

### En restant axés sur la rentabilité l'heure est bien choisie pour évaluer votre stratégie de distribution.

#### Quand il vous reste deux chambres à vendre et sept sites extranet, que faire?

Vous utilisez les ressources dans tous les sites extranet, en vous servant d'un inventaire commun. Un outil de gestion des filières de prestation de services vous offre la possibilité de mettre votre inventaire de dernière minute tout entier dans un seul endroit.

Plus de sept voyageurs NEXTgen sur dix considèrent que la possibilité de rechercher les prix ou tarifs les moins chers (77 %), les photos de l'hôtel/du centre de villégiature (73 %) et les garanties des prix ou tarifs les moins chers (72 %) sont des aspects importants des sites internet au moment de prendre la décision de voyager vers une certaine destination ou d'utiliser un certain service. En outre, la majorité des voyageurs de NEXTgen se renseignent sur la disponibilité de dernière minute de voyages aériens, d'hôtels et de voitures de location (55 %), et programment et confirment leur activités de vacanciers à l'avance (54 %).

Source : *Le NEXTgen Traveler*, du partenariat de PhoCusWright et Y.

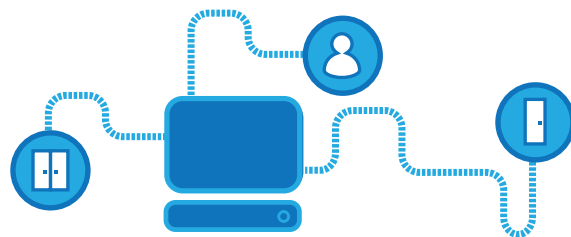
#### Saisissez-vous votre portion de cet inventaire de dernière minute?

Un outil de gestion des filières de prestation de services vous permet de conserver votre inventaire extranet sur de multiples sites de distribution pour des réservations de dernière minute. Cela réduit votre risque de ne pas pouvoir vendre une chambre du fait d'une visibilité insuffisante et cela élimine la décision difficile de la filière à laquelle l'inventaire doit être attribué.

À mesure que le marché américain en ligne des voyages d'agrément et des voyages d'affaires non gérés a évolué, les sites internet des fournisseurs et les agences de voyage en ligne (OTA - Online Travel Agencies) semblent être parvenus à un niveau relativement stable de part du marché.

Selon l'aperçu des voyages en ligne de PhoCusWright, huitième édition, les sites de fournisseurs représentent 61 % du marché en ligne contre 39 % des OTA en 2008. La recherche de Forrester en convient. « Nous voyons de plus en plus de gens faire leurs recherches sur les sites des agences de voyage et effectuer leurs réservations sur les sites du fournisseur, » dit Henry Harteveltdt, vice-président, analyste principal, Forrester.

Quand il s'agit de rentabilité, tous les modes de prestation électroniques de services ne se valent pas. Trouvez le juste milieu entre la distribution directe par site internet et la distribution par les OTA. Chacune des filières principales de prestation électronique—sites internet des hôtels, les OTA et le GDS— offre un rendement différent. Bien que le premier endroit où maximiser votre présence en ligne soit le site internet de votre hôtel, toutes les filières ont leur place dans une stratégie de distribution efficace.



Suite »

## Analyse de livre blanc : aperçus de la distribution par Internet

Les trois filières sont recommandées pour une demande maximum et pour optimiser la visibilité. La gestion efficace des tarifs et des inventaires au moyen d'extranets est cruciale afin d'obtenir le meilleur rendement, mais peut aussi entraîner une perte de temps à s'assurer que tous les sites sont à jour. ChannelDirect offre un moyen efficace de s'assurer que toutes les filières sont en parité. Grâce à une gestion efficace des filières de prestation de service, vous pouvez contrôler et étendre la portée de votre distribution de façon efficace.

- 1. Est-ce que j'utilise les filières les plus profitables pour la majorité de mon activité?**
- 2. Combien ai-je d'extranets de disponibles?**
- 3. Combien de temps faut-il pour gérer ces extranets?**

La distribution par les OTA est une option qui vaut la peine d'être réexaminée pendant les périodes d'incertitude économique, car les budgets de marketing et les investissements en technologie sont alors généralement bas. Les sites internet OTA attirent les clients qui recherchent les affaires spéciales.

Du fait que l'économie mondiale continue à fluctuer, plus que jamais, les professionnels de l'hôtellerie se voient forcés à rechercher de nouvelles opportunités de générer des revenus. Une des manières d'augmenter vos revenus est de reconnaître les revenus non exploités pouvant provenir de nouveaux groupes de marchés cibles à l'échelle internationale. Le fait de cibler de nouveaux marchés internationaux peut vous aider à obtenir des parts de marché aux dépens de vos concurrents.

Voici une mise à jour sur ce qui se passe actuellement dans les autres régions.

Jetez un coup d'œil au-delà de vos sites de distribution traditionnels et créez de nouveaux partenariats. Il existe de nombreuses autres filières. Une fois que vous avez un contrat vous pouvez les connecter par le biais d'un outil de gestion des filières de prestation de service comme ChannelDirect et les gérer de façon efficace en un seul endroit.

### Les 10 sites actuels les plus demandés par les utilisateurs de ChannelDirect

Région	Asie-Pacifique	Europe	États-Unis
Nom de la filière	Wotif RatesToGo needitnow quickbeds check-in.com.au API Qantas-Ready Rooms Travelocity HotelClub LastMinuteAU	Booking.com Expedia HRS lastminute.com LateRooms hotel.de(API) RatesToGo Venere Orbitz CentralR	Expedia Orbitz Travelocity Booking.com Quikbook(Retail) Venere HotWire VenereAPI ARES

Suite »



## Analyse de livre blanc : aperçus de la distribution par Internet

### La perspective ASPAC

Wotif.com Holdings Limited a affiché un profit record en un semestre de 20,6 millions USD. Le groupe a délivré une augmentation de bénéfices après impôts de 21 % pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 2008. Selon Wotif, ce bénéfice record de 20,6 millions USD a été garanti par de fortes contributions des activités Asia Web Direct et travel.com.au limited, acquises par le Wotif Group en 2008.

Les opérations agrandies du groupe l'ont aidé à vendre un peu plus de trois millions de nuitées pendant la période de référence, représentant une augmentation de 37 % comparée à la même période de l'an dernier. Le directeur général de Wotif et PDG du groupe, Robbie Cooke, a dit « Il est clair que le désir de voyager est toujours présent, mais les clients sont très axés sur les bonnes affaires et se rendent en ligne pour les trouver. Nous observons ce comportement non seulement chez les voyageurs d'agrément, mais les clients voyageant pour affaires découvrent également les avantages et la valeur qu'il est possible d'obtenir en réservant directement à Wotif.com. Nous avons reçu environ 3,5 millions de visites sur notre site chaque mois. Le fait que les voyageurs peuvent maintenant réserver trois mois à l'avance a été un élément déterminant, » dit Cooke.

### La perspective européenne

Du fait de la fragmentation élevée et de la faible pénétration des groupes hôteliers en Europe, les OTA dominent l'espace hôtelier en ligne. Alors qu'il est prévu que la croissance de l'ensemble du marché du logement se ralentisse de façon significative en 2009, les hôtels exploiteront leur filière à coût de distribution inférieur pour stimuler la demande; le marché de l'hôtellerie en ligne pourra même ainsi connaître une amélioration pendant la récession.



Suite »

## Analyse de livre blanc : aperçus de la distribution par Internet

### Stratégie :

Soutenez et diversifiez la visibilité de votre hôtel par le tourisme national et international, en développant votre milieu de distribution et en travaillant avec les OTA populaires chez le consommateur. Envisagez d'autres possibilités que les trois parties prenantes clés d'Amérique du Nord : Expedia, Travelocity et Orbitz.

*Par exemple :*

Wotif.com est la filière préférée des consommateurs en Australie et en Nouvelle Zélande. Booking.com est l'agence principale des réservations d'hôtels en Europe en se basant sur le nombre de nuits vendues, attirant plus de 30 millions de visiteurs uniques chaque mois par le biais de l'Internet, provenant à la fois du secteur des loisirs et du secteur commercial, à l'échelle mondiale.

### Les avantages de ChannelDirect sont nombreux :

De plus en plus d'hôtels repensent et développent l'aspect de leur distribution. Les hôtels peuvent maintenant cibler les clients par régions, d'après les sites avec lesquels ils ont des contrats. Les outils de gestion des filières de prestation de service Extranet font intégralement partie de l'exécution réussie de cette stratégie.

- Réduisez le temps passé à gérer les extranets grâce à l'efficacité d'une interface unique
- Chargez facilement l'inventaire dans des filières vous permettant de vendre l'excès d'inventaire
- Construisez et mettez à jour des groupes paritaires afin d'aménager facilement des décisions tarifaires dynamiques
- Accédez à un affichage de l'inventaire à jour, des prix et des restrictions dans de nombreux sites en temps réel
- Bâissez la confiance des clients grâce à la parité des tarifs
- Économies de main d'œuvre et réduction des possibilités d'erreur humaine

### Action :

Identifiez les segments des marchés nationaux et internationaux que vous n'avez peut-être pas considérés récemment, afin de remplacer les voyages de régions sérieusement affectées par les marchés aux monnaies instables ou par le ralentissement économique, et les zones émergentes et leur filière de réservations. Concluez des partenariats ou des contrats avec ces sites et utilisez également ChannelDirect pour économiser de la main d'œuvre et du temps afin d'assurer votre visibilité avec des partenaires multiples.

