

# Solutions de référencement pour l'hôtellerie

PRÉSENTATION DES SERVICES DE RÉFÉRENCEMENT



# Le référencement d'un site internet se divise en deux activités principales

## Le référencement "naturel"

Représente l'ensemble des actions qui ont pour but de positionner les pages de votre site internet le plus haut possible dans résultats "**naturels**" (non sponsorisés) des moteurs de recherche.



## Le référencement sponsorisé

Ou Google Ads, Insragram ads Facebook ads... Il représente la mise en place de campagnes ciblées visant à afficher des liens payés au clic vers les pages de votre site lors d'une recherche avec des mots clés ou dans un contexte spécifique.

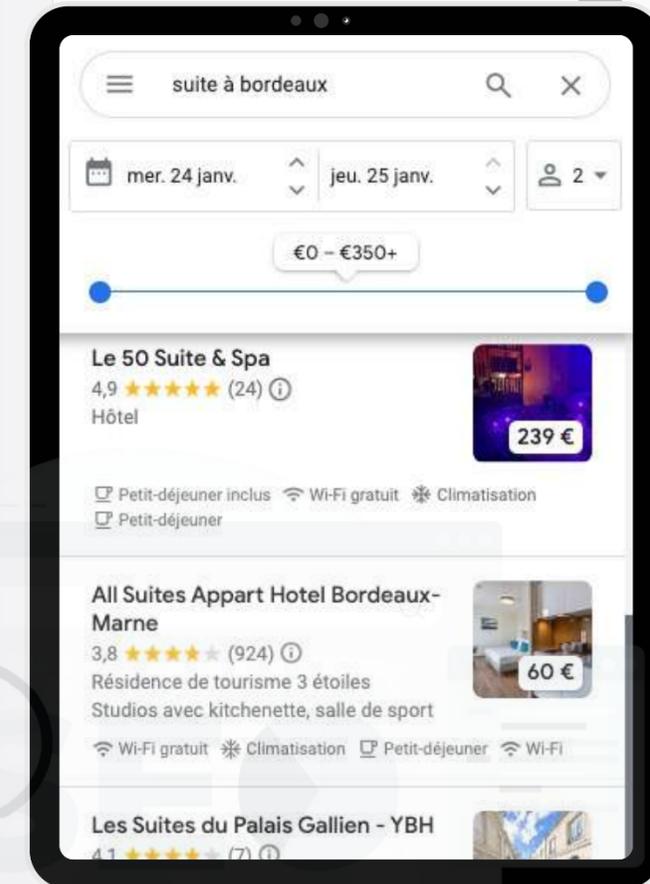


# Le référencement naturel



Bien que les effets mettent généralement plusieurs mois à se faire ressentir, c'est aussi la méthode de référencement la plus bénéfique à long terme, car elle générera des clics **gratuits**.

L'affichage du site peut se présenter sous **plusieurs formes**, en fonction du format (téléphone/tablette...) Et de l'outil utilisé (Recherche Google, Google Maps...)



# Le référencement **naturel** se distingue en deux catégories:

1

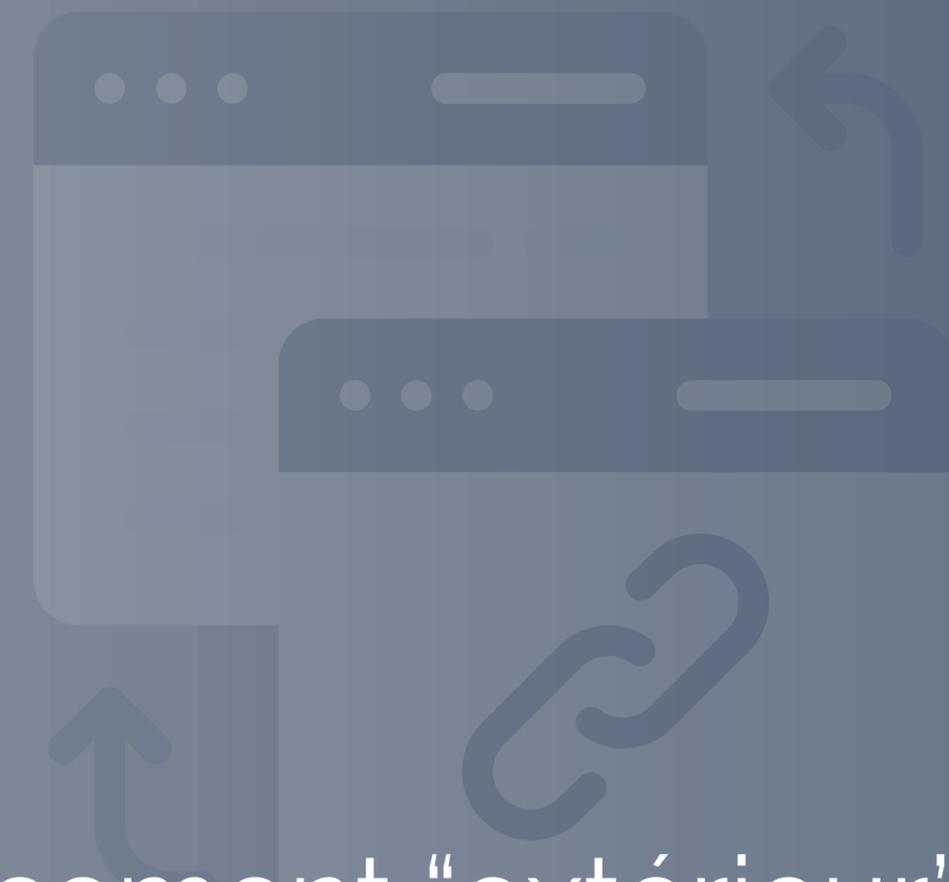
## Le référencement "sur site"

c'est le niveau **d'optimisation** de votre site internet.

2

## Le référencement "extérieur"

c'est votre niveau de **notoriété** sur la toile.



Item 1

Item 2

Item 3

Item 4

50

40

30

10

# Le référencement **naturel**

## Le référencement "sur site"

Le niveau d'optimisation de votre site est défini par de nombreux paramètres, notamment:



- ⚡ Le temps de chargement des **pages**
- 📷 La qualité et le bon dimensionnement des **images**
- 📁 La qualité de construction des **rubriques**
- </> La qualité du **code** ...

Ce volet du référencement naturel est inclus systématiquement avec nos offres web: si nous avons fait votre site, **vous en bénéficiez déjà!**

# Le référencement **naturel**

## Le référencement "extérieur"

Votre notoriété sur la toile est mesurée par l'ensemble des **liens** qui pointent vers votre site. Ils agissent comme de véritables **votes** en votre faveur. Mais l'importance donnée à un lien varie en fonction de nombreux paramètres, notamment:

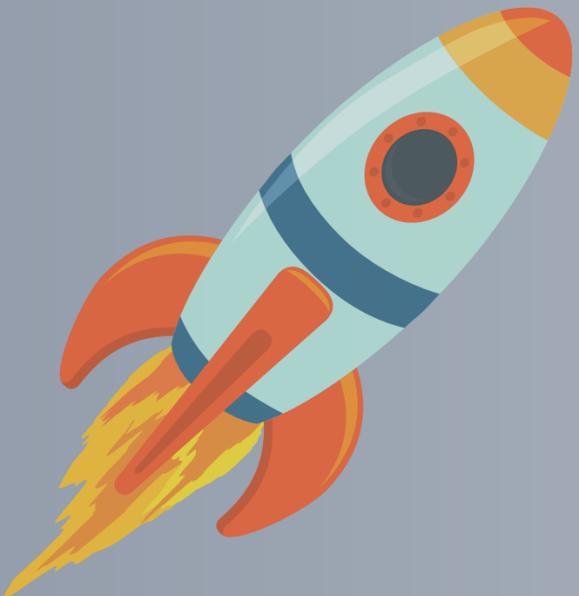
= La pertinence du site référent avec la **destination**

★ La notoriété du **site référent**

ABC Le mot clé utilisé pour **le lien** (l'ancre)

📍 Le champ lexical du **texte référent**

Notre mission est ainsi d'augmenter le **nombre** et la **qualité** de ces liens, grâce à notre réseau de sites partenaires spécialisés en hôtellerie que nous avons développé au fil du temps.



# Le référencement **sponsorisé**



Les campagnes sponsorisées ont un effet quasi **immédiat** et **hautement mesurable**: elles permettent d'afficher un lien vers une page de votre site internet au meilleur endroit sur les moteurs de recherche. C'est **vous qui choisissez** le budget mensuel à y consacrer.

## + Les avantages

- Placement **idéal et très rapide** sur les moteurs de recherche, sur les mots clés choisis
- Hautement **mesurable et ciblé**
- Vous pouvez **l'arrêter à tout moment**
- Retours **immédiats**

La campagne **sponsorisée** doit être strictement **cadrée** par des contraintes d'enchère pertinentes: c'est là une partie cruciale de notre travail !



Elles se distinguent par l'ajout du mot **"sponsorisé"** sur la partie supérieure



# Le référencement sponsorisé

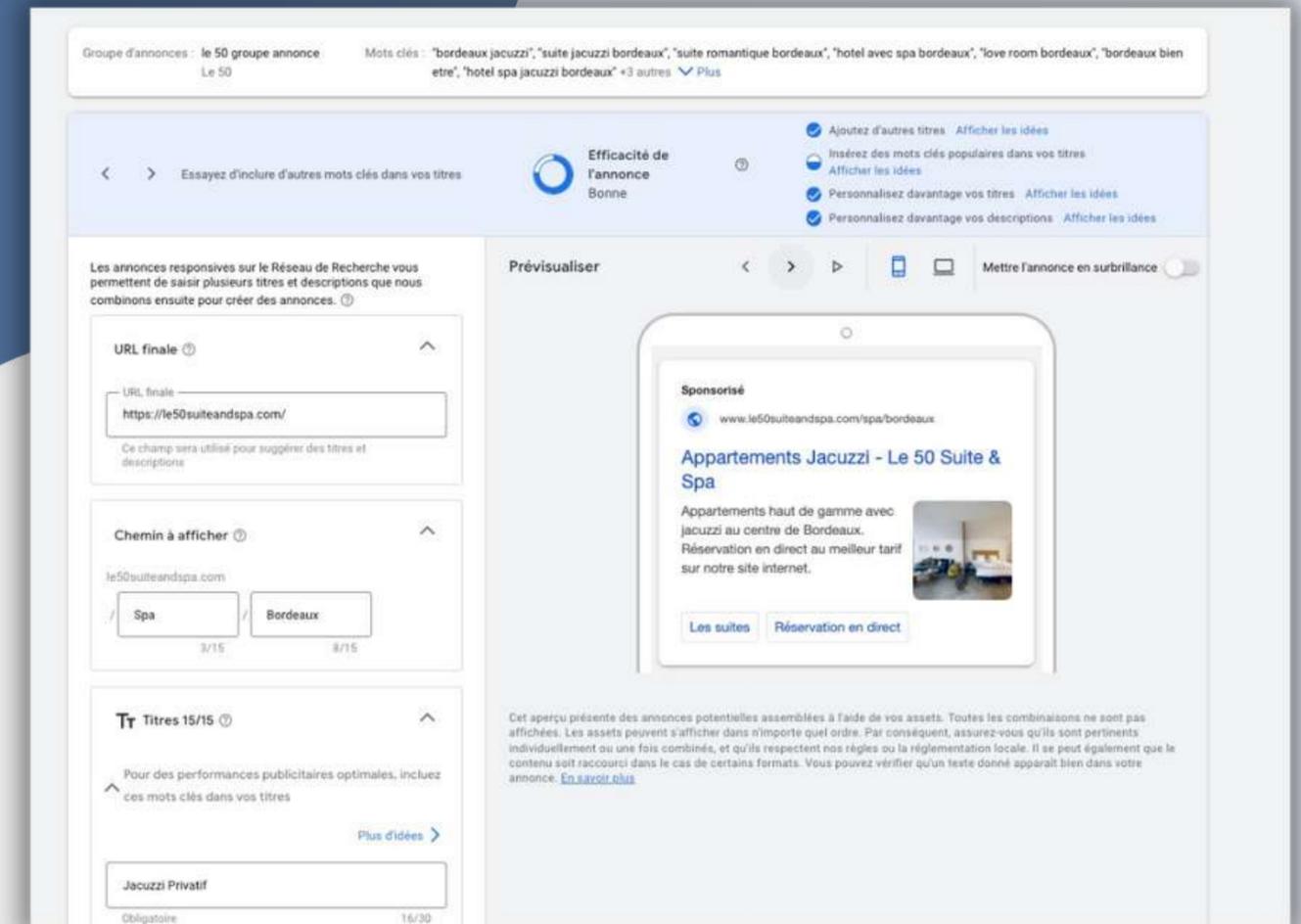
## Comment ça fonctionne?

 L'annonceur définit ses budgets d'enchères et ses mots clés.

 L'utilisateur effectue une recherche.

 Les possibilités de diffusion sont évaluées pour chaque annonceur en fonction de son enchère, des mots clés choisis, de la qualité de son site, de son budget.

 Pour les annonceurs sélectionnés, un classement est établi sur toute la page. Certaines annonces peuvent être diffusées plusieurs fois à différents endroits.



The screenshot displays the Google Ads interface for a campaign. At the top, it shows the campaign name 'le 50 groupe annonce' and a list of keywords including 'bordeaux jacuzzi', 'suite jacuzzi bordeaux', and 'suite romantique bordeaux'. Below this, there are several sections for configuring the ad: 'URL finale' with the value 'https://le50suiteandspa.com/', 'Chemin à afficher' with 'Spa' and 'Bordeaux', and 'Titres' with the text 'Jacuzzi Privatif'. On the right side, there is a 'Prévisualiser' (Preview) section showing a mobile device view of the ad. The ad features the text 'Appartements Jacuzzi - Le 50 Suite & Spa' and 'Appartements haut de gamme avec jacuzzi au centre de Bordeaux. Réservation en direct au meilleur tarif sur notre site internet.' with buttons for 'Les suites' and 'Réservation en direct'. A disclaimer at the bottom of the preview states: 'Cet aperçu présente des annonces potentielles assemblées à l'aide de vos assets. Toutes les combinaisons ne sont pas affichées. Les assets peuvent s'afficher dans n'importe quel ordre. Par conséquent, assurez-vous qu'ils sont pertinents individuellement ou une fois combinés, et qu'ils respectent nos règles ou la réglementation locale. Il se peut également que le contenu soit raccourci dans le cas de certains formats. Vous pouvez vérifier qu'un texte donné apparaît bien dans votre annonce. En savoir plus.'

# Le référencement **sponsorisé**

 Quel processus de mise en place ?



**1** L'agence analyse les **opportunités de mots clés** déclencheurs, le coût des enchères et envisage un budget de campagne avec vous.

**2** Nous **créons votre compte Google Ads**, des annonces et textes d'accroche, définissons le cadre et les mots clés.

**3** Nous mettons en place un **monitoring de performances** avec des balises de conversion, et planifions un reporting régulier avec vous.



# Etude de cas

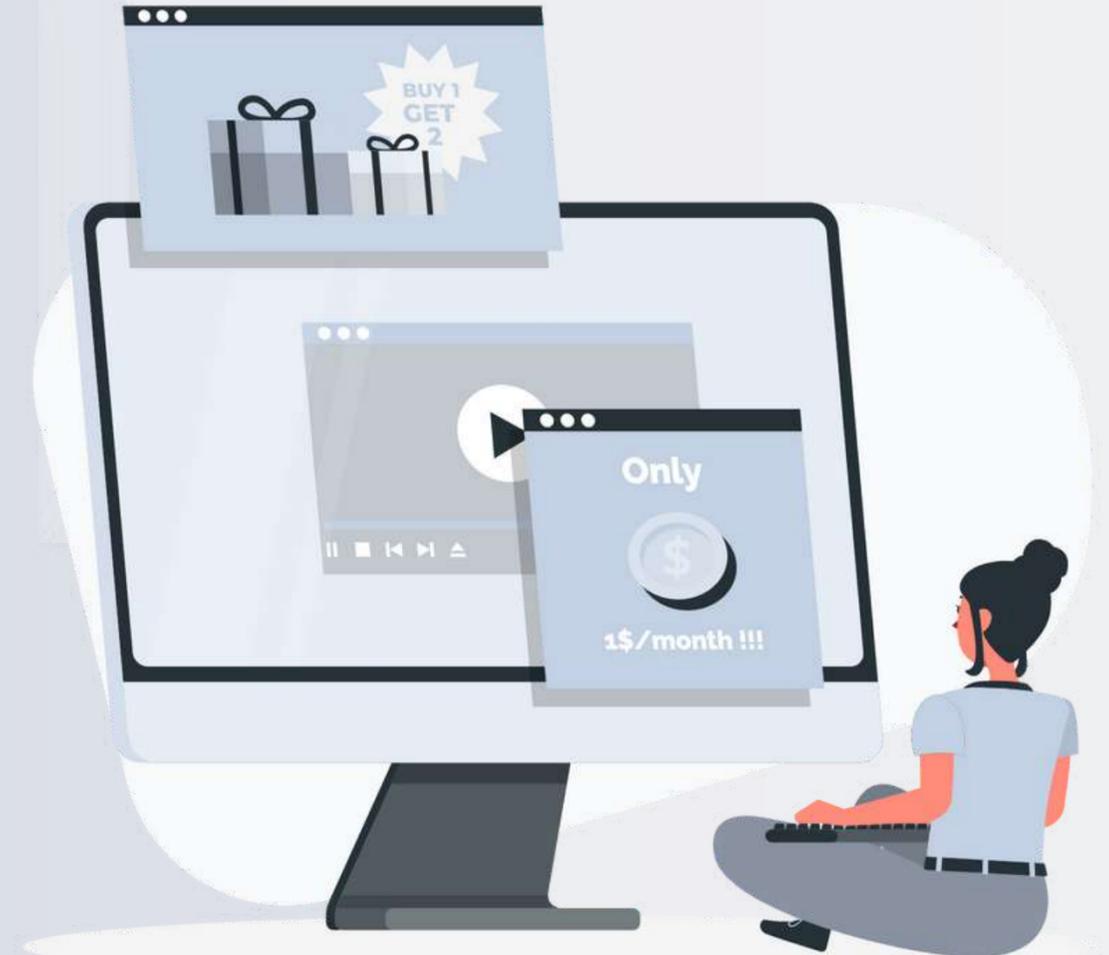
## Le 50 Suite & Spa

### **Contexte**

Positionné sur le secteur de la location courte durée "bien-être", le client loue des appartements avec SPA à Bordeaux. L'agence a été missionnée pour la **création du site internet** et mise en place d'une **campagne Google Ads**.

### **Objectifs**

- **Accroître la visibilité** et le positionnement d'un site récent.
- **Rentabiliser rapidement** un investissement conséquent.
- **Réduire la part des réservations Airbnb** en raison des fortes commissions prélevées.
- **Fidéliser** une clientèle "en direct".
- Travailler avec un budget restreint sur les premiers mois afin de **tester** le canal de conversion offert par Google Ads.



# Etude de cas

## Le 50 Suite & Spa

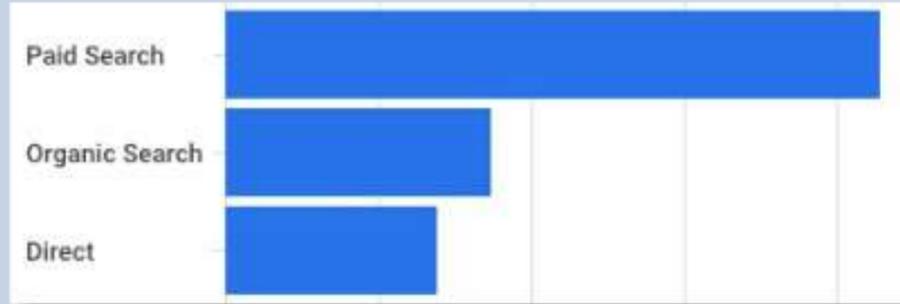


### Stratégie Google Ads

- Compte tenu du budget de départ restreint et de la concurrence importante sur le secteur, la campagne a été axée sur un objectif de conversion rapide, **au plus près du client final**.
- Celle-ci a donc été limitée à la **recherche Google** uniquement, sur une dizaine de mots-clés en correspondance exacte ou très similaire.
- Les données Analytics pré-campagne indiquant **un fort trafic depuis les mobiles**, la majeure partie du budget a été attribuée à ces appareils.
- Les produits à commercialiser étant strictement localisés géographiquement, la campagne a été restreinte aux voyageurs **situés dans la zone d'intérêt, ou ayant un intérêt direct** et marqué pour celle-ci.
- Un reporting d'optimisation régulier a été planifié afin d'éliminer les mots-clés et annonces les moins performants.



# Résultats après 6 mois



## Trafic qualifié

- Augmentation de **246%** du trafic qualifié vers le site internet.
- Une part importante **d'accès direct** au site, sans intermédiaire, traduisant une fidélisation réussie.



## Appareils & répartition

- Part très importante de **conversions sur mobiles**, fidèle aux prévisions. Les impressions et conversions sont en phase avec les dépenses pour ces appareils.

	Coût	Clics	Coût/conv.
● [blurred]	€	974	5,03 €
● [blurred]	€	1035	6,58 €
● [blurred]	€	600	3,83 €
● [blurred]	€	502	5,34 €
● [blurred]	€	651	6,76 €

## Un coût par conversion nettement avantageux

- Avec un coût d'acquisition entre 3,83€ et 6,76€ pour un panier moyen autour de 250€, ce client se démarque très efficacement sur ce marché de niche grâce à des mots clés très restrictifs et des annonces locales, permettant de contrer de front les grandes plateformes de reservation et de réduire le cout de conversion par nouveau client.

## Coût de conversion Airbnb



Pour une réservation moyenne de 250€, l'hôte aurait dépensé en moyenne 37,5€, soit environ **15% de coût de conversion**.



Le client n'a pas connaissance du site "officiel", il ne **reviendra pas** en direct mais via Airbnb.



L'hôte est **dépendant** du bon vouloir de la plateforme en toutes circonstances, en cas de différent avec le voyageur.



L'hôte participe à la mise en avant d'une plateforme commissionnée et entretient sans le vouloir la **confusion** chez le client, qui a parfois l'impression de réserver en direct alors qu'il est sur une plateforme commissionnée.



Pour une réservation moyenne de 250€, l'hôte dépense en moyenne 5,11€ **soit environ 2,1% de coût de conversion** via Google Ads.



Le client est passé par le site officiel et **reviendra sûrement en direct**, probablement sans même passer par Google Ads, réduisant ainsi davantage le coût de conversion.



L'hôte instaure les **conditions** qu'il souhaite, choisit ses modalités.



L'hôte met en avant de **son propre site**, assoit son image de marque et laissera une impression personnalisée dans l'esprit du client.

## Profitez d'un audit personnalisé

Prenez contact aujourd'hui pour bénéficier d'un audit gratuit et personnalisé selon votre situation.

**Prendre rendez-vous**

Nous avons eu une très bonne expérience avec l'agence, le site correspond parfaitement à nos attentes.

Ca a été efficace, le site est conforme et fonctionnel

*Felipe - La Croix Blanche De Sologne*

Je suis très satisfait. Non seulement la qualité et le design sont au rendez-vous mais l'accompagnement est au top... de l'idée de départ à la mise en ligne j'ai toujours été conseillé, écouté... Beaucoup d'efficacité et de réactivité

*D.Lanzilotti - Hostel Cap Découverte*

Retrouvez davantage d'avis sur notre **profil Google**

