écran du prototype du nouveau site HMV

L'objectif du moteur affinitaire est de **mieux cibler le visiteur** pour **lui proposer des offres** qui lui correspondent. En fonction des dates de séjour qu'il indiquera, il trouvera les hébergements disponibles ainsi que les événements et activités sur cette période. L'intérêt aussi est de lui faire des **suggestions d'achats sur le principe du « cross selling »** (littéralement « ventes croisées »). Par exemple, si le client réserve son hébergement, on va pouvoir lui suggérer

(« n'oubliez pas... », « ceci peut vous intéresser... »,...) d'acheter son forfait de ski, sa location de matériel, ses cours de ski, ses activités de loisirs,...

④ Un carnet de voyages

Le carnet de voyage est un dispositif permettant à l'internaute de « liker » des hébergements, des activités,... afin de **garder en mémoire ce qu'il a aimé** et d'y revenir ultérieurement. C'est un outil ludique et indispensable pour le client dans la préparation de son séjour.



⑤ Création du compte client (déploiement en 2017)


Jusqu'à présent, dans le cas d'une réservation d'hébergement, le client ne pouvait payer que l'acompte en ligne (dans le cas où le prestataire dispose d'un porte-monnaie électronique type PayPal). Pour payer le solde, il devait traiter directement avec le propriétaire (paiement par chèque, virement, transfert de PayPal à PayPal,...). Avec la **création du compte client** en 2017, le client pourra **revenir sur le site pour régler le reste de son séjour**. Pour vous, propriétaires, cela vous permettra de pouvoir proposer un véritable dispositif de paiement par carte bancaire à vos clients (acompte + solde).

⑥ Paiement unique (déploiement en 2017)

Actuellement lorsque le client achète plusieurs prestations (hébergement + forfait par exemple), il doit effectuer autant de paiements que de prestations commandées. En 2017, il fera un **paiement unique**. Alliance Réseaux aura le rôle de « banque » et réceptionnera les paiements avant de les redistribuer à chaque prestataire.

Ces projets marqueront un **véritable tournant dans le processus d'achat en ligne** pour le client.

Du fait de leur complexité technique et législative, ces projets, mis en œuvre par Alliance Réseaux, fournisseur des outils Open System, seront en place durant l'année 2017. Pour vous, propriétaires, cela signifiera de signer un contrat avec Alliance Réseaux pour bénéficier de ce service. Les conditions d'adhésion/de commission vous seront communiquées à ce moment-là par nos services



- ☛ **Un site résolument moderne et pensé internaute**
- ☛ **Un site créé pour le client et la vente**
- ☛ **L'image comme principal vecteur de communication**

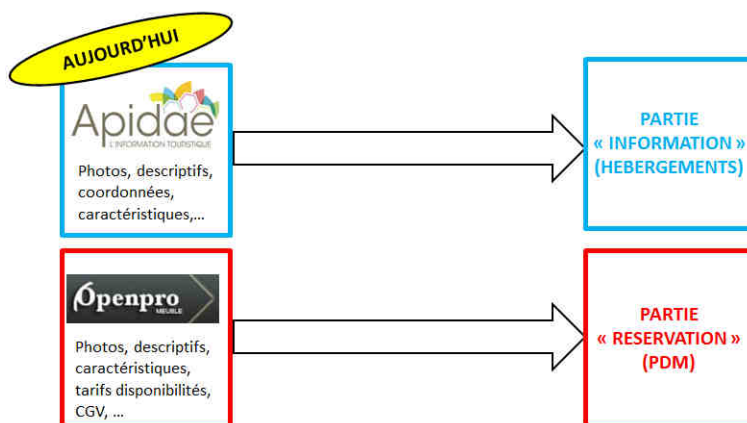
2. Les évolutions sur l'affichage web

2.1. Un contenu plus vendeur

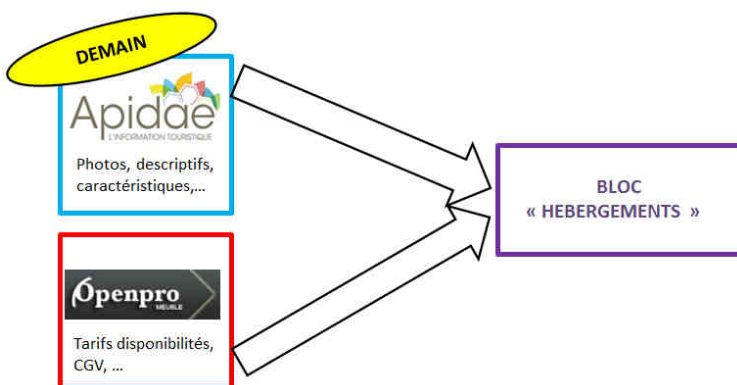
Sur le **site actuel**, il existe **deux parties distinctes** consacrées à la recherche d'hébergements.

Une partie « **Hébergements** » qui concentre l'ensemble de l'« **information froide** ». L'information froide est constituée de données qui ne varient pas ou peu : descriptions, photos, caractéristiques, identité et coordonnées des propriétaires,... Cette partie « Hébergements » est alimentée par « Apidae » (ex SITRA), base de données d'informations touristiques à l'échelle nationale, et c'est l'OT HMV qui est en charge de la saisie.

Une partie « **Réserver son séjour** » correspondant à la Place de marché. Elle concentre à la fois de l'information froide mais aussi de l'« **information chaude** » (tarifs et disponibilités). L'ensemble des informations est fournies par le propriétaire via son outil Open Pro



Dans le nouveau site Internet, « **information** » (Apidae) et « **réservation** » (Open Pro) seront **compilés**. Lorsque l'internaute fera sa recherche, il verra dans un premier temps les contenus (descriptifs, photos et caractéristiques) liés à Apidae. Lorsqu'il entrera ensuite dans le « tunnel de réservation » (en cliquant sur le bouton « réserver »), ce seront les données d'Open Pro qu'il visualisera.



Les descriptifs et photos fournies par le propriétaire pour alimenter sa fiche Apidae vont avoir une place prépondérante.

Le propriétaire gardera la maîtrise du contenu de son offre et l'OT est responsable de la publication (qualité et lisibilité du contenu, référencement SEO,...) Tout changement doit être signalé au service commercial. C'est pour cela que nous vous avons fait parvenir par mail (les 11 et 12 août) votre/vos fiche(s) Apidae afin de vérifier à la fois la véracité des informations mais aussi la qualité des photos que vous nous aviez fournies.

Les photos doivent être particulièrement belles et de qualité. Nous vous incitons à utiliser des **photos professionnelles** qui offrent une qualité d'image et de netteté exceptionnelle. Dans ce cas, vous pouvez faire part de votre intérêt auprès de l'OT HMV. Plus il y aura de propriétaires intéressés, plus le prix mutualisé pourra être négocié auprès du photographe professionnel.

Concernant en particulier les **descriptifs d'appartements** - qui **doivent être vendeurs** - un certain nombre de principes doivent être respectés :

- ✓ Tout doit être rédigé avec des phrases et sans abréviation
- ✓ Le contenu doit être structuré :
 - Les premières lignes du descriptif sont primordiales et doivent faire apparaître les éléments différenciateurs de votre offre
 - Le second paragraphe doit compléter le descriptif et indiquer l'agencement de l'appartement
 - La troisième partie doit faire apparaître les services (gratuits ou payants) et options proposés par le propriétaire.

- ✓ Certains éléments « contractuels » n'ont pas leur place dans ce type de descriptif : taxe de séjour, heure d'arrivée,...

L'OT HMV se réserve le droit de modifier ou réécrire les contenus es descriptifs.

Les descriptifs et photos dans Open Pro seront **visualisés par le client au moment de sa réservation** (éléments contractuels visibles dans le panier d'achat client) et **serviront à l'édition des contrats** et à la réservation en ligne sur votre propre site Internet.

2.2. Proposer une solution de paiement en ligne

Avant la mise en place du panier unique, la solution, pour les loueurs particuliers, pour permettre au client de payer son acompte en ligne par carte bancaire, reste le **porte-monnaie électronique type PayPal** (pas d'abonnement annuel et une commission sur flux de 3.4% + 0.25 €).

Les offres disposant d'une solution de paiement en ligne seront « poussées en avant » sur le nouveau site (notamment pour les offres packagées produites par l'OT HMV).

L'objectif n'est pas d'obliger les propriétaires à proposer uniquement le paiement par carte bancaire à leurs clients mais de les inciter à **leur laisser le choix de poser ou une option ou de payer en ligne**.

2.3. Les propriétaires qui (r)assurent

Ce dispositif est un des résultats de la « Démarche Qualité Accueil Hébergements » initiée en 2014. L'objectif pour l'OT HMV est de **mettre en avant les propriétaires ayant un accueil particulier et attentionné** envers leurs clients au travers d'une liste d'engagements (cf ci-dessous). Cette liste n'a pas pour objectif d'être contraignante mais de formaliser ce qui est déjà fait. Car cet accueil de qualité, nous le savons, existe chez la grande majorité des loueurs particuliers ... Il faut maintenant le faire savoir auprès des clients de nos stations. Ainsi, les offres agréées seront incluses dans une **sélection à part entière** (comme « meublés », « villages vacances »,...) pour être visibles au moment du choix de l'hébergement.



LISTE D'ENGAGEMENTS DÉMARCHE QUALITÉ HAUTE MAURIENNE VANOISE	
<ul style="list-style-type: none"> • Répondre aux courriels et rappeler les clients dans un délai raisonnable (moins de 48H) • Assurer un accueil attentif, convivial et personnalisé à vos clients (avant, pendant, après le séjour) <ul style="list-style-type: none"> - Etre présent sur le lieu d'hébergement au moment de l'arrivée du client - Proposer un apéritif de bienvenue (avec des produits locaux) ou un cadeau de bienvenue • Apporter ses conseils et ses connaissances sur les attraits touristiques et sur la vie de la vallée <ul style="list-style-type: none"> - Répondre aux demandes des clients sur leurs activités durant le séjour - Faire connaître l'histoire et la vie des villages de Haute Maurienne • Fournir les contenus d'informations nécessaires pour informer vos clients sur les activités en Haute Maurienne <ul style="list-style-type: none"> - Mettre à disposition le guide bienvenue, des topo-guides,... - Proposer des ouvrages référence sur la Haute Maurienne • Renouveler et agrémenter les informations sur les supports de communication <ul style="list-style-type: none"> - Avoir un site Internet lisible et riche en informations - Etre ambassadeur du territoire et diffuser l'information sur les différentes plates-formes 	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les différences et attentes particulières de ces hôtes <ul style="list-style-type: none"> - Usage d'au moins une langue étrangère - Adapter son accueil aux différents publics (enfants, personnes âgées, clients étrangers,...) dans les principes du confort d'usage et de la welcome-attitude • Aider au mieux vos clients durant la durée de leur séjour <ul style="list-style-type: none"> - Etre présent sur place ou à proximité - Répondre dans la mesure du possible aux attentes du client (prêt d'ustensiles, demande d'informations,...) • Fournir un kit de première nécessité et un kit de nettoyage <ul style="list-style-type: none"> - Le kit de 1ère nécessité peut comprendre sel, sucre, huile,... - Le kit de nettoyage doit comprendre éponge, liquide vaisselle, papier toilette, détergent • Proposer un hébergement classé ou labellisé • Proposer un hébergement respectueux de l'environnement <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de mesures visant à la réduction de la consommation d'eau et d'énergie et de gestion complète des déchets - Informer sur les bonnes pratiques existant sur le territoire en matière de développement durable • Mettre à disposition des « services + » (au choix) : <ul style="list-style-type: none"> - Services de confort : service de ménage de fin de séjour, location de linge de lit/de linge de toilette,... - Services de loisirs : jeux de société, jouets pour les enfants, bibliothèque,... - Equipements de bien-être : sauna, hammam - Services multimédia : accès à Internet,...



☞ **« Information » et « réservation » seront compilées**

☞ **Descriptifs et photos doivent être très soignés**

☞ **Optez pour des photos de professionnels !**

3. Gagner en performance

3.1. Les politiques tarifaires

En raison des samedis de réveillons à Noël et au Nouvel An, l'Observatoire du Tourisme et le cabinet G2A ont préconisé une gamme de tarifs complète pour faire face aux demandes clients (arrivée le vendredi, samedi ou dimanche par exemple) qui vous a été fournie dans les grilles de conseils tarifaires. La tendance reste au samedi-samedi mais c'est généralement la 1^{ère} réservation d'une des deux semaines (Noël ou Nouvel An) qui détermine la politique tarifaire à adopter.

Elargissez votre potentiel d'offre, surtout en moyenne saison !

En vacances scolaires de fin d'année et de février, les séjours se font du samedi au samedi (ou du dimanche au dimanche) et durent 8 jours et 7 nuits. Ces semaines-là se louent généralement très bien par les propriétaires eux-mêmes. Nous avons tous pleinement conscience de cela.

Mais pourquoi vouloir appliquer ce modèle de séjour de la même manière sur des périodes hors vacances scolaires ?

Par nature, **les visiteurs hors vacances scolaires ne sont pas soumis aux mêmes contraintes de temps et vos offres doivent tenir compte de cette souplesse**. Les offres que vous faites peuvent donc varier sur :

- le jour d'arrivée : différent du samedi
- le nombre de nuits : du court séjour (3, 4, 5 et/ou 6 nuits) aux séjours de + de 7 nuits

Mais il faut aussi prendre en compte les « **timing** »/rythmes de planification des séjours. Nous ne demandons pas aux propriétaires d'intégrer l'ensemble des tarifs au même moment mais, au contraire, de faire preuve à la fois d'**anticipation** et de **réactivité**. Ce que nous ne voulons plus voir, c'est un **déficit d'offre sur de la demande en court séjour** alors même qu'un grand nombre de locations est encore sur le marché (mais uniquement réservable du samedi au samedi) ! A ce jour, notre centre d'appels n'est pas en mesure de répondre aux demandes clients en raison de ce déficit.

Principe du « rythme des planifications » par rapport au comportement des clients pour une saison d'hiver :

- *De juillet à novembre, l'anticipation* : Le propriétaire analyse le calendrier (vacances scolaires françaises et étrangères, jours fériés,...), démarche ses anciens clients et saisit des tarifs « semaine » (7 nuits du samedi au samedi ou du dimanche au dimanche) et « longs séjours » (plus de 7 nuits)
- *De décembre à avril, la réactivité* : Durant la saison, le propriétaire doit être réactif face à ces semaines non louées et proposer soit des promotions (notamment pour les séjours « semaine ») soit des courts séjours pour pouvoir louer en partie les semaines non louées.

Rappel : saisie des tarifs dans Open Pro

The screenshot shows the Openpro MEUBLE interface. At the top, there is a navigation bar with 'Accueil', 'Suivi de réservation', 'Passer en production', 'Diffuser votre offre', 'Paramètres', and 'Aide'. Below this, the date range '30 août 2016 - 19 octobre 2016' is displayed, along with navigation buttons for 'Semaine précédente', 'Aujourd'hui', 'Semaine suivante', and 'Actualiser le planning'. A sidebar on the left contains options: 'Ajouter un hébergement', 'Modifier l'ordre d'affichage des hébergements', 'OT HMV' (checked), 'RÉSERVATIONS', 'TARIF', 'VISUALISER LES TARIFS', and 'CRÉER DES TARIFS' (circled in red). The main area shows a calendar for 'SEPTEMBRE 2016' with days of the week and dates from 30 to 30.

[Initialiser avec la dernière saisie](#)

Hébergement OT HMV ▼

Période d'application du prix du au
[Ajouter une période](#)

Durée des séjours 1 nuit ▼

Jours d'arrivée possibles
 Tous
 samedi dimanche lundi mardi mercredi jeudi vendredi

Saisir une remise [+](#)

Prix €

[Générer les tarifs](#)

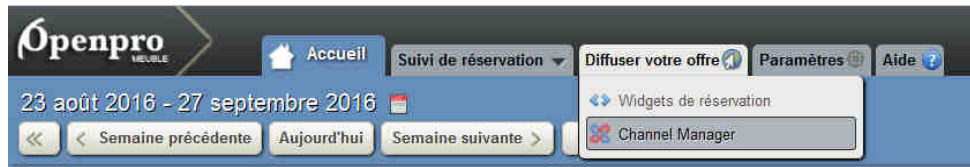
Par ailleurs, **proposer son hébergement au travers d'offres produites par l'OT HMV** (séjours packagés) peut aussi vous permettre d'optimiser votre remplissage. Cette opération nécessite une négociation tarifaire pour que le package soit plus avantageux financièrement que la somme des produits qui le compose. Pour cela, 10% du prix de la location sont retirés par l'OT HMV mais les 8% de commission sur vente ne sont pas dus par le propriétaire.

A retenir ...

- ☞ Ne vous contentez pas de tarifs samedi-samedi
- ☞ Plus vous proposerez de séjours différents (courts séjours, mid-week), plus vous pourrez capter de clients

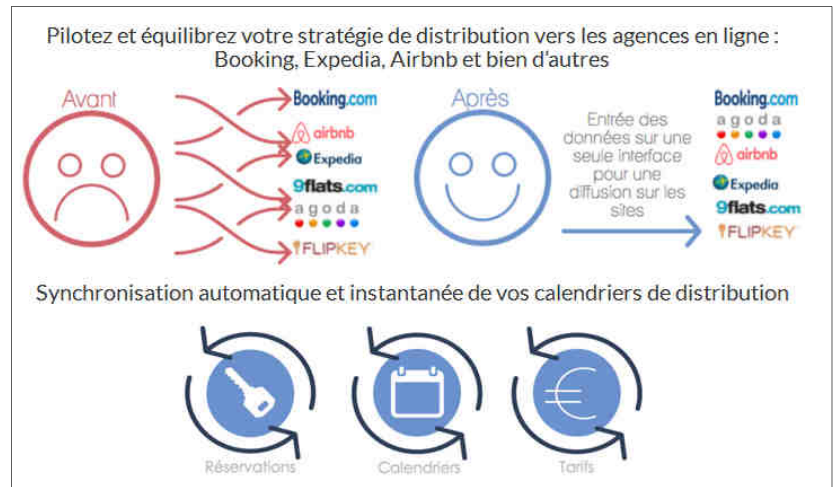
3.2. Le Channel Manager Xotelia

L'OT HMV et Alliance Réseaux vous donnent la possibilité de distribuer votre offre sur plusieurs réseaux de vente :



Le channel manager Xotelia permet **d'agrémenter dans votre Open Pro les plannings d'autres agences en ligne** (partenaires de Xotelia) sur lesquelles vous devez vous inscrire/être inscrit préalablement.

L'objectif est simple : **rassembler les plannings sur un même support** (Open Pro) et synchroniser tous ces plannings lorsqu'il y a une réservation.



Les tarifs et périodes de séjour peuvent être variables en fonction des réseaux de distribution. Nous sommes en mesure de vous accompagner pour déterminer avec vous quelles sont les agences les mieux adaptées à votre fonctionnement.

Il est important également que vous ayez un **site Internet propre à votre location, moderne et performant**. Certains sites peuvent véritablement « faire peur » aux internautes (design, informations tarifaires erronées,...) ! **Soignez grandement les descriptifs et les photos !**

3.3. Les autres dossiers

Assurance annulation

L'OT HMV travaille actuellement sur la mise en place possible ou non d'une assurance annulation pour les propriétaires adhérents à la Place de marché. Les modalités d'application restent tout de même complexes.

Traduction des contenus

Nous invitons les propriétaires à se rapprocher d'un traducteur (connaissance personnelle ou professionnelle) afin de traduire leurs descriptifs en anglais et en italien (de façon plus allégée si nécessaire).

3.4. Affiniski

Les mairies de Bonneval-sur-Arc et Bessans ainsi que la SEM du Mont-Cenis (société exploitante du domaine skiable de Val Cenis) ont adhéré au dispositif Affiniski visant à **l'accompagnement des propriétaires dans leurs projets de rénovation**. C'est un des axes de travail pour **lutter contre le phénomène des « lits froids »** (45% des lits touristique du territoire ne sont pas ou sont très peu loués aux touristes).

Outre cette volonté de « réchauffer des lits », l'objectif est aussi d'**améliorer le remplissage des lits déjà dans le circuit de commercialisation**. Il existe des offres, sur le marché de la location touristique en général mais aussi sur notre Place de marché, qui ne trouvent pas preneurs car elles ne correspondent plus aux attentes actuelles des clients.

C'est donc un **manque à gagner** pour tout le monde (propriétaire, station, prestataires) et une atteinte à l'image de marque de nos stations auxquelles il nous faut absolument remédier.



C'est pour mon bien !

Affiniski propose donc un accompagnement des propriétaires dans leur volonté de rénovation :

- ✓ **étude, conseil et devis GRATUIT** avec l'aide du référent local Affiniski, Erwan FOUILLET
- ✓ **réalisation et suivi intégral des travaux** sur place et réception des travaux
- ✓ garantie de **délai**, de **qualité** et de **prix**



- ☞ **Trouvez les réseaux de distribution qui peuvent vous apporter des clients**
- ☞ **Ayez un site Internet attractif**
- ☞ **Osez la rénovation !**

4. « Je n'ai rien loué » : les bonnes questions à se poser

Parfois, des propriétaires nous indiquent « n'avoir pas été loué » ou que « rien n'a été loué par l'Office ». Voici les questions à se poser pour un propriétaire :

Les questions à se poser :	Si « non », les solutions existantes :
Ai-je bien renseigné des tarifs et disponibilités dans mon outil Open Pro ?	Formation sur l'utilisation de l'outil Open Pro avec Erwan FOUILLET
L'offre correspond-t-elle aux attentes actuelles des clients (aménagement, décoration,...) ?	Devis des travaux pour remettre au goût du jour avec Affiniski
Mon offre est-elle bien mise en valeur (descriptifs, photographies,...) ?	Possibilité d'accompagnement par le service commercial dans ces domaines / Appel à un photographe professionnel
Mon offre est-elle suffisamment référencée sur Internet et sites de vente en ligne ?	Avoir un site Internet (gratuit). Inscription sur plusieurs réseaux de distribution et gestion simultanée de plannings
Ma politique tarifaire correspond-t-elle aux attentes des clients ?	Conseils tarifaires par stations et villages en été et en hiver. Formation Open Pro pour la saisie de tarifs avec Erwan FOUILLET
Est-ce que je parviens à fidéliser mes clients ?	Adhésion ou demande de conseils à la « Démarche Qualité Accueil Hébergements »

Le service commercial de l'OT est ouvert toute l'année et à votre disposition pour vous accompagner !