



**bookingkit**  
eBook

Comment rouvrir votre entreprise rapidement, en toute sécurité et de la façon la plus efficace, pour recommencer à générer des flux de trésorerie rapidement ? Quels sont les outils essentiels ? Quelles stratégies devez-vous utiliser ? Toutes les réponses sur un seul e-book, compact et concis.



**Le Guide idéal pour  
rouvrir les circuits  
touristiques,  
les activités et  
attractions en 2021**

# Sommaire

La nouvelle réalité : opportunités et exigences

3

Les 5 fonctions les plus importantes d'un système de réservation en ligne lors de la réouverture

5

Votre objectif le plus important : chiffre d'affaires rapide avant et après la réouverture

6

Liste de contrôle des actions : obtenir un flux de trésorerie rapide : 10 choses que vous devriez mettre en œuvre dès maintenant

8

Gestion du flux d'audience et de la capacité

9

La bonne stratégie de prix : notre recommandation

10

Réduction des frais d'annulation

11

Attractivité et conversion de votre site Internet

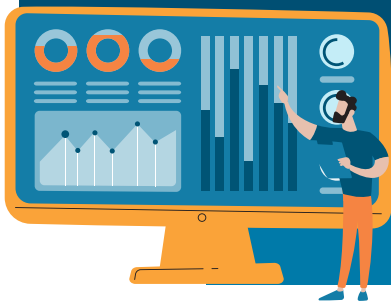
12

Gestionnaire de plateformes : augmentez votre portée grâce aux partenaires marketing

13

Revue estivale 2020 : le facteur temps et bookingkit

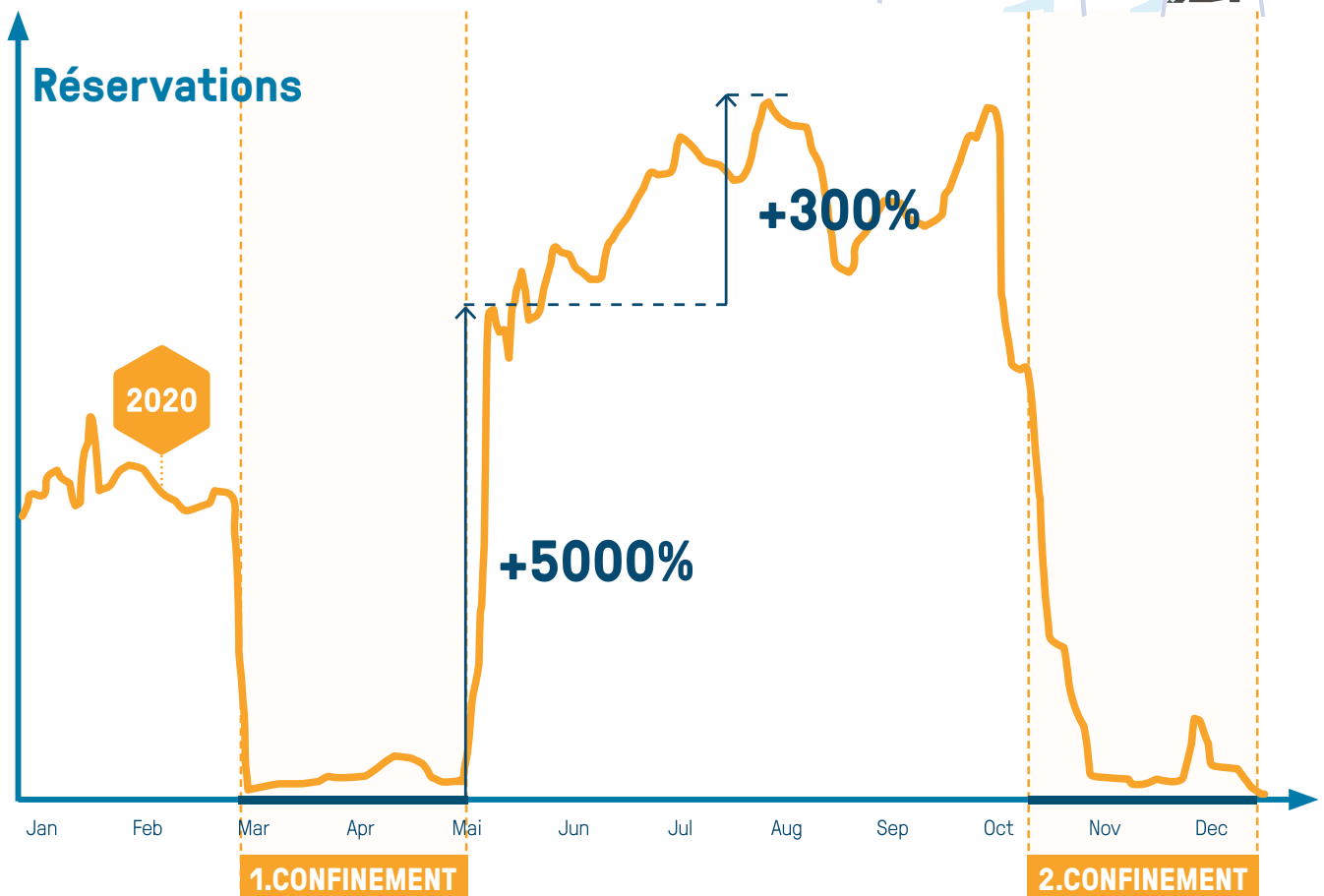
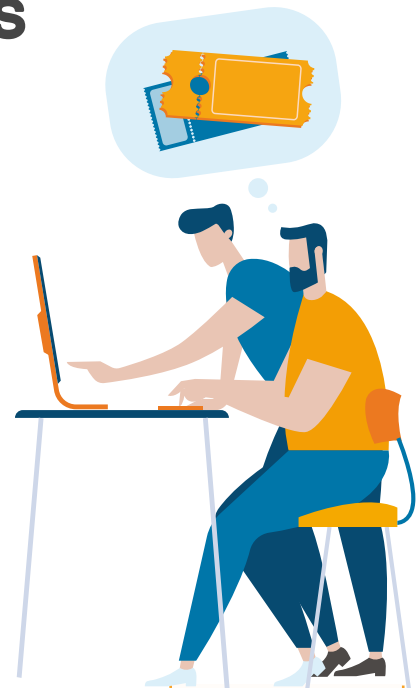
14



# La nouvelle réalité : opportunités et exigences

Regardons vers l'avenir ensemble ! Les circuits touristiques, les activités et les attractions seront parmi les premières activités de loisirs à rouvrir ; nous lançons le retour des loisirs variés et passionnants. Et c'est à nous de décider dans quelle mesure nous profiterons de cette opportunité.

Imaginez que demain le gouvernement vous autorise à rouvrir. Seriez-vous prêt et assez confiant pour le faire ?



# La nouvelle réalité : opportunités et exigences

## Dès que le confinement sera terminé, les réservations décolleront.

En fait, dès qu'une amélioration des restrictions sera simplement annoncée avec une date éventuelle, les pré-réservations en ligne commenceront d'une manière importante ! Et vous devriez assurément vous préparer, ainsi que votre entreprise, de la meilleure façon possible. D'autant plus que, compte tenu des limites prévues concernant les voyages internationaux, les possibilités de vacances dans votre propre pays resteront l'option principale pendant l'été.

## Vous avez besoin d'un système de réservation en ligne. Durée.

En plus des recommandations déjà très directes du côté officiel, un système de réservation en ligne n'est pas seulement nécessaire, il a aussi du sens à tous les égards. Après tout, la pandémie a, entre autres choses, également conduit de nombreuses personnes à perdre leur scepticisme concernant les achats en ligne, et nous nous attendons maintenant à ce que cette commodité nouvellement découverte s'applique également à d'autres expériences, y compris à la réservation des billets pour votre offre.



C'est pourquoi nous avons mis en place un groupe de travail spécial pour l'intégration et la réussite des clients, afin de nous assurer que chaque client de bookingkit est prêt à profiter pleinement de la réouverture dès le premier jour, et qu'aucune opportunité n'est perdue.



# Les 5 fonctions les plus importantes d'un système de réservation en ligne lors de la réouverture



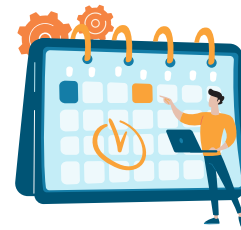
## AVANTAGES DE BASE DES RÉSERVATIONS EN LIGNE

Les réservations en ligne sont possibles à tout moment, pratiquement à partir de n'importe quel appareil. Vous pouvez les recevoir automatiquement et les places libres sont synchronisées en temps réel. Le paiement est immédiat et à votre disposition dès l'achat.



## PAS DE FILE D'ATTENTE ET LE CONTRÔLE D'ENTRÉE S'EFFECTUE SANS CONTACT

En vendant des billets en ligne, vous réduisez non seulement les contacts au point de réservation, mais avec des billets pour certains créneaux horaires, vous évitez également les files d'attente inutiles à l'entrée. En utilisant des scanners ou des tourniquets, la validation des billets peut également se faire sans contact.



## RESPECT DU NOMBRE MAXIMUM DE VISITEURS GRÂCE AUX CRÉNEAUX HORAIRES

En vendant des billets limités à une période donnée, vous évitez de dépasser le nombre maximal de visiteurs autorisés, une exigence de base pour la réouverture ainsi que pour un fonctionnement continu en toute sécurité.



## ASSUREZ-VOUS QUE CHAQUE CRÉNEAU PEUT ÊTRE RÉSERVÉ

En automatisant et synchronisant les disponibilités et les annulations en temps réel, vous assurez un flux régulier de clients tout en leur offrant le maximum de transparence et de flexibilité possible.



## IDENTIFICATION DU CONTACT

Pendant le processus de réservation en ligne, les coordonnées essentielles sont enregistrées directement. Ceci se fait conformément aux exigences officielles et facilite le suivi des contacts en cas de risques.

# Votre objectif le plus important : chiffre d'affaires rapide avant et après la réouverture

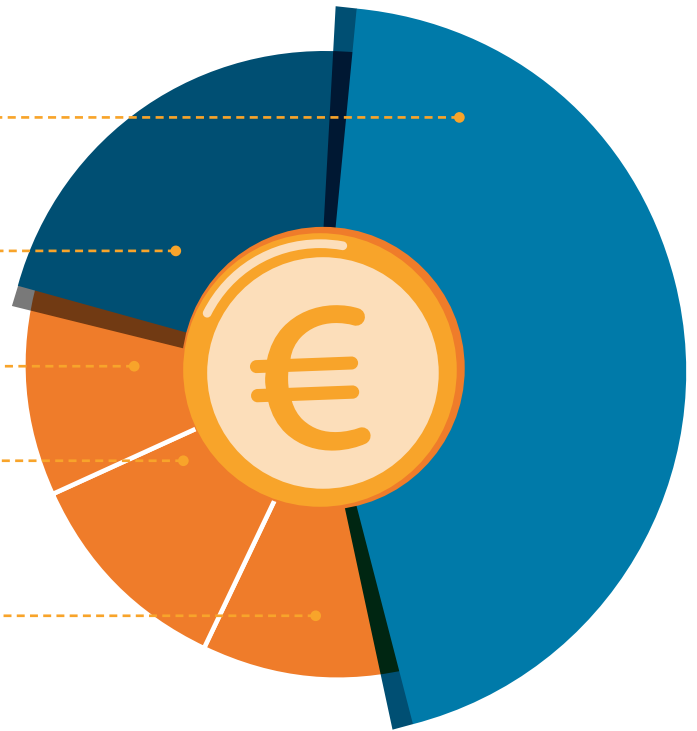
## RÉPONDRE AUX EXIGENCES DE RÉOUVERTURE

### RÉSERVATIONS À L'AVANCE ET VENTE DE BONS CADEAUX

### CONTACTEZ LES CLIENTS PRÉCÉDENTS

### PLUS DE PORTÉE GRÂCE À D'AUTRES CANAUX DE VENTE ET PARTENAIRES

### GÉRER INTELLIGEMMENT LA DEMANDE ET OPTIMISER L'UTILISATION



Lors de nombreuses conversations avec nos clients, nous avons appris que leur défi le plus urgent était de générer rapidement des flux de trésorerie stables. Par conséquent, nous avons rassemblé ici les éléments les plus importants pour y parvenir :

## Répondre aux exigences de réouverture

Pas de trésorerie sans au moins la perspective d'une réouverture prochaine. Donc, en premier, faites un effort pour vous conformer aux exigences officielles, aux concepts d'hygiène et aux capacités maximales. Avec un système de réservation tel que bookingkit, c'est très facile. Par conséquent, surveillez les annonces officielles, en particulier dans votre région.

## Réservations à l'avance et vente de bons cadeaux

En acceptant les réservations à l'avance, vous pouvez générer des revenus avant l'ouverture. Grâce à un calendrier de réservation en ligne, vous devriez publier les dates du trimestre à venir et les promouvoir activement. La situation est similaire avec les ventes de bons cadeaux, ceux-ci ne nécessitant aucune date et de nombreux bons n'étant même pas échangés. Surtout peu de temps après le confinement, il y aura une forte demande de bons, comme cadeaux et signe du retour à la normalité.

[Les informations sur les bons cadeaux sont consultables ici](#)

# Votre objectif le plus important : chiffre d'affaires rapide avant et après la réouverture

## Contactez les clients précédents

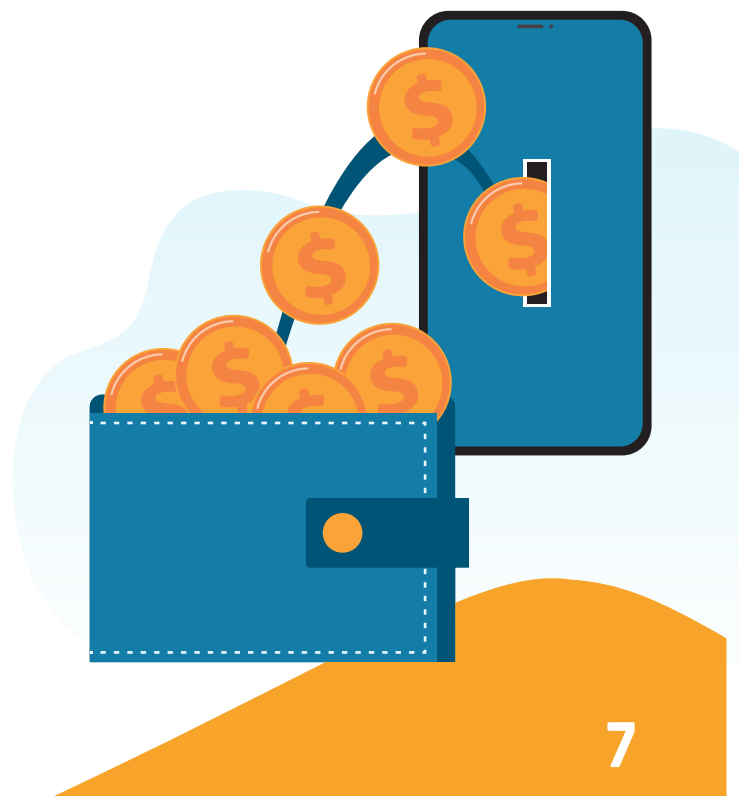
Si vous avez des clients réguliers, le moment est bien choisi pour les informer de votre réouverture, de préférence par le biais d'une campagne d'e-mailing joyeuse et amicale. Après tout, ils attendent aussi avec impatience des loisirs actifs et cela engendrera des ventes sans beaucoup de persuasion. Peut-être avez-vous dû annuler des billets déjà réservés au cours du confinement ? Contactez aussi ces acheteurs et récompensez leur patience avec un beau gadget ou une réduction.

## Plus de portée grâce à d'autres canaux de vente et partenaires

Dans la quatrième étape, vous devez veiller à augmenter votre portée et poursuivre même après l'ouverture. Les partenariats locaux sont un bon point de départ, par ex. les hôtels ou les offices du tourisme ainsi que des offres complémentaires, par ex. une visite de la ville suivie d'une dégustation de vins. Les partenaires marketing connectés à votre système de réservation vous donnent la possibilité d'être directement présents sur les plateformes les plus importantes et d'atteindre de nouveaux groupes cibles. Vous pouvez en savoir plus à ce sujet en consultant la page 13 de cet e-book ou [dans l'article du blog](#).

## Gérer intelligemment la demande et optimiser l'utilisation

En gérant intelligemment la demande pour votre offre, vous pouvez optimiser davantage vos flux de trésorerie. Par exemple, des prix plus bas pour des jours ou des moments de la journée moins attrayants peuvent vous aider à accroître votre utilisation globale. Donc, si vous vous attendez à une forte demande à certaines périodes de pointe, mais que cela dépasse votre capacité autorisée, mettez en place des structures de tarification flexibles dès maintenant, grâce à la fonction bookingkit correspondante, par exemple. Lisez plus d'informations sur la stratégie des prix à la page 10.



## Liste de contrôle des actions :

obtenez un flux de trésorerie rapide :  
10 choses que vous devez mettre en œuvre  
dès maintenant pour rouvrir rapidement



Choisissez un système de réservation en ligne de votre choix



Adaptez la taille des groupes et l'expérience utilisateur de votre offre à la nouvelle situation



Vendez des billets avec des créneaux horaires pour les dates actuelles et futures



Formez votre personnel à appliquer les lignes directrices de manière amicale



Commencez à vendre des bons cadeaux



Créez des avantages pour combler les périodes de faible circulation



Établissez des politiques d'annulation plus clémentes et de nouveaux processus d'annulation



Établissez des partenariats locaux/régionaux avec d'éventuels revendeurs



Mettez en place les exigences réglementaires en matière d'hygiène et de sécurité

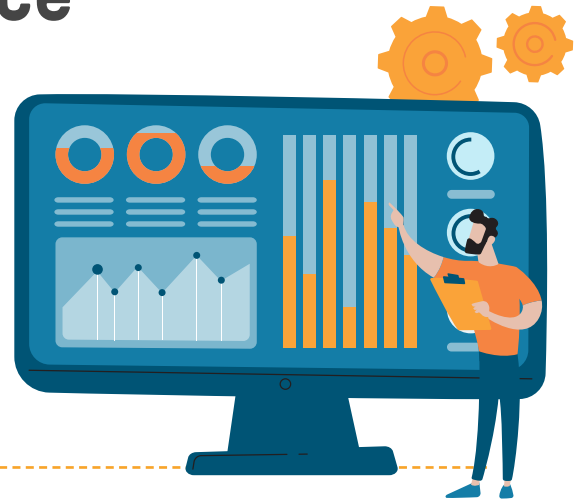


Élargissez votre portée marketing grâce à d'autres canaux de vente



# Gestion du flux d'audience et de la capacité

Un des termes centraux et des exigences de base pour la réouverture des circuits touristiques, des activités et des attractions est la gestion des flux publics. Mais de quoi s'agit-il ? Voici les cinq principaux objectifs et leurs mesures correspondantes :



## MÉTA-OBJECTIF :

### Présentation complète des activités grâce à la gestion des processus numériques

En utilisant un système de réservation numérique, chaque billet vendu crée un processus numérique qui s'étend à toutes les actions : de la réservation au paiement, la validation ou l'annulation, et enfin l'achèvement de l'activité. Tout au long de ce processus, pour chaque point, un aperçu complet est à votre disposition en tant qu'opérateur, comme base de décision mais aussi à des fins de documentation vis-à-vis des autorités.

## OBJECTIFS PRINCIPAUX :

### Égalisation des flux de visiteurs grâce à des catégories et de prix flexibles

En attribuant des prix différents à des périodes différentes, vous orientez les clients potentiels vers des périodes moins occupées, ce qui vous permet de lisser et d'optimiser votre capacité.

### Diminution du contact physique grâce au contrôle d'accès et à la validation du ticket sans contact

En utilisant des scanners numériques ou en intégrant vos tourniquets existants à votre système de réservation, vous ne réduisez pas seulement le contact entre les visiteurs et votre équipe, mais vous contrôlez également l'accès à certains secteurs de votre offre.

### Respect des limites de capacité grâce aux billets à créneaux horaires

En vendant un nombre limité de billets pour différentes périodes, ajusté à la distance minimale théorique, vous assurez le respect de toutes les réglementations les plus récentes. En retour, vos clients obtiennent l'assurance qu'ils auront effectivement accès à votre visite, à votre activité ou à votre attraction et qu'ils n'auront pas à revenir déçus en raison de la surpopulation.

## RAPPORT :

### Documentation et identification des contacts grâce à la collecte des données

Si un test positif de dépistage de la COVID-19 provenant d'un précédent visiteur est signalé, il est non seulement essentiel de trouver rapidement les visiteurs supplémentaires touchés mais aussi de savoir répondre aux réclamations légales. Grâce à des données collectées en continu, la création d'une liste de contacts et de documents correspondants est possible à tout moment.

# La bonne stratégie de prix : notre recommandation

Lorsque nous parlons de prix des billets pour votre visite, activité ou attraction, nous sommes actuellement confrontés à deux tendances opposées : d'une part, une grande partie de la population a dû subir des compressions économiques en raison de la pandémie, avec des effets compréhensibles sur leurs budgets individuels pour les activités de loisirs. D'autre part, de nombreuses personnes se sont rendues compte, cependant, à quel point une activité « amusante » et hors du commun leur manquait. En d'autres termes : la valeur des circuits touristiques, des activités et des attractions a augmenté.

En principe, nous vous recommandons de ne pas trop modifier vos prix standard.



## Des prix plus élevés en raison de l'exclusivité

Dans la mesure où la distance minimale et les attractions moins fréquentées auront une incidence négative sur les revenus au début, ces restrictions représentent aussi une possibilité : beaucoup de vos clients trouveront sûrement cette « exclusivité imposée » agréable et seront prêts à l'accepter en payant des prix plus élevés pour les billets. Dans certaines circonstances, il peut en résulter un modèle d'offre pour l'avenir en liaison avec la fonction « prix flexibles » : plus l'attraction est exclusive, plus les prix sont élevés.

Après tout, la première chose à faire est de revenir à un fonctionnement normal. Les réductions et promotions liées au confinement devraient également prendre fin, tout comme le confinement.

Toutefois, si votre offre a considérablement changé par rapport à avant le confinement ou si elle est associée à des structures de coûts différentes, vous devriez penser à des ajustements de prix, à condition qu'ils soient accompagnés d'une explication claire de la valeur ajoutée. La pratique a montré jusqu'à présent que les fournisseurs qui communiquent ouvertement sur les augmentations de prix en raison du confinement reçoivent principalement des commentaires positifs.



**Vous êtes bloqué ? Nous vous recommandons de vous poser ces questions simples afin de trouver le bon prix pour votre offre, et n'ayez pas peur d'expérimenter :**

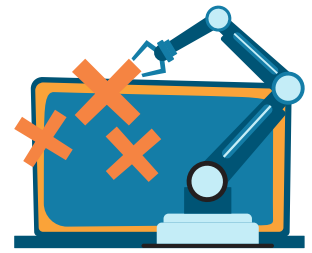
- Quels sont vos coûts fixes ?
- Combien vous en coûtera-t-il pour mettre en œuvre les nouvelles spécifications ?
- Comment votre offre a-t-elle évolué ?
- Que fait la concurrence ?
- Comment sont vos périodes d'activités et d'inactivités ?

Si vous n'êtes toujours pas sûr de vous, vous pouvez [contacter l'un de nos spécialistes](#) qui se fera un plaisir de vous conseiller – gratuitement et sans condition !

# Réduction des frais d'annulation

Mesures les plus importantes pour la confiance dans les réservations : garantie de remboursement et possibilité de nouvelle réservation (plus importantes que les précautions contre la pandémie).

SOURCE : ÉTUDE MONDIALE RÉALISÉE PAR ITB ET TRAVELZOO, 2021



75% PAYERAIENT PLUS POUR DES SERVICES DANS LESQUELS ILS ONT CONFIANCE

75%

LA CONFIANCE EST LE FACTEUR LE PLUS IMPORTANT POUR 83 % DES CLIENTS QUI RÉSERVENT MONDIALEMENT

83%

La tendance actuelle la plus importante que nous observons du point de vue du client final est un changement dans la façon dont les annulations sont traitées. Alors qu'avant la pandémie de COVID-19, seulement environ 10 % des entreprises offraient un processus d'annulation raisonnablement convivial pour les clients et, par conséquent, des conditions favorables, cette tendance a été forcée d'augmenter jusqu'à près de 100 %. Presque tous nos clients actuels et nouveaux ont modifié leurs politiques et leurs processus. Cet avantage supplémentaire pour les

clients finaux pourrait diminuer, mais elle ne reculera pas complètement une fois que nous aurons passé la phase de réouverture. Par conséquent, nous verrons un besoin beaucoup plus pressant d'aborder les coûts de traitement des annulations, celles-ci se produisant maintenant beaucoup plus fréquemment et immobilisant vos ressources, alors que vous perdez encore des ventes.

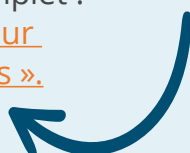
À notre avis, cela peut se résoudre seulement avec un système de réservation en ligne – après tout, qu'est-ce qu'une annulation autre qu'une réservation négative ?

## Les fonctions les plus importantes pour le traitement des annulations :

- Réception interactive des annulations
- Automatisation des courriels, y compris des informations sur tous les participants en cas d'annulation de l'événement
- Annulation automatique des paiements
- Synchronisation des disponibilités sur tous les canaux de vente
- Ajustement automatique des ressources, p.ex. chambres libres, personnel libre
- Aperçu de tous les événements comme base de décisions ultérieures
- **Aspect particulier :** traitement des annulations de plusieurs plateformes marketing connectées

Cliquez ici pour accéder au guide complet :

[« Traiter les annulations en masse pour les circuits touristiques et les activités ».](#)



# Attractivité et conversion de votre site Internet

De toute évidence, un site Internet professionnel est l'un de vos outils les plus importants pour convaincre les clients potentiels de réserver vos offres en ligne. Plus votre site sera bien conçu, plus il y a de chance qu'une réservation soit faite.

## Voici quelques idées simples pour améliorer votre contenu :

### Utilisez des photos haute résolution pour rendre vos offres encore plus attrayantes visuellement.

Si vous n'avez pas la possibilité de prendre des photos de grande qualité vous-même, utilisez l'une des nombreuses bases de données de photos gratuites sur Internet, comme Pexels ou Unsplash.

### Le contenu vidéo donne la meilleure impression de ce que vos clients peuvent attendre de votre offre.

Les images en mouvement déclenchent des émotions et montrent de façon impressionnante ce qui rend votre offre unique.

### Assurez-vous d'avoir une conception uniforme pour tous vos canaux de vente.

Utilisez un logo clair, servez-vous systématiquement des couleurs de votre entreprise et, bien sûr, assurez-vous que les informations sont correctes.

### Valorisez le bon ton dans votre copie marketing.

Il existe de nombreuses façons de présenter votre entreprise dans des textes. Choisissez une langue qui touche autant de clients que possible.

## Comment convertir les visiteurs du site Internet en clients payants ?

### BONNE CONVERSION

#### ✓ Navigation simple

- Barre de navigation clairement visible
- Une structure bien pensée
- Pas de surcharge de contenus

#### ✓ Simple d'utilisation

- Des appels à l'action visibles et clairs
- Option de réservation en ligne sur la page d'accueil

#### ✓ Contenu pertinent

- Seules les informations les plus importantes sont trouvables
- Contenu pertinent (également visible sur les téléphones portables)
- Les étapes de votre parcours de conversion sont claires et faciles à mémoriser

### MAUVAISE CONVERSION

#### ✗ Navigation chaotique

- Nombreux points de navigation inutiles
- Trop de sous-pages
- Trop de contenu

#### ✗ Utilisation complexe

- La réservation en ligne est cachée
- Trop d'étapes nécessaires pour réserver

#### ✗ Contenu peu pertinent

- Flot d'informations: trop de texte et d'images
- Contenu non pertinent et non-visible sur téléphone portable
- Le client se perd sur le site web

En savoir plus sur ce sujet [dans notre guide de conversion](#)

# Gestionnaire de plateformes : augmentez votre portée grâce aux partenaires marketing

Pendant le confinement, réduire les coûts au minimum et prendre toutes les mesures nécessaires pour couvrir les coûts restants avec le peu de revenus était la principale préoccupation. Maintenant, avec une réouverture de plus en plus proche, vous devez passer en mode marketing et rendre votre offre très visible sur autant de plateformes que possible. De plus, presque tous les partenariats marketing reposent sur un modèle de commission, ce qui signifie que vous n'encourez des coûts que lorsqu'une réservation est faite – donc c'est facile et sans risque d'étendre votre réseau marketing.



## **Fortes augmentations à portée de main :**

les grandes plateformes permettent d'atteindre des millions de personnes : Les « Trois grands » (Tripadvisor, GetYourGuide, Expedia) atteignent à eux seuls plus de 25 millions de clients potentiels.

## **Divers groupes d'utilisateurs grâce à la**

**repérabilité :** les plateformes qui ont du succès se trouvent facilement dans les demandes de recherche Google et augmentent votre visibilité, spécialement pour les nouveaux groupes cibles.

## **Tirer parti d'une puissance marketing**

**accrue :** de nombreux canaux marketing investissent beaucoup dans... le marketing. Il est dans leur intérêt de dépenser un grand

pourcentage de leur budget et de leurs efforts pour attirer le bon public cible pour vous.

## **Aborder les clients finaux sous différents**

**angles :** les clients finaux ne passent pas seulement d'un canal à l'autre lors de la recherche d'informations, mais ils réservent aussi souvent spontanément leur destination en ligne sur des portails ou des sites.

## **Ajouter un multiplicateur grâce au réseautage**

**régional :** les portails des villes et des offices de tourisme sont de très bons réseaux dans les régions respectives. De nombreuses agences et tour-opérateurs utilisent les activités qui y sont proposées.

## **Intégration de vos propres réseaux de revendeurs**

Avec le tout nouveau bookingkit Reach, nous vous fournissons également un outil pour connecter numériquement vos propres partenaires marketing, peut-être déjà existants. En retour, ils obtiennent un moyen facile à utiliser et attrayant pour générer des ventes et des revenus supplémentaires.

Vous trouverez toutes les informations  
sur [bookingkit Reach ici](#).

# Revue estivale 2020 : le facteur temps et bookingkit

Les mesures exigées par le confinement en ce qui concerne l'achat des billets, la gestion des visiteurs et le marketing ne sont pas nouvelles chez bookingkit. La numérisation, la simplification et l'automatisation de tous ces processus sont ce qui distingue notre solution, et ce qui nous permet d'aider tous les opérateurs dans la numérisation de ces domaines importants de leur activité, quelle que soit la complexité de leur offre, leur permettant de rouvrir dans les plus brefs délais.

La garantie bookingkit :  
**réouverture la plus rapide possible pour les tour-opérateurs, les activités et les attractions.**



Si vous voulez en savoir plus sur bookingkit, planifiez votre démo avec l'un de nos experts en réouverture maintenant, c'est sans obligation

**DEMANDEZ UNE DÉMO**



## En ce qui concerne l'avenir

Toutes les caractéristiques énumérées dans cet e-book continueront à avoir du sens longtemps après le confinement, même si l'impression disparaît progressivement. Par exemple, c'est toujours une bonne stratégie de proposer des billets en ligne, d'utiliser vos capacités en dirigeant les visiteurs, ou d'organiser des processus plus rapidement, plus facilement et moins sujets aux erreurs grâce à l'automatisation. Ce n'est pas pour rien que l'on qualifie la pandémie « d'accélérateur » de la numérisation, et non pas de « déclencheur ». Il y a tout simplement trop de bons arguments – faites-en partie dès maintenant !