

# Opérateurs touristiques, ne passez pas à côté des opportunités de l'e-tourisme!



**Etude de cas :**  
**le site web au service du**  
**recrutement et de la**  
**fidélisation de la clientèle.**  
**Témoignage d'un opérateur**  
**(hôtel, restaurant, séminaires,**  
**banquets, ...) qui fut un des**  
**pionniers du web dans le**  
**secteur touristique.**

Denis Gravet, Directeur, Château Limont

# Agenda

---

- La première expérience (1996-1998)
- Le site d'aujourd'hui (2008)
- Les avantages concurrentiels
- Le nom
- Comment faire connaître le site : le référencement
- Les actions commerciales complémentaires au site
- Futur et conclusions

# La première expérience (1996-1998)

---

- Les apports
- Les dépenses
  - Site de 10.000€ + compléments = 25.000€ !
  - Positif pour la relation client
  - Négatif pour le ROI
  - Investissement supporté sur plusieurs sites
  - Problèmes de mises à jour
- Les fonctions principales du site
  - Limiter la rédaction d'offres
  - Peu de contacts spontanés

# Le site d'aujourd'hui (2008)

[www.chateaulimont.be](http://www.chateaulimont.be)

---

- Les apports
  - Rentabilité assurée
  - Rajout d'une galerie photos
- Les dépenses
  - Coût entre 1500€ et 2000€
  - Autonomie pour les mises à jour
- Les principales fonctions du site
  - Surf rapide pour les prospects (idée rapide et précise)
  - Toutes les infos
  - Vente en direct
  - Avec le Japon, les EU, ....
  - séminaires et week-ends gastronomiques plutôt nationaux

# Les avantages concurrentiels

---

- Avoir un site et une adresse @mail aujourd'hui c'est comme dans le temps être abonné au téléphone.
- Un site bien construit influencera mieux les clients
- depuis le nouveau site nous avons plus de trafic et de commandes

## Le nom de domaine

---

- Le château a les deux adresses (.be et .com)  
=> quand le client se trompe (20 à 30% des nouveaux prospects), le message arrive quand même.

# Le référencement

- Le référencement peut coûter très cher.
- Suite à notre première expérience (premier site), nous avons décidé d'attendre pour le référencement.
- Hyperliens « de qualité »
- Les centrales de réservations apportent aussi un nombre sensible de visites
- Nous ne tenons plus de statistiques des visites car nous avons vu sur dix ans que des visites ne font pas le chiffre d'affaires.

# Les actions commerciales complémentaires

## Les actions marketing

---

- Le château a ajouté une page de sites référencés « de qualité » qui eux aussi nous référencent comme 1001salles.com, cérémonie guide,...
- Toutes nos actions commerciales mentionnent l'adresse internet et le site
- Actuellement nous commençons à faire nos premier pas dans l'@mailing.
- La première expérience nous a pris à peine quelques heures de travail et nous a rapporté une dizaine de clients. Nous y croyons donc fort, cependant elle doit être ciblée





Accueil Resto Hotel Week-end gastronomique Contact  
Mariage Communion/Banquet Seminaires Actions Partenaires

## Nos partenaires

[www.1001salles.com](http://www.1001salles.com) : Choisissez « Belgique » et « Liège »

Merci

[www.que-faire-en-belgique.be](http://www.que-faire-en-belgique.be)

# Les actions commerciales complémentaires

## Les centrales de réservation

---

- Nous avons plusieurs centrale de réservation (surtout pour les commandes individuelles et le week-end gastronomiques) qui ne travaillent que par @mail.

# Les actions commerciales complémentaires

## Futur et conclusions

---

- Un site internet peut être simple et efficace
- Le futur de la vente passera par la visite de prospects sur votre site
- Le site et l'adresse @mail simplifient la vente et accélèrent les offres et la conclusion de contrat
- N'oubliez pas de faire des Back UP !!!!

# InnovaTIC – Séminaire de sensibilisation

---

Une organisation du Lentic-HEC  
et du CRP Henri Tudor  
en collaboration avec defimedia SA

Avec le soutien de la Commission européenne  
et du cabinet du Ministre de l'Economie, de l'Emploi, du  
Commerce extérieur et du Patrimoine de la Région  
wallonne

Avec la collaboration de la Fédération du Tourisme de la  
Province de Liège