

***“Le site web au service du recrutement et de la
fidélisation de la clientèle ”***



- ***Charles PIETTE***
Hôtel “Le Val de Poix”

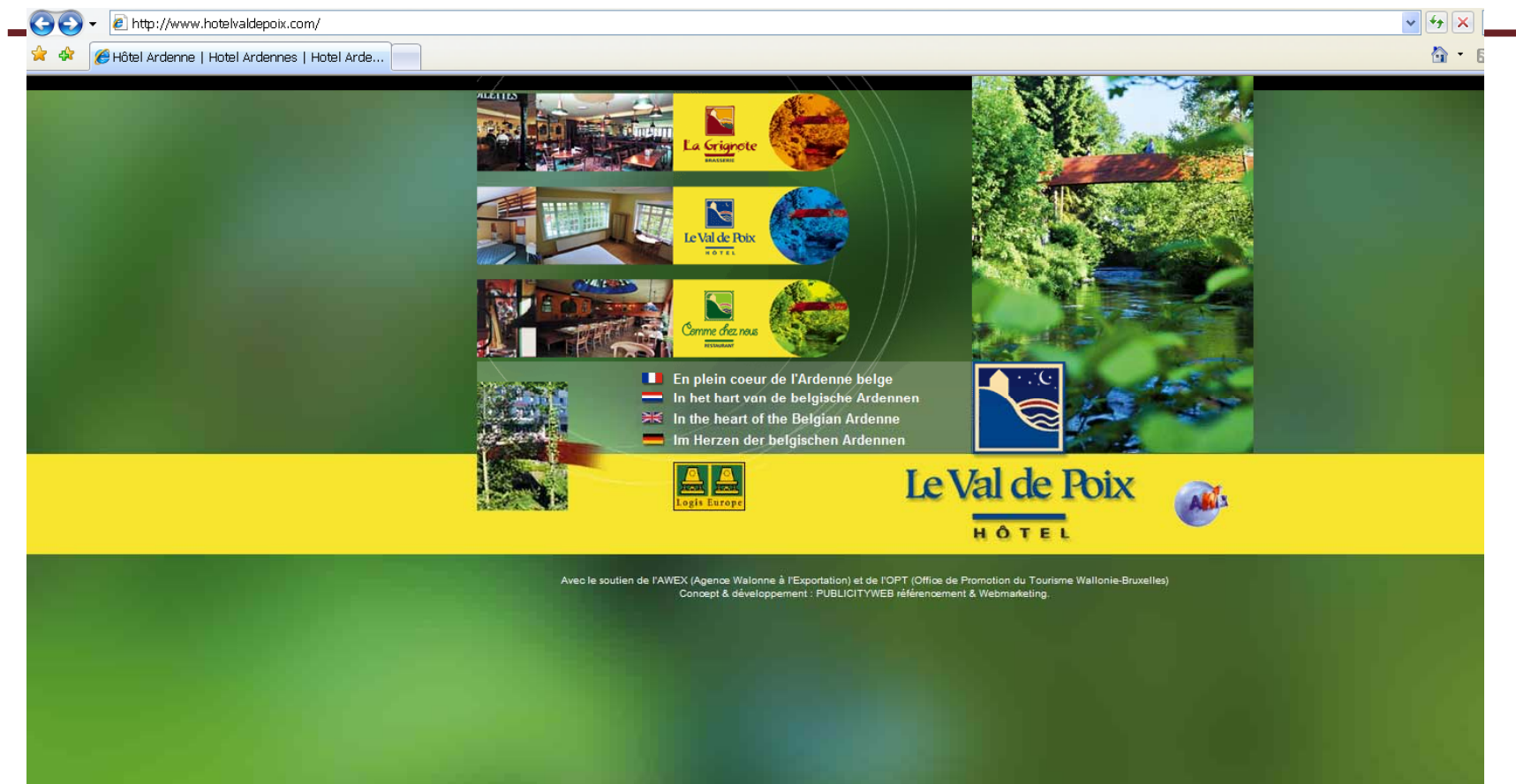
“Le VAL DE POIX”, un hôtel familial depuis 80 ans, situé dans le massif forestier de St-Hubert – 42 chambres - un restaurant -une brasserie

EN PLEIN COEUR de l'Ardenne belge

Le Val de Poix
HÔTEL

RUE DES ARDENNES, 18
B-6870 POIX-SAINT-HUBERT
TEL. 00 32(0)61/61 13 29
FAX. 00 32(0)61/61 12 81
E-MAIL : INFO@HOTELVALDEPOIX.COM
WEB : WWW.HOTELVALDEPOIX.COM

Construit en 2002, volonté d'un site simple avec objectif à la vente et à intégrer dans une stratégie marketing



“Le site web au service du recrutement et de la fidélisation de la clientèle : OBJECTIFS

- **Pénétrer “le marché de “la toile”**
- **Centré sur la réservation “on line”**
- **Destiné à fidéliser la clientèle en créant un “lieu commun de convivialité”**
- **Un site, vitrine de l’hôtel**

Le site web au service du recrutement et de la fidélisation de la clientèle : STRATEGIE

- Intégré à un plan stratégique plus global (marketing et média)
- Construit pour être toujours bien « référencé » (mots-clés, titres, langues, etc.)
- Diversifié par plusieurs noms de domaine (.be) (.com)
- En lien avec d'autres sites par des accords d'échange

***Le site web au service du recrutement et de la
fidélisation de la clientèle: METHODOLOGIE***

- Elaboration d'un cahier des charges avec définition d'un contenu très détaillé
- Respect de la charte graphique du plan « média »
- Lancement d'un appel d'offre général pour s'ouvrir à plusieurs intervenants

Le site web au service du recrutement et de la fidélisation de la clientèle : UN SITE TOUJOURS “VIVANT”

- Professionnaliser en interne pour maintenir l'intérêt continu de visiter le site
- Les moyens: « newsletter » - « Last minutes » - « packages en ligne » - « galerie photos » ...

Le site web au service du recrutement et de la fidélisation de la clientèle: RESULTATS

- Un site familial visité 100 fois par jour – 35000 visiteurs/an
- Le site est devenu un véritable « Tour opérateur » : 25 % des réservations totales de l'hôtel
- Plus grande fidélisation de la clientèle: +ou - 35% des clients sont venus plus d'une fois en deux ans

***Le site web au service du recrutement et de la
fidélisation de la clientèle: LE FUTUR***

- Continuer toujours à améliorer son référencement
- Augmenter la qualité visuelle du site: force des images, intégration de la vidéo...
- Confier la gestion du « vivant » du site à une société externe professionnelle

***Le site web au service du recrutement et de la
fidélisation de la clientèle : CONCLUSION***

On perd toujours à vouloir gagner seul : le
site internet, un partenaire performant si
« bien pensé » et « bien suivi »