

PLAN D' ACTIONS 6 ÉTAPES

HÔTELIERS : AUGMENTEZ VOS
RÉSERVATIONS EN DIRECT & FIDÉLISEZ
VOTRE CLIENTÈLE

- SANS DÉPENDRE DES PLATEFORMES
EN LIGNE NI COMPÉTENCE
MARKETING EN INTERNE
- GRÂCE À UNE STRATÉGIE
MARKETING ACTIONNABLE

Justine Bomard



Mais avant de vous dévoiler ce plan, laissez-moi vous dire pourquoi vous pouvez me faire confiance sur ce sujet.



Issue d'études en tourisme, j'ai construit mon expertise au cœur du secteur pendant plus de 10 ans, en pilotant la communication digitale de musées, offices de tourisme et acteurs touristiques exigeants.

Très tôt, j'ai été confrontée à un enjeu central : **comment valoriser une destination ou un établissement pour attirer une clientèle qualifiée, sensible à l'expérience et à la qualité.**

Aujourd'hui, j'accompagne exclusivement les hôtels et professionnels du tourisme dans le développement de leur visibilité digitale, avec un objectif clair :
👉 attirer et fidéliser une clientèle premium et augmenter les réservations en direct.

J'ai déjà accompagné plus de 100 clients dans le secteur touristique, en combinant stratégie, création de contenu et optimisation des leviers digitaux pour générer des résultats concrets et mesurables.

Mon approche repose sur un équilibre précis :

stratégie marketing + compréhension fine des attentes clients + valorisation de l'expérience haut de gamme.



Mon expertise auprès des hôtels premium

J'aide les établissements à :

- se positionner comme une référence sur leur marché
- attirer une clientèle qualitative (et non simplement plus de trafic)
- renforcer leur image de marque haut de gamme
- développer les réservations en direct et réduire la dépendance aux plateformes

Mon objectif n'est pas de "faire de la visibilité", mais de transformer cette visibilité en chiffre d'affaires.



5 choses à savoir sur moi

Depuis 2025, j'enseigne le marketing aux étudiants de l'école hôtelière VATEL.

On me décrit souvent comme particulièrement rapide et efficace dans l'exécution et la prise de décision.

On me sollicite souvent pour donner des indications dans des lieux inconnus... alors que je ne suis même pas du coin.

Mon entrée dans le tourisme n'était pas écrite. Après le bac, j'ai exploré plusieurs voies jusqu'au déclic : une évidence immédiate.

La loyauté, le respect et l'exigence sont des valeurs fondatrices dans mes relations professionnelles.

Maintenant, je vais vous partager les 6 étapes pour augmenter vos réservations.

En tant qu'hôteliers bien souvent, vous avez une réelle expertise métier, vous accompagnez depuis des années vos clients dans une expérience premium.

Seulement vous ressentez une **frustration**, car une part très importante du chiffre d'affaires repart en commissions sur des plateformes comme Booking.

Booking prélève en moyenne 15 à 25% de commission par réservation, ce qui impacte votre rentabilité.

Et la concurrence est accrue, vous constatez qu'elle réussit sur Instagram et Tiktok. Vous avez conscience que vous devez être présent, mais vous vous sentez dépassé.

Vous manquez de temps pour déléguer et votre équipe en interne n'a pas l'expertise marketing pour vous démarquer et augmenter vos réservations en direct.

Les clients comparent, mais ne réservent pas dans votre établissement.

Aujourd'hui vous souhaitez sans doute :

- Atteindre un taux d'occupation élevé sans dépendre des plateformes
- Transformer votre hôtel en marque forte
- Avoir une communication qui reflète l'immersion, l'expérience client
- Fidéliser les clients : Fidéliser un client coûte 25x moins cher que d'en acquérir un nouveau
- Se démarquer des concurrents

Pour vous accompagner dans le dépassement de ces problématiques avec des solutions concrètes et applicables dès maintenant, je vous partage mon plan d'actions pour hôtels premium en 6 étapes.

1. Analyser le parcours client : où perdez-vous vos clients aujourd'hui ?
2. Définition des canaux de communication
3. *Pourquoi vos abonnés Instagram ne réservent pas ? (et comment changer ça)*
4. Traiter les avis clients pour optimiser son e-réputation
5. Fidélisation : *la raison pour laquelle vos clients ne reviennent pas*
6. Bonus : attirer + de clients avec l'influence

1 Analyser le parcours client : où perdez-vous vos clients aujourd'hui ?

La plus grande erreur que je vois chez les hôteliers c'est de miser que sur les plateformes en ligne. **C'est un problème car ils sont dépendant et perdent 20% de chiffre d'affaires.**

De plus, ils n'optimisent pas leurs canaux en direct : site internet, réseaux sociaux, newsletter, téléphone...

Et parfois même ils ne prennent pas le temps d'analyser d'où vient leurs clients.



Résultat : des clients qui comparent et ne réserve pas.



Je suis persuadée que si vous êtes là, c'est que vous souhaitez augmenter votre taux d'occupation.

Donc la première clé est d'analyser par quel biais viennent vos clients.

- Site internet
- Réseaux sociaux
- Plateforme en ligne
- Newsletter
- Téléphone
- Autre :

Grâce à cette donnée, vous pourrez maîtriser votre rentabilité et votre stratégie de distribution et ainsi prendre les bonnes décisions sur les canaux de communication à développer.



2

Définition des canaux de communication

La deuxième erreur que je vois le plus, c'est de ne pas avoir de stratégie de communication réfléchis selon votre cible de clientèle, et de vouloir être partout sans être visible.

Par exemple,

Si vous communiquez un peu de partout, sans visibilité auprès d'une clientèle qui utilisent principalement Instagram : vous n'allez pas réussir à la toucher :

- Un client (x) sera présent sur Facebook et par mail
- Tandis qu'un client (y) sera présent sur Instagram et Tiktok

Donc il faut soigneusement choisir ses canaux de communication.

Donc la deuxième clé est de choisir vos canaux de communication selon votre cible :

- LinkedIn (exemple : cible sénior)
- Facebook
- Instagram
- Tiktok (exemple : cible jeune)
- Site web
- Google My Business
- Mail
- Chatgpt / IA



Donc plutôt que de multiplier les canaux, choisissez-en 2 canaux où votre cible est présente, et investissez-vous réellement pour les transformer en levier d'acquisition.

3 Pourquoi vos abonnés Instagram ne réservent pas ? (et comment changer ça)

La troisième erreur : c'est d'être présent sur Instagram, de publier régulièrement... mais de ne pas transformer cette visibilité en réservations.

Beaucoup d'hôtels premium consacrent du temps à créer de belles publications, à partager leurs chambres ou leurs équipements. Pourtant, les réservations ne suivent pas.

La raison est souvent simple : vos contenus inspirent, mais ils ne déclenchent pas l'acte de réservation.

✗ Ce que font la plupart des hôtels

- Photos de chambres génériques
- Aucun appel à l'action clair
- Captions sans intention commerciale
- Stories sans lien de réservation
- Contenu identique aux concurrents

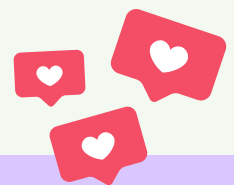
Résultat : les abonnés apprécient vos publications, mais ne franchissent jamais l'étape suivante.

✓ À l'inverse, les hôtels qui réussissent à générer des réservations grâce à Instagram appliquent une stratégie différente :

- Ils vendent une expérience, pas une chambre
- Chaque post a un objectif précis
- Le lien bio est optimisé en permanence
- Stories → swipe-up ou sticker lien
- Une voix éditoriale distinctive

Les 4 erreurs qui bloquent la conversion :

- Vous inspirez sans diriger vers un appel à l'action
- Votre bio est trop générique et ne travaille pas pour vous
- Vos contenus ne ciblent pas un profil client précis
- Vous publiez, mais vous ne créez pas de désir d'urgence



Voici la troisième clé pour commencer à mettre en place votre stratégie sur Instagram :

- **Auditez votre bio** : remplacez le lien générique par un lien Linktree ou une landing page avec vos offres du moment.
- **Rédigez 3 captions "conversion"** : une pour une offre promotionnelle, une pour une expérience exclusive, une pour un témoignage client avec appel à l'action.
- **Programmez une série de Stories sur 5 jours** : teasing d'une offre → preuve sociale (avis) → CTA direct avec lien de réservation.

Plutôt que de chercher à obtenir toujours plus d'abonnés, concentrez-vous sur un objectif plus rentable : transformer votre audience actuelle en clients.

4

Traiter les avis clients pour optimiser son e-réputation.

La quatrième erreur que je constate le plus souvent, c'est de considérer les avis clients comme un simple détail, alors qu'ils influencent directement la décision de réservation.

Aujourd'hui, avant de réserver un hôtel premium, la majorité des voyageurs consultent les avis en ligne. Ils veulent être rassurés sur la qualité du service, le confort des chambres, l'expérience vécue et l'attention portée aux clients.

Par exemple, si un voyageur hésite entre deux établissements similaires :

- L'un possède de nombreux avis récents, avec des réponses personnalisées de la direction.
- L'autre affiche peu d'avis ou laisse les commentaires sans réponse.

Le choix est souvent vite fait.

Les avis clients sont devenus une véritable vitrine de votre établissement.

Un client satisfait qui partage son expérience peut convaincre plusieurs futurs voyageurs.

À l'inverse, un avis négatif laissé sans réponse peut faire naître des doutes chez de nombreux prospects.

C'est pourquoi il est essentiel de gérer activement votre e-réputation :

- Répondre aux avis positifs pour remercier vos clients.
- Répondre aux avis négatifs avec professionnalisme et empathie.
- Encourager vos clients satisfaits à partager leur expérience.
- Surveiller régulièrement les plateformes où votre établissement est présent.
- Utiliser les retours clients pour améliorer continuellement votre offre.

Surveiller vos plateformes comme Google My Business, Booking, Trip Advisor, Expedia, Facebook ou encore les avis laissés sur votre site web

Plutôt que de subir votre réputation en ligne, prenez-en le contrôle. Chaque avis est une opportunité de renforcer la confiance, de valoriser votre savoir-faire et d'inciter de futurs voyageurs à réserver chez vous plutôt qu'ailleurs.

5 Fidélisation : la raison pour laquelle vos clients ne reviennent pas

Dernière erreur : c'est de penser que le travail est terminé une fois le client reparti, alors que la fidélisation commence justement après son séjour.

Aujourd'hui, attirer de nouveaux clients coûte jusqu'à 25 fois plus cher. Pourtant, de nombreux hôtels premium consacrent toute leur énergie à l'acquisition et très peu à la fidélisation.

Par exemple, après un séjour réussi :

- Un client ne reçoit aucun message personnalisé.
- Aucun suivi n'est réalisé dans les semaines ou les mois qui suivent.
- Aucune offre exclusive ne lui donne envie de revenir.

Résultat : lorsqu'il prépare son prochain séjour, il réserve dans un autre établissement.

Vos anciens clients représentent pourtant l'une de vos meilleures opportunités de croissance.

À l'inverse, un client oublié après son séjour risque de ne jamais réserver à nouveau, même s'il a apprécié son expérience.

C'est pourquoi il est essentiel de mettre en place une véritable stratégie de fidélisation :

- Remercier vos clients après leur séjour.
- Maintenir un lien régulier grâce à l'emailing.
- Proposer des avantages exclusifs aux clients fidèles.
- Personnaliser vos communications selon leurs préférences.
- Créer des occasions de revenir tout au long de l'année.



Arrêtez de consacrer tout votre budget à attirer de nouveaux voyageurs, investissez également dans la relation avec ceux qui vous connaissent déjà. Chaque client qui revient est une preuve de confiance, une source de chiffre d'affaires récurrente et souvent le meilleur ambassadeur de votre établissement.



6

Bonus : attirer + de clients avec l'influence

De nombreux hôtels premium pensent encore que l'influence consiste simplement à inviter un créateur de contenu en échange de quelques photos sur Instagram. Pourtant, lorsqu'elle est **bien utilisée, l'influence peut devenir un véritable levier d'acquisition et de notoriété** pour votre établissement.

Aujourd'hui, les voyageurs accordent souvent davantage de confiance à l'expérience racontée par une personne qu'ils suivent qu'à une publicité traditionnelle.

Avant de réserver, ils cherchent à se projeter dans l'expérience qu'ils vont vivre. Par exemple, imaginez deux hôtels qui proposent des prestations similaires :

- Le premier publie uniquement ses propres contenus promotionnels.
- Le second accueille régulièrement des créateurs de contenu qui partagent leur expérience de manière authentique auprès de leur communauté.

Lequel suscitera le plus d'envie et de confiance ?

L'influence permet de montrer votre établissement à travers le regard d'un voyageur, ce qui rend l'expérience plus concrète et plus crédible.

Un contenu authentique publié par un créateur peut générer de la visibilité pendant plusieurs mois, voire plusieurs années.

À condition de choisir les bons partenaires !

L'influence est un véritable accélérateur de visibilité et de réservation, en voici les bénéfices les plus importants :

- Gagner en notoriété auprès d'une clientèle qualifiée.
- Renforcer la confiance grâce à la preuve sociale.
- Générer du contenu professionnel et authentique.
- Toucher de nouvelles audiences.
- Favoriser les réservations directes.

Au lieu de considérer l'influence comme une simple opération de visibilité, voyez-la comme un investissement marketing capable d'attirer les voyageurs les plus susceptibles de réserver chez vous.



Votre hôtel mérite d'être choisi pour son expérience, son atmosphère et la qualité de son accueil. Pourtant, aujourd'hui, vous faites face à la même réalité :

- des chambres encore disponibles en basse saison
- des clients qui regardent... mais ne réservent pas
- une forte dépendance aux OTA et à leurs commissions
- un manque de temps pour gérer une communication régulière
- une image digitale qui ne reflète pas l'expérience réelle de l'hôtel

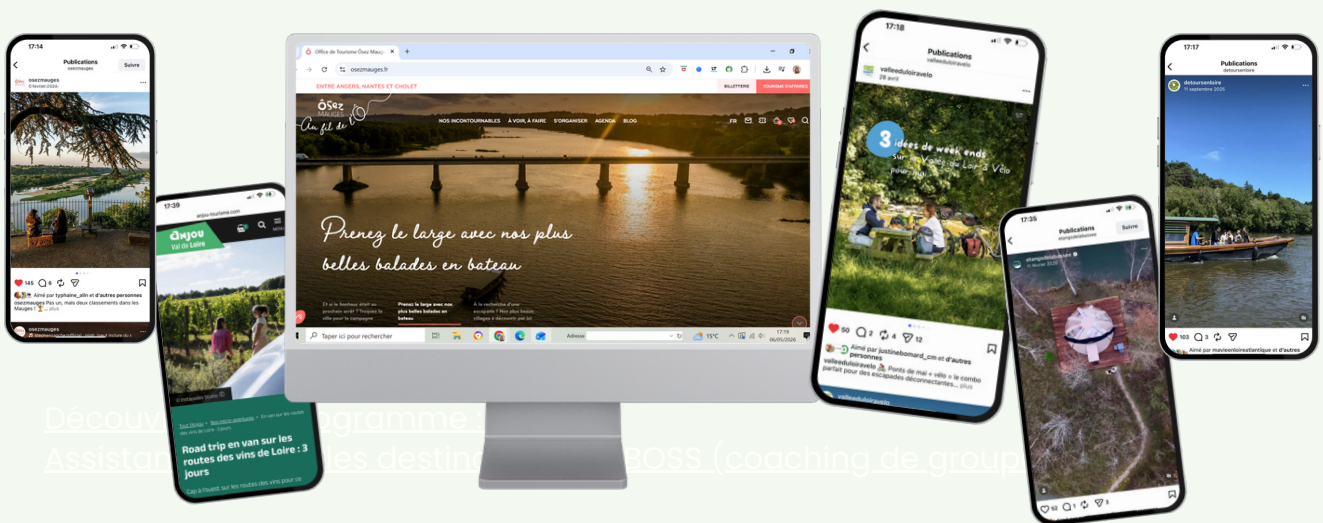
Je vous propose mon expertise avec l'offre "La Signature Marketing Hôtel"

Remplissez vos chambres et transformez vos clients en ambassadeurs grâce à stratégie marketing premium pilotée au quotidien.

[Découvrez l'offre](#)

Les résultats :

- Vos **réseaux sociaux deviennent un outil de réservation**, pas seulement une vitrine.
- **Valorisation de l'expérience client** et image premium.
- **Fidélisation de la clientèle**



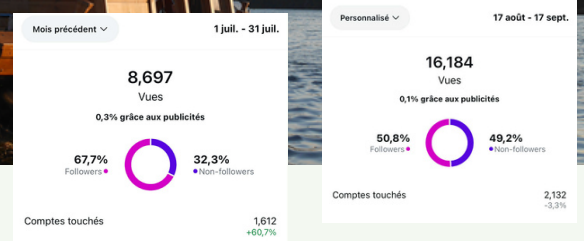
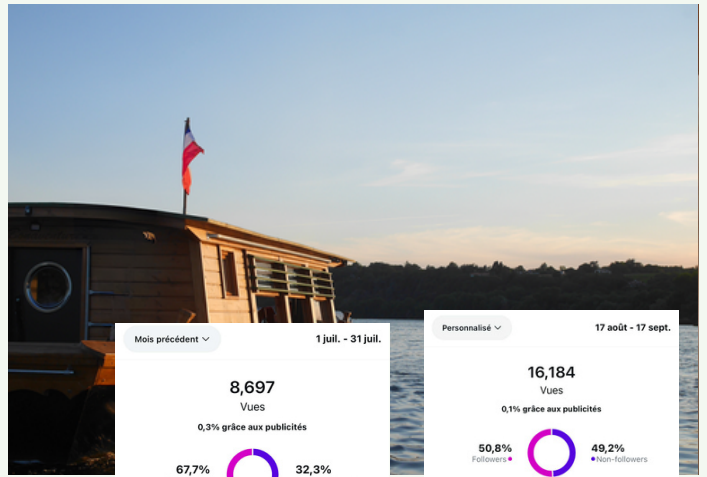
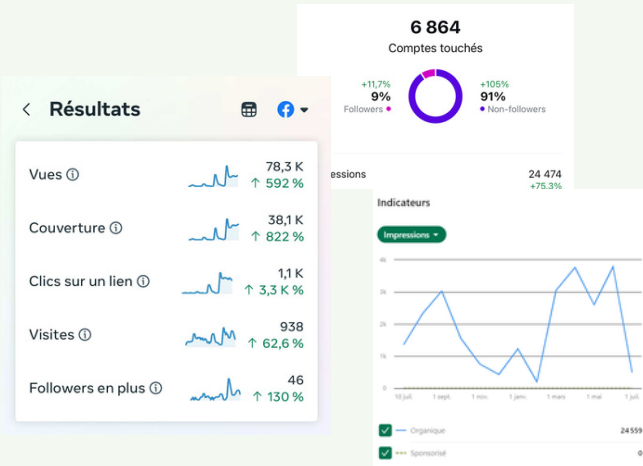
[Réservez votre rdv pour parler de votre projet](#)

L'offre comprend :

- Stratégie marketing complète pour vos réseaux sociaux, votre newsletter et vos avis client
- Gestion de vos réseaux sociaux
- Newsletter pour fidéliser les clients : rédaction et programmation
- Gestion de la e-réputation : réponses aux avis & optimisation de la fiche Google my Business [SEO Local]
- Analyse des KPIs & du parcours d'achat pour améliorer les actions et contrôler l'acquisition [process interne + à la réservation]
- Amélioration de l'expérience client : processus par mail avant & après séjour
- Opération d'influence

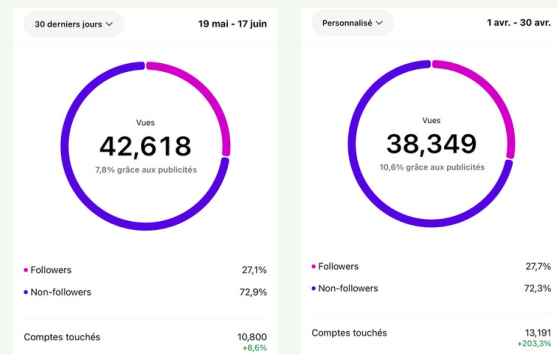
DÉTOURS EN LOIRE

Community management - Rédaction web -
SEO - Création de contenus



LA VALLEE DU LOIR A VELO

Community management

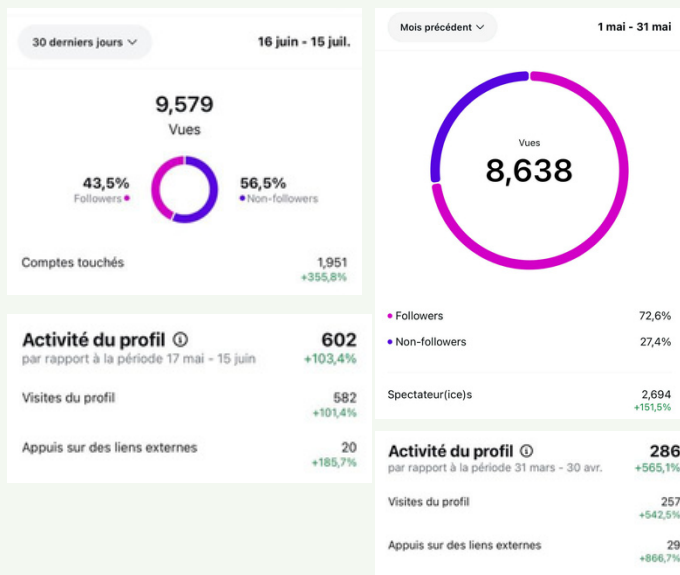


+220,9% pour le téléchargement de GPX

+ 41,3% d'entrées sur les pages via les réseaux sociaux

RESPIRE VOYAGES

Community management :
La Bicyclette Verte et Bicybags



Contact

* Liens cliquables



[@justinebomard_cm](#)



[Justine Bomard](#)



contact@studiojb44.fr



www.justinebomard.com



Témoignages



Le Griffon 1855

1 avis · 6 photos

★★★★★ il y a 2 mois

Un plaisir de travailler avec Justine. Ses conseils sont efficaces et elle m'a donné une grande motivation et tous les outils dans l'élaboration de mon site internet. Disponible, très compétente et bienveillante. Je recommande son suivi les yeux fermés. Merci encore Justine !

Visité en mars



Elodie Dantard

3 avis

★★★★★ il y a 4 mois

C'est un vrai plaisir de réitérer une belle collaboration avec Justine, tout en confiance, convivialité, et professionnalisme ! Je recommande les yeux fermés !

★★★★★ ⓘ il y a 4 mois

J'ai participé à une formation de groupe animée par Justine qui a su être à l'écoute de chacun. L'échange était informatif et qualitatif. Merci

★★★★★ ⓘ il y a 4 mois

Formation professionnelle bien ciblée, efficace, merci justine

Visité en mars

★★★★★ ⓘ il y a une semaine

Justine m'a accompagnée en tant qu'élue locale pour la mise en place d'ateliers numériques à destination des commerçants de la ville. Deux ateliers ont été organisés. Ce fut une réussite auprès des commerçants qui ont été très satisfaits. Je remercie Justine pour son expertise, sa disponibilité et sa gentillesse :) Je recommande vivement ses services ! A bientôt pour d'autres projets.

Perrine

Visité en juillet



Giovanni Marino

6 avis

★★★★★ il y a 5 mois

Rigueur, autonomie, ponctualité, réactivité. j'ai mis 2 secondes à trouver ces 4 qualités à Justine mais il y en a pleins d'autres. Merci pour tout ce que tu as fait pour Détours en Loire en 2023. et surtout, ne trouve pas trop d'autres clients pour 2024 car j'ai encore besoin de toi... 😊😊

Giovanni

★★★★★ ⓘ il y a 4 mois

J'ai bénéficié d'un accompagnement sur mesure avec Justine. J'ai apprécié son professionnalisme, sa pédagogie et sa bonne humeur!

Visité en février



VIRGINIE HAY

Local Guide · 27 avis · 23 photos

★★★★★ il y a 3 semaines

NOUVEAU

J'ai eu le plaisir de suivre l'atelier "optimiser ma fiche Google my business" animé par Justine et j'en suis ravie ! L'approche de Justine est très pédagogique et elle sait s'adapter au niveau de chaque stagiaire. Le contenu est pertinent et utile. Je vous recommande vivement son accompagnement !



Collectif O'CAP etc

1 avis

★★★★★ il y a un an

Super travail! Nous disposons maintenant d'un bel outil pour promouvoir notre activité ! Elle a su répondre tout à fait à ce que nous attendions : un site web simple, ergonomique et opérationnel dans un délai très court, en attendant de travailler sur notre charte graphique. Nous avons apprécié son efficacité et ses conseils pertinents.

Visité en mai 2023