

Hôteliers indépendants : 6 raisons de s'affilier à un réseau de commercialisation

Souplesse du cahier des charges, adhésion simplifiée, réduction des coûts, près 30 % des hôteliers français font aujourd'hui partie d'une chaîne volontaire [i].

Cette dernière permet à des indépendants de mettre en commun leurs ressources tout en préservant leur autonomie. Ce type de réseau fournit à ses membres une assistance à la fois commerciale, marketing, mais également technique et humaine.

Voici une liste non exhaustive des avantages que présente l'adhésion à une chaîne volontaire.

1. Dynamiser son produit

Il est essentiel de choisir une chaîne en accord avec l'identité de son établissement, l'hôtelier entre ainsi dans une logique globale dynamique qui lui permettra à terme de perfectionner son produit. Chacun des membres bénéficie de la stratégie commerciale et des améliorations qui sont mises en place par le groupe. Cette mise en commun de connaissance et de savoir faire représente une vraie plus-value pour l'hôtelier indépendant qui cherche à développer son image. Le réseau offre davantage de notoriété mais ouvre également des perspectives d'évolution et de perfectionnement pour l'hôtel.

2. Faire partie d'une communauté...

Rejoindre un réseau de commercialisation avec qui l'on partage des valeurs permet de développer un réel sentiment d'appartenance et un soutien solide entre les adhérents. D'ailleurs, certains de ces réseaux sont des coopératives, comme le SEH, et demandent une implication concrète des adhérents. L'hôtelier peut se tourner vers son réseau lorsqu'il a besoin de conseils ou d'assistance, cela représente une ressource professionnelle importante à de nombreux niveaux.

3. ... Tout en gardant son autonomie.

Peu contraignant en comparaison à une affiliation à une chaîne d'hôtels, un partenariat avec un réseau de commercialisation permet à l'hôtelier de garder une certaine souplesse. Le cahier des charges est moins strict et lui laisse plus de liberté dans la conduite de son établissement, il est autonome pour la gestion administrative, juridique et opérationnelle quotidienne de son hôtel (procédures, ressources humaines, management, etc.).

4. Atteindre de meilleures performances en ligne

Lorsqu'un hôtelier indépendant rejoint un réseau de commercialisation, il bénéficie des solutions numériques mises en place et du savoir-faire des équipes de ce dernier.

L'accès à une plateforme de réservations en ligne s'avère, par exemple, très avantageux, surtout lorsque l'on sait que 90 % des réservations sont faites sur internet. Adhérer à une chaîne hôtelière volontaire permet par ailleurs à l'hôtelier de travailler son E-réputation sur les réseaux sociaux et autres plateformes touristiques grâce aux outils en ligne mis en place par la chaîne.

5. Accéder à un programme de fidélisation

En rejoignant une chaîne volontaire, l'hôtelier bénéficie d'un programme de fidélisation. Cela représente un point fort dans sa stratégie commerciale lui permettant d'accroître et de fidéliser sa clientèle et tout particulièrement celle du monde des affaires.

6. Augmenter son chiffre d'affaires

Les hôteliers qui rejoignent un réseau de commercialisation constatent une croissance moyenne de 25 % [ii] de leur chiffre d'affaires. Un tel partenariat permet de donner plus de visibilité à son établissement, d'intensifier son activité et donne très souvent lieu à une augmentation du prix

des chambres.

Pour conclure, la commercialisation dans le monde de l'hôtellerie est aujourd'hui de plus en plus complexe et nécessite une visibilité accrue des moyens promotionnels mis en œuvre. Rejoindre une chaîne hôtelière volontaire permet de renforcer sa notoriété, de travailler sur son image, de trouver de nouveaux clients et d'augmenter ainsi son chiffre d'affaires.

L'objectif est « gagnant-gagnant », plus le réseau prend de l'ampleur plus ses membres en bénéficient, il s'agit là d'un vrai partenariat, raison pour laquelle il est essentiel de partager des valeurs.

Alors que les cotisations sont moins coûteuses que dans le cadre d'une adhésion à une chaîne intégrée (environ 10 fois moins cher)^[iii] et bien qu'elle soit plus adaptée aux petits établissements, on estime aujourd'hui que 1 hôtelier français sur 2 n'adhère à aucun réseau, contre 1 sur 10 en Europe. ^[iv]

Comment choisir son réseau de commercialisation ?

L'indépendant qui décide de rejoindre un réseau commercial doit choisir dans la multitude d'offres existantes. On compte aujourd'hui en France une vingtaine de chaînes volontaires. La multiplicité complique la sélection, le choix nécessite la considération d'un bon nombre de facteurs. Les bénéfices de chacun de ces réseaux changent selon la région, le type de produit, la clientèle, etc. il est donc primordial de se faire accompagner par un professionnel qui éclairera ce choix avec ses connaissances et expériences.

Servane Rangheard.

HoPlus Consulting

Conseil en hôtellerie et restauration