

Le choix, un levier
pour encourager
le respect du
programme hôtelier



Vous connaissez les raisons pour lesquelles vos voyageurs ne peuvent pas ou ne veulent pas réserver avec votre programme? Selon la Global Business Travel Association (GBTA), voici les deux principales raisons :

- **52 %** des voyageurs déclarent vouloir séjourner chez un fournisseur (hôtel ou chaîne) non choisi par l'entreprise.
- **73 %** des voyageurs disent pouvoir trouver un prix plus avantageux ailleurs.

Que pouvez-vous faire ? Offrir à vos voyageurs davantage d'options, pour qu'ils puissent faire le *bon* choix.

PREMIÈRE RAISON :

« Je n'ai pas pu trouver l'hôtel que je voulais. »

Amérique du Nord

50 %

d'augmentation
de la couverture
vs 1^{er} trimestre 2016

EMEA

470 %

d'augmentation
de la couverture
vs 1^{er} trimestre 2016

Amérique latine

491 %

d'augmentation
de la couverture
vs 1^{er} trimestre 2016

APAC

352 %

d'augmentation
de la couverture
vs 1^{er} trimestre 2016

choix limité = respect du programme limité

Historiquement, les agences de voyages ne pouvaient offrir qu'un inventaire limité disponible dans le système mondial de distribution (GDS).

Cela a changé grâce à la solution de distribution hôtelière RoomIt de CWT.

Aujourd'hui, vos voyageurs peuvent réserver une chambre dans plus de **800 000** établissements adaptés aux voyages d'affaires dans **73 000** villes, via leur programme voyages CWT et grâce à des sources de contenus tierces, telles que Booking.com, Expedia Affiliate Network et Desiya.

RoomIt 
by CWT

« Ce n'est pas mon style »

Beaucoup de voyageurs d'affaires ne souhaitent pas réserver des hôtels qui ne répondent pas à leurs besoins ou ne reflètent pas leurs préférences.

En s'associant avec des sources de contenus tierces, la solution hôtelière de CWT offre un large éventail de choix dans des chaînes d'hôtels, des établissements indépendants ou des appartements, proposés au sein de vos canaux approuvés.



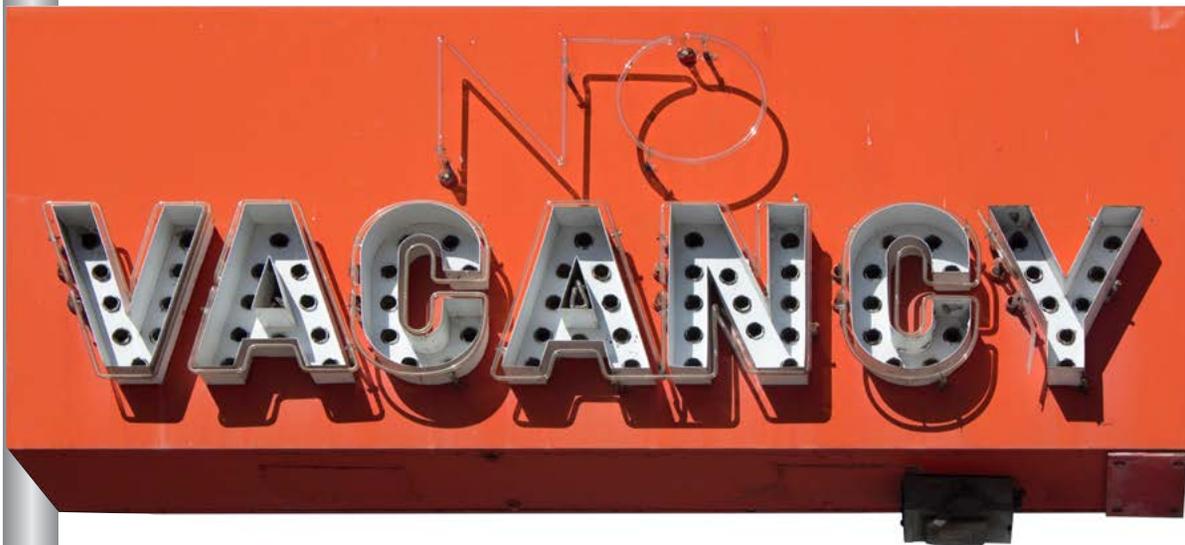
Hôtel
Chaînes



Établissements
indépendants



Appartements



« J'ai essayé de réserver une chambre dans un hôtel choisi par l'entreprise, mais il n'y avait aucune disponibilité. »

De nombreux tarifs négociés comprennent une clause de la dernière chambre disponible. Est-ce la seule solution ? CWT Solutions Group a découvert que la plupart des gestionnaires de voyage payaient un supplément pour cette option, pouvant aller jusqu'à **5 %**.

Saviez-vous que les sources de contenus tierces offrent très souvent des tarifs dans les établissements choisis par votre entreprise, même après la clôture de vos accords ?

C'est vrai. Les hôtels, comme les entreprises, cherchent à optimiser leurs revenus. Ils ajustent donc leurs tarifs dans les canaux les plus rentables. Les sources tierces touchent souvent un plus large public que le GDS et offrent plus d'opportunités aux hôtels pour vendre leur inventaire.

DEUXIÈME RAISON :

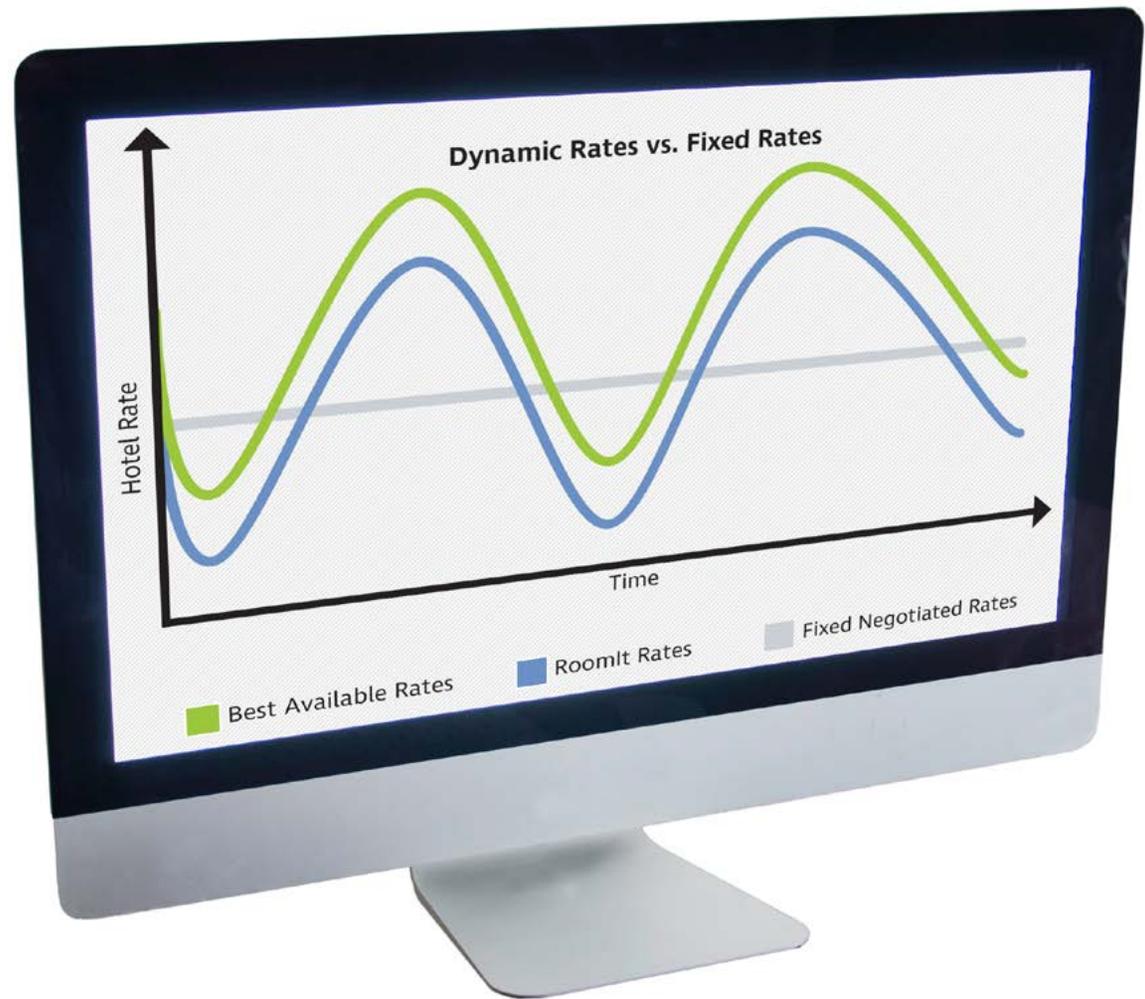
« J'ai trouvé moins cher. »

Les voyageurs pensent pouvoir trouver un meilleur tarif. Est-ce vrai ?

Les voyageurs ont raison. Il arrive que les tarifs des contenus de tiers soient moins chers que vos tarifs négociés.

Les sources de contenus tierces vendent souvent les chambres au meilleur prix disponible, ou moins cher. En période creuse, les hôtels baissent leurs prix pour vendre leur inventaire. Le meilleur prix de vente peut alors être inférieur à vos tarifs négociés.

Offrir les tarifs de sources tierces en plus de vos tarifs négociés permet aux voyageurs d'avoir accès aux prix les plus bas.



Augmentation des taux
d'attachement hôtelier
de

5 %

Augmentation du taux de
réservation en ligne de

7,5 %

Contenu de tiers égal à

14 %

des réservations totales

Réservations des contenus
de tiers dans des
établissements hors GDS

44 %

Le contenu de tiers peut-il augmenter les ventes ?

Oui ! Ça marche vraiment.

Un fabricant européen client de CWT, avec près de 5 000 voyageurs d'affaires, ne pouvait pas réserver d'hébergements dans de nombreuses villes visitées, en raison de l'inventaire limité du GDS.

Après la mise en place du contenu de RoomIt, les voyageurs de l'entreprise ont eu accès aux établissements dont ils avaient besoin.

RoomIt 
by CWT

Cela semble très bien, mais...

Vous pensez peut-être qu'il y a trop de restrictions sur les sources tierces de contenu : tarifs non remboursables, aucun équipement, ou les voyageurs n'effectueront pas de réservations s'il n'y a pas de programme de fidélité.

Examinons les faits de plus près.



Fait : les tarifs non remboursables sont avantageux

L'idée que les offres des contenus tiers ne sont pas remboursables est erronée. En fait :

- **90 %** des établissements du réseau Expedia Affiliate Network proposent des tarifs remboursables.
- **85 %** des établissements de Booking.com proposent des tarifs remboursables.

Afin de réduire les coûts, de nombreuses politiques voyages prévoient des billets d'avion non remboursables. Les tarifs hôteliers non remboursables permettent également de faire des économies importantes, présentent peu de risques et peuvent faciliter l'organisation des déplacements.

- En moyenne, les tarifs non remboursables sont **20 %** moins chers que les tarifs remboursables.
- Seulement **5 à 6 %** des réservations faites avec des tarifs non remboursables sont annulées.





Fait : ils offrent des tarifs avec équipements

- Les sources de contenus tierces offrent une variété de tarifs, allant de prix réduits sans équipement, à des tarifs comprenant le petit-déjeuner, le Wi-Fi ou des politiques d'annulation flexibles.
- Les besoins de vos voyageurs varient selon le déplacement. S'ils assistent à une conférence où tous les repas sont offerts, ils feront des économies en réservant un hébergement à prix réduit sans petit-déjeuner.

Fait : il existe d'autres avantages que les points fidélité

- Les tarifs tiers n'offrent pas de points fidélité. En revanche, le contenu tiers est souvent réservé pour combler les manques dans des destinations où il n'existe pas forcément de grande chaîne hôtelière offrant un programme de fidélité.
- Nous allons bientôt ajouter des avantages, comme des miles aériens ou des cartes cadeaux, pour les réservations de contenus tiers.



Et après ?

1.

Discutez avec votre représentant CWT pour déterminer comment votre solution hôtelière gérée par RoomIt peut vous aider.

- Réduire les réservations hors programme
- Diminuer les dépenses hôtelières
- Améliorer la satisfaction des voyageurs

2.

Consultez et partagez les conseils sur la réservation d'hôtels (Hotel Booking Tips) avec les voyageurs en utilisant l'exemplaire d'e-mail fourni. Aidez-les à comprendre en quoi la réservation avec votre programme hôtelier est avantageuse.

3.

Utilisez CWT AnalytIQs pour identifier les réservations hors programme.

4.

En utilisant notre outil Program Messenger, communiquez sur l'importance de réserver selon votre politique de déplacements.