

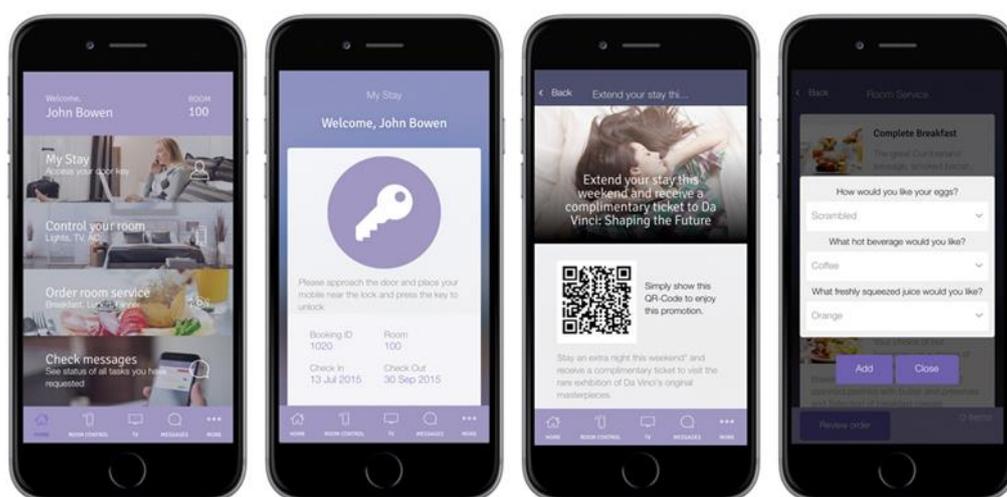
Les supports de vente en hôtellerie

La commercialisation additionnelle fait partie des priorités des hôteliers afin d'assurer une pérennité de l'activité et un accroissement du chiffre d'affaires. Les conseils avisés du personnel au moment de l'accueil participent grandement à ces ventes, mais des supports restent utiles afin d'aider les clients dans leurs choix et les renseigner pleinement.

À la réception, le dépliant ou flyer explicatif de l'établissement est un support de présentation des différents points de vente. Certes, celui-ci n'est pas un support de vente à proprement dit, mais plutôt un moyen de communication et d'aide à la commercialisation.

Au sein des chambres, divers documents sont présents pour contribuer à l'augmentation des ventes additives. Le *room-directory* en est un exemple probant : ce glossaire regroupe toutes les informations liées à l'établissement sans oublier les services de l'hôtel, les horaires, les accès et visites éventuelles, les règles de sécurité, etc.

Certaines entreprises haut de gamme déposent également en chambre une **carte petit-déjeuner** en cas de *room service* ou encore une carte minibar si l'hôtel est muni de ce matériel. Ces dernières mettent en avant les services supplémentaires mis à disposition des clients, permettant ainsi d'accroître leur consommation. De plus, elles donnent les informations obligatoires avec entre autres : les volumes, produits, prix, allergènes, etc. Cependant de nombreux supports papiers sont dorénavant remplacés par les **outils numériques**. Ainsi, la *smart TV* peut désormais remplacer le *room-directory*, la tablette peut mettre en avant les nombreuses cartes pour les repas allant du petit-déjeuner au dîner, sans compter les applications qui apparaissent et permettent d'adapter les moyens de commercialisation à tous les appareils connectés.



Le site internet est bien entendu aujourd’hui l’outil incontournable pour commercialiser un établissement hôtelier.

Cet outil accessible par tous, permet de découvrir un établissement et ses services, connaître les disponibilités en temps réel.

La réservation est également un de ces atouts majeurs.

Voici les items incontournables qui doivent être présents sur le site internet d’un hôtel

Items	Fonctions
Hôtel	Permettre au client de découvrir l’entreprise, son histoire et ses services.
Chambres	Présenter les catégories de chambres disponibles et leur aménagement
Réservation	Offrir la possibilité au client d’accéder aux disponibilités et de réserver directement en ligne.
Restauration	Informers les clients sur tous les points de vente, les horaires, et les cartes des produits proposés.
Accès / Contact	Donner les coordonnées (adresse, téléphone, mail...) mais aussi le plan et les moyens d’accès.
Galerie photo ou vidéo	Visualiser l’hôtel dans sa globalité et montrer les événements et autres manifestations.
Langues	Adapter le site aux différents clients et répondre à une clientèle internationale.
Événements / Offres tarifaires	Mettre en ligne des promotions ou nouveaux forfaits disponibles.
Avis clients	Proposer un espace documentaire permettant de recueillir les avis des clients et leur retour d’expérience.
Carrière	Présenter les offres d’emploi à pourvoir et éventuellement permettre de postuler en ligne.
Conditions générales	Informers sur la politique générale de l’établissement, les conditions d’annulation, de modification, de confirmation...