

Booking-valais.ch

- Serait-il possible de savoir comment votre site fonctionne-t-il?
Ce n'est pas un site mais un outil mis gratuitement à disposition de nos membres et qui comprend 2 volets : 1 booking engine interfaçable avec les PMS et 2 un channel manager qui distribue sur toutes les plateformes courante des OTA (booking.com, expédia, hotels.com, HRS, etc) ainsi que sur les DMO (Tomas, Descline, Tiscover, etc.)
- Est-ce que les hôteliers doivent payer quelque chose pour être référencés sur votre site?
Ces outils sont mis gratuitement à leur disposition ainsi que la formation sur les outils fournie par ritzy* (aussi gratuit)
- Si oui, pouvez-vous me dire combien doivent-ils payés (par mois ou année) ou combien ont-ils dû payer?
Ils ne payent pas de commission car nous avons négocié un tarif annuel forfaitaire pris en charge par notre association.
Nos outils sont aussi distribués aux non membres. Ces derniers versent des frais de licence annuelle un peu plus chère que la cotisation.
- Si non, comment cela fonctionne-t-il pour qu'ils soient sur votre site?
Un cours de base ½ jour suffit pour utiliser le programme seekda. Ensuite, une formation de 2x 2 heures, sur place, peut être dispensée dans le cadre de ritzy*
- Pourriez-vous me dire, combien cela vous a-t-il coûté de créer une plate-forme en ligne? (coûts de création et de maintenance)
Nous avons acheté une licence white label forfaitaire pour tous les hôtels du canton. Pour les appartements, nous versons un montant de CHF 8.- par objet mis en ligne. Comme nous assurons le premier niveau d'assistance les frais sont d'environ CHF 75'000.- par année.
- Qui est le gestionnaire de votre plate-forme (les hôtels ou une personne en particulier)? Où est-elle hébergée?
Le programme est géré par seekda.at mais les données sont notre propriété exclusive. La maintenance a été sous-traitée à Hotelpac
- Avez-vous fait une campagne "Adwords"?
Nous ne faisons pas de publicité ni de promotion ; ce n'est pas notre mission. Nous mettons ces outils à disposition de nos membres qui décident de les utiliser ou pas. La plupart distribuent aussi sur booking.com pour avoir de la visibilité mais les apports sur leur propre site sont aussi importants (Billboard Effect). Certains d'entre eux ont fait des campagnes Adwords car notre solution est intégrée dans Google et Facebook.
- Quelle est votre USP (Unique Selling Proposal) et votre avantage concurrentiel ?
Notre solution intègre des services supplémentaires que l'hôtel veut vendre (pension, spa, excursions, etc.) et des forfaits réservables en ligne, ce que n'offrent pas les autres plateformes. Les forfaits sont, soit organisés par l'hôtelier, soit par d'autres organismes puis vendus par plusieurs hôteliers ou destinations.