

PASSEZ AU NIVEAU SUPÉRIEUR

8 RÈGLES POUR AUGMENTER VOS RÉSERVATIONS DE LOCATION SAISONNIÈRE

kigo 
a RealPage® company



DONNÉES DU SECTEUR

**LE MARCHÉ
INTERNATIONAL
DE LA LOCATION
SAISONNIÈRE
ATTEINDRA
169,7
MILLIARDS
DE DOLLARS
D'ICI 2019¹**

RÈGLES FONDAMENTALES DE LA LOCATION

L'économie actuelle facilite grandement la location d'un bien dans le but de gagner un revenu supplémentaire. Néanmoins, des stratégies axées sur les données et la technologie adéquate sont nécessaires pour développer une activité durablement rentable avec des retours qui augmentent d'une année à l'autre.

Kigo® a passé des années à faire des recherches et, en se basant sur les facteurs étudiés, à développer des solutions technologiques qui rendent performante toute activité de location saisonnière. Son logiciel de nouvelle génération vous aide à tout gérer, des réservations à la gestion de la marque, de manière efficace et économique. Il a été créé pour amplifier les efforts des propriétaires de biens en location saisonnière et conduire leur activité vers le succès.

Nous avons écrit à propos du « Mur de la location saisonnière », c'est-à-dire lorsque les agences cessent soudainement de croître à cause d'inefficacités d'adaptabilité, causant un impact négatif sur les bénéficiaires. Ce manuel d'introduction essentiel vise à aider les nouvelles sociétés entrant sur le marché à gravir ce mur **en suivant huit règles simples** :



Libérez votre marque :
ayez votre propre site Web



Comprenez vos
mots-clés principaux



Établissez des partenariats
avec des portails puissants



Investissez votre temps
dans les réseaux sociaux



Implantez un système de
gestion des revenus



Entretenez votre blog



Rendez votre site
Web adaptatif



Améliorez le temps de
réponse aux clients

ENVIRON
60%
DES TRÈS PETITES
ENTREPRISES
NE POSSÈDENT
PAS DE SITE
WEB²



LIBÉREZ VOTRE MARQUE : AYEZ VOTRE PROPRE SITE WEB

Quand vous traitez exclusivement avec des portails, vous restez à la merci d'un tiers, payant leurs commissions et adhérant à leurs critères de référencement. Disposer de votre propre site Web vous donne la liberté de marquer l'identité de votre marque à travers vos annonces et les informations relatives à vos biens.

Vous pouvez également ajouter du contenu attrayant, des photos ou des vidéos intéressantes pour présenter vos biens de la façon la plus efficace pour votre marché cible. Créez un diaporama en utilisant un flux constant de photos de haute résolution pour faire ressortir vos biens et donner à votre page d'accueil une apparence professionnelle.

UTILISER UN NOM DE DOMAINE PERSONNALISÉ

Votre branding commence ici. Avoir un nom de domaine simple et marquant constitue un avantage immense pour toute petite entreprise cherchant à s'établir. Le signe d'un bon site Web est la continuité. Tout est associé à votre marque dans son ensemble. Vos hôtes peuvent se souvenir de votre nom, de votre logo et revenir sur votre site. Un nom de domaine approprié est la base. Sans lui, vous rencontrerez des difficultés pour établir votre marque.

CAPACITÉS DE RÉSERVATION

Les fonctions de disponibilité et de recherche des biens sont aujourd'hui un élément standard d'un site de location saisonnière performant. Les hôtes s'attendent à obtenir rapidement les informations relatives à leur séjour. La durée d'attention de l'intérêt d'un client est si courte que le simple fait d'attendre un email contenant les informations sur la disponibilité suffit souvent à le faire abandonner votre site pour aller réserver ailleurs. Offrir des possibilités de recherche et de réservation faciles d'utilisation représente un bon moyen de conquérir les visiteurs de votre site Web.

En limitant votre marque à des portails de distribution, vous risquez de voir vos clients associer la qualité de votre bien et de leur séjour au site du portail avec lequel ils effectuent leur réservation, plutôt qu'à votre agence. Disposer de votre propre site Web donne aux prospects un point de référence fiable et leur permet de recommander votre activité.



DONNÉES DU SECTEUR

87% DES
VOYAGEURS
AISÉS CITENT
**TRIP
ADVISOR**
COMME UNE RESSOURCE
DE QUALITÉ POUR LES
DESTINATIONS ET
LES FOURNISSEURS
DE VOYAGE³



ÉTABLISSEZ DES PARTENARIATS AVEC DES PORTAILS PUISSANTS

Les portails de diffusion sont essentiels pour promouvoir vos biens et entretenir votre réputation en ligne. Cherchez ceux avec lesquels collaborer en considérant des facteurs tels que leur taille, popularité et expérience utilisateur. **Voici certains de nos portails préférés :**



FLIPKEY®

Généré par TripAdvisor®, [Flipkey](#) propose 300 000 chambres et maisons de vacances situées dans plus de 11 000 villes à travers le monde.



AIRBNB®

[Airbnb](#) est l'une des entreprises de location saisonnière se développant le plus vite et héberge aujourd'hui plus de 60 millions d'hôtes dans plus de 34 000 villes.



BOOKING.COM®

[Booking.com](#) propose un modèle rentable basé sur les commissions et aide les gestionnaires de biens en location saisonnière à optimiser leur chiffre d'affaires avec des services de gestion des comptes personnalisés.



HOMEAWAY®

Avec [HomeAway](#), les propriétaires de biens en location saisonnière du monde entier gagnent en visibilité auprès de plus de 44 millions d'hôtes tous les mois. La société offre des outils faciles à utiliser et des rendements impressionnants.

DONNÉES DU SECTEUR

LES VOYAGEURS
AMÉRICAINS
DÉPENSERONT

177
MILLARDS
DE DOLLARS
EN RÉSERVATIONS
DE VOYAGE
EN LIGNE
EN 2016⁴



IMPLANTEZ UN SYSTÈME DE GESTION DES REVENUS

Avec une concurrence accrue à travers le monde, tous les gestionnaires de biens et propriétaires d'agences de location saisonnière doivent pratiquer la gestion des revenus. Le téléphone qui se trouve dans votre poche est aujourd'hui plus puissant que les ordinateurs utilisés au départ pour la gestion des revenus des principaux hôtels et compagnies aériennes, même si le principe reste le même.

Commencez par calculer votre tarif moyen par nuitée, soit le revenu total divisé par le total des nuitées disponibles. Mesurez ensuite votre taux d'occupation. Évaluer ces deux éléments vous donnera une meilleure idée de la valeur de votre bien ; mais ce processus rudimentaire peut-il vous aider à repérer les opportunités pour ajuster la tarification en vue d'une rentabilité maximale ?

Un système de gestion des revenus spécifique au secteur peut le faire pour vous de manière précise et harmonieuse, supprimant l'inefficacité et les erreurs de calculs manuels. La gestion des revenus vous permet de réduire le nombre de nuitées non réservées, d'établir les paramètres afin de maximiser les bénéfices et de contrôler d'autres facteurs de performance pour l'optimisation globale des biens.

Obtenez plus d'informations sur Kigo Revenue Management en cliquant [ici](#) et [téléchargez notre eBook gratuit sur la gestion des revenus](#) (en anglais).



DONNÉES DU SECTEUR

**D'ICI À 2017
PLUS DE
30 %
DES RÉSERVATIONS
DE VOYAGE
EN LIGNE À TRAVERS
LE MONDE
SE FERONT DEPUIS
UN APPAREIL
MOBILE⁵**



RENDEZ VOTRE SITE WEB ADAPTATIF

Cette condition n'est pas négociable. Les appareils mobiles représentent aujourd'hui le moyen le plus populaire d'effectuer des recherches en ligne. On attend des sites Web qu'ils présentent le même affichage et la même fonctionnalité sur tous les appareils. La première impression que les prospects ont quand ils visitent votre site peut bâtir votre présence en ligne... ou la briser.

Social Media Today⁷ a indiqué que 57 % des utilisateurs ne recommanderont pas une société dont la conception du site mobile est médiocre. Si votre site n'est pas adaptatif, vous êtes peut-être déjà en train de perdre des réservations potentielles.



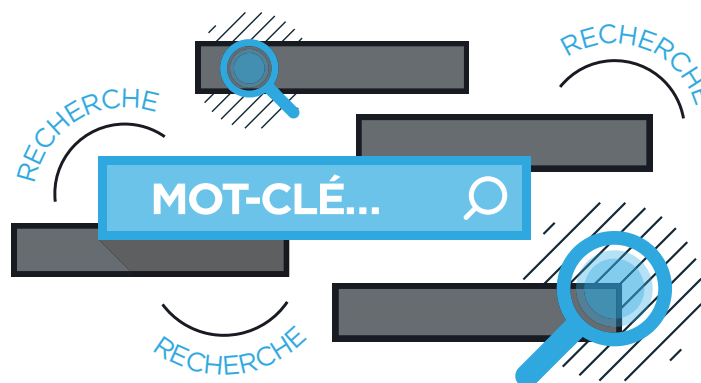
71%
**DES UTILISATEURS
DE MOBILES** ayant
consulté un site Web
non optimisé pour les
appareils mobiles sont
retournés aux résultats
de leur recherche⁶



COMPRENEZ VOS MOTS-CLÉS PRINCIPAUX

COMMENT RECHERCHER DES MOTS-CLÉS POUR LE CONTENU ?

Le fondement d'un site Web efficace et bien placé dans les résultats de recherche se construit selon les meilleures pratiques de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO). La base de ces pratiques repose sur vos mots-clés principaux. Alors, comment les trouvez-vous ? Mettez-vous dans la peau d'un client. Si vous recherchez un logement dans la zone où se trouve votre bien, qu'écririez-vous dans le moteur de recherche ?



Évaluez l'utilisation des groupes de mots et mots-clés de la part de vos concurrents. S'agit-il de grandes marques internationales ? Plus un site est pertinent et reconnaissable dans vos résultats de recherche, plus il sera difficile de classer les mots-clés constituant cette recherche. Si vous êtes une petite ou moyenne entreprise locale, ces types de résultats indiquent que les mots-clés que vous recherchez sont peut-être trop génériques pour votre activité. Visez des groupes de mots plus spécifiques, reliés au service exact que vous fournissez.

La quantité de publicités payantes qui apparaissent représente un autre indicateur-clé. S'il y a des annonces au-dessus et à côté des résultats de recherche organique, cela signifie que le mot-clé ou le groupe de mots en question a assez de concurrence pour que les gens paient pour le classer.



COMPRENEZ VOS MOT-CLÉS PRINCIPAUX

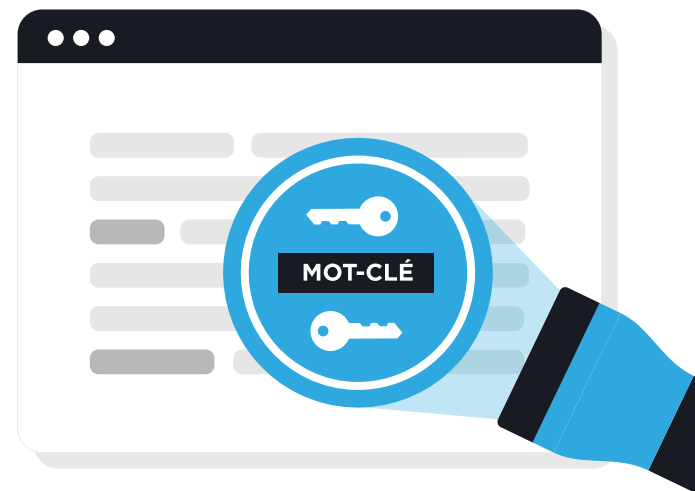
COMMENT CHOISIR VOS MOTS-CLÉS ?

Trouvez le point idéal entre popularité des recherches et concurrence. Dans notre recherche, le terme « location saisonnière » était très compétitif parmi les sites plus importants. Cependant, le fait d'ajouter un seul mot à ce groupe réduisait grandement le niveau de concurrence. La manière la plus simple de choisir un mot-clé à classer est de vous concentrer sur l'emplacement de vos biens. Les hôtes potentiels rechercheront ces termes, et vous éliminerez de nombreuses demandes générales pour le terme générique « location saisonnière ».

De légères variations dans vos mots-clés principaux généreront des résultats différents. Par exemple, « location saisonnière » et « bien en location saisonnière » peuvent donner des résultats totalement distincts. La solution, c'est de choisir les mots-clés faisant l'objet d'un nombre de recherches suffisant pour générer du trafic sur votre site, mais pas assez populaires pour vous éjecter de la première page des résultats de recherche ou apparaître lors de recherches génériques. Regardez le nombre de recherches pour les termes que vous associeriez à votre site et choisissez les options qui attireront vos hôtes idéaux sans vous coûter une fortune.

COMMENT MESURER LES MOTS-CLÉS ?

Outre le fait de mener vos propres recherches, plusieurs outils sont disponibles pour mesurer la popularité et l'efficacité de mots-clés. Des outils tels que Google® Keyword Planner vous fourniront des informations sur le nombre de recherches mensuelles, la concurrence relative ainsi que le coût estimé pour mener une campagne payante pour ces mots. Prendre le temps d'évaluer l'efficacité des mots-clés après avoir mis en œuvre votre stratégie vous aidera à actualiser votre contenu et à générer de meilleurs résultats de recherche.



DONNÉES DU SECTEUR

53 % DES VOYAGEURS AISÉS FONT PLUS CONFIANCE AUX SITES D'ÉVALUATION QU'ÀUX NOTES INSTITUTIONNELLES OU ORGANISATIONNELLES⁸



INVESTISSEZ VOTRE TEMPS DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'impact des réseaux sociaux sur la création d'une marque ne fait plus aucun doute. La principale question aujourd'hui est : comment le mesurer ? Le consensus semble être le suivant : plus vous vous investissez, plus vous en tirerez profit. Les réseaux sociaux représentent un outil précieux qui peut accroître vos efforts de marketing.

En collaborant avec des clients et des prospects sur leurs réseaux sociaux, vous pouvez construire des relations plus solides et développer votre activité. Utilisés correctement, les réseaux sociaux génèrent plus de demandes et de trafic sur le site Web de votre agence. Ils auront également une influence sur la SEO, permettant à votre site de mieux se classer dans les résultats de recherche.

Identifiez les réseaux sociaux sur lesquels votre audience est la plus active et déterminez où consacrer votre temps et vos ressources, puis développez une stratégie pour chaque réseau. Lorsque vous postez une publication, assurez-vous d'inclure des mots-clés en rapport avec votre activité. Cependant, votre préoccupation principale doit être la création d'un contenu visuellement attrayant de haute qualité.



Instagram® est un endroit idéal pour présenter vos biens. Si vous cherchez l'inspiration, consultez les comptes d'[Airbnb®](#) et de [Zillow®](#).

N'oubliez pas d'inclure dans votre site Web des liens vers tous vos réseaux sociaux. Cela donnera aux visiteurs d'autres moyens de vous contacter et augmentera votre portée.



ENTRETIENEZ VOTRE BLOG

Un blog aide votre site Web à se démarquer et lui ajoute une touche de personnalité. Il est également très efficace pour la SEO quand vous utilisez les termes ciblés recherchés par vos hôtes. Les blogs amènent les clients aux informations portant sur les endroits qu'ils veulent visiter et peuvent les diriger vers vos biens. Pour le marketing, les blogs peuvent constituer l'un des outils les plus efficaces pour attirer les visiteurs sur votre site.

LES ÉTAPES FONDAMENTALES POUR CRÉER ET ENTREtenir UN BLOG :



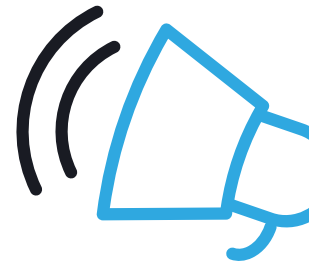
Créer du contenu actuel qui intéressera les clients



Écrire régulièrement, que ce soit une fois par jour, par semaine ou par mois. Il est primordial de maintenir cette routine.



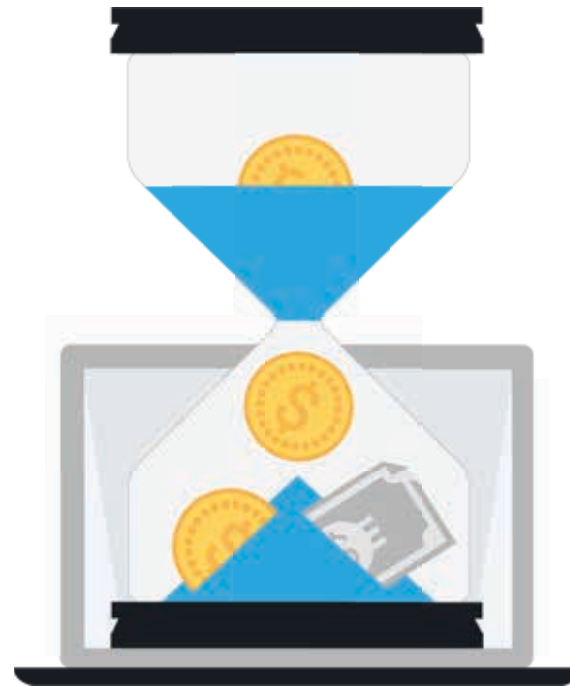
Inviter des blogueurs. Lisez d'autres blogs et invitez les blogueurs à contribuer, même d'anciens clients.





AMÉLIOREZ LE TEMPS DE RÉPONSE AUX CLIENTS

Ne les faites pas attendre... Jamais ! Harvard Business Review® a indiqué que lorsqu'un prospect obtient la réponse à ses questions dans l'heure suivant sa demande initiale, les entreprises ont sept fois plus de chances de le convertir en client. Le temps de réponse aux demandes représente un facteur important quand il s'agit de réserver un bien⁹. Kigo aide à garantir que les propriétaires et gestionnaires de biens répondent aux clients rapidement, en utilisant des modèles d'emails automatiques pouvant être personnalisés.



KIGO EST LÀ POUR VOUS AIDER

Cet eBook expose les éléments principaux d'un site Web professionnel pour une activité de location saisonnière. Si votre site actuel ne comporte pas ces caractéristiques, contactez-nous et nous en discuterons. Kigo dispose d'une gamme de sites Web répondant à une grande variété de besoins des agences et de niveaux d'expérience, avec des conceptions allant d'un widget de réservation en ligne à un site Web entièrement personnalisé. Nous nous engageons à faire en sorte que nos clients aient une longueur d'avance en ce qui concerne leur conception Web, leur développement et leur marketing digital.

SOURCES :

¹<https://marketresearchreportsbiz921.newswire.com/news/global-vacation-rental-market-will-reach-169-7-billion-during>

²<http://www.inc.com/tess-townsend/small-business-survey-godaddy-websites.html>

³<http://www.foxnews.com/travel/2015/06/25/otas-out-cruising-in-millennials-driving-travel-growth/>

⁴<http://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/09/08/why-mobile-marketing-and-online-travel-marketers-should-go-hand-in-hand/#353314e514fd>

⁵<http://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/09/08/why-mobile-marketing-and-online-travel-marketers-should-go-hand-in-hand/#353314e514fd>

⁶<http://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/09/08/why-mobile-marketing-and-online-travel-marketers-should-go-hand-in-hand/#353314e514fd>

⁷<http://www.socialmediatoday.com/marketing/8-mobile-marketing-stats-help-you-plan-2016>

⁸<http://www.foxnews.com/travel/2015/06/25/otas-out-cruising-in-millennials-driving-travel-growth/>

⁹<https://hbr.org/2011/03/the-short-life-of-online-sales-leads>

Kigo est une marque de commerce déposée de RealPage, Inc. Cette présentation peut également contenir d'autres marques de commerce et de service de RealPage, Inc. ou d'autres sociétés. Nous n'avons pas l'intention que notre utilisation ou affichage des marques de commerce ou de service d'autres sociétés impliquent une relation, une approbation ou un parrainage entre nous et ces autres sociétés.

Ce matériel est fourni à titre informatif seulement. Il ne s'agit pas de conseils juridiques ou comptables et ne doit pas remplacer de tels conseils.

©2017 RealPage, Inc. Tous droits réservés. Kigo et RealPage sont des marques de commerce ou marques de commerce déposées de RealPage, Inc. ou de ses sociétés liées.