

LANCEMENT - LISTE DE CONTRÔLE

Chambres & Marketing

Utilisez cette liste de contrôle comme point de départ pour discuter avec votre expert PUM. Avant votre première rencontre, vous pouvez répondre à toutes les questions auxquelles vous pouvez répondre. Lors de la réunion de lancement, cette liste de contrôle vous guidera à travers toutes les informations dont votre expert PUM a besoin de connaître.

1. À PROPOS DE LA PROPRIÉTÉ

La première étape pour un marketing en ligne efficace est de savoir qui vous êtes et qui vous ciblez. Est-ce facile à définir pour vous, ou auriez-vous besoin d'aide ?

1.1 Quel est le nom de votre propriété

...

1.2 Pouvez-vous décrire votre propriété ?

...

1.3 Combien de chambres avez-vous disponibles ?

...

1.4 Décrivez les différents types/numéros de chambres que vous proposez (par exemple, chambres d'hôtel standard, deluxe, familiales, suites, appartements)

...

1.5 Quel est votre taux d'occupation global ?

...

1.6 Quels sont les tarifs des chambres et quel est le tarif principal réservé ?

...

1.7 Qu'est-ce que vos clients aiment le plus dans votre propriété ou est-ce votre point fort ?

...

1.8 Sur quoi vos clients commentent-ils ou est-ce votre faiblesse

...

1.9 Décrivez le niveau de service de votre entreprise.

...

2. À PROPOS DE VOS CONCURRENTS ET DE LEUR ENVIRONNEMENT

L'étape suivante consiste à définir vos facteurs externes, comme vos concurrents. Connaissez-vous vos concurrents et pouvez-vous nous expliquer davantage sur les environs de votre région ?

2.1 Où est située votre entreprise ?

...

2.2 Pouvez-vous expliquer davantage l'emplacement ? Est-ce en ville ou dans la nature, par exemple ?

...

2.3 Qui sont vos principaux concurrents ?

...

2.4 Quels avantages avez-vous par rapport à vos concurrents ?

...

2.5 Quel est votre désavantage par rapport à vos concurrents ?

...

2.6 Expliquez en résumé davantage le marché dans lequel vous êtes.

...

3. À PROPOS DE VOTRE PUBLIC CIBLE

Pour définir qui vous êtes en tant qu'entreprise, nous devons déterminer qui est votre public cible. Quel type de clients séjournent dans votre hébergement ?

3.1 Quelles sont les 5 principales régions d'où viennent vos clients ?

...

3.2 Avez-vous principalement des clients de loisirs ou d'affaires ?

...

3.3 Pouvez-vous décrire vos clients principaux ?

...

3.4 Quel est le principal objectif de leur séjour chez vous ?

...

4. VISIBILITÉ EN LIGNE

Pour la dernière étape, nous devons indiquer à quel point vous êtes visible en ligne. Comment votre invité peut-il vous trouver en ligne ? Que faites-vous déjà pour que vos clients puissent vous trouver en ligne ?

4.1 Avez-vous un site web ?

- Oui
- Non

4.2 Quelle est l'URL du site web ? Et/Ou l'adresse email pour les réservations ?

...

4.3 Recevez-vous les réservations via ce site web ?

- Oui
- Non

4.4 Si vous recevez des réservations via votre site web, quel pourcentage (approximativement) de vos réservations totales provient de votre site ?

...

4.5 Ce site fonctionne-t-il bien pour vous ? Qu'aimeriez-vous voir de différent ?

- Meilleure représentation
- Réservations plus directes
- Meilleure fonctionnalité
- Améliorer la réparabilité dans les moteurs de recherche
- D'autres, à **savoir** ...

4.6 Sur quels sites d'annonces êtes-vous présent ?

- Google Maps (y compris les informations sur l'entreprise via Google My Business)
- Tripadvisor
- Booking.com
- Expedia
- AirBnB
- Kayak
- Fourchette de prix
- Hotels.com
- Agoda
- (Locaux) Initiatives touristiques, à savoir : ...
- D'autres, à **savoir** ...

4.7 Pour quelle plateforme de réseaux sociaux avez-vous un compte pour votre propriété ?

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- WhatsApp
- Facebook Messenger
- WeChat
- Twitter
- LinkedIn
- Snapchat
- Pinterest
- D'autres, à **savoir ...**

4.8 Gérez-vous de la publicité ou des promotions EN ligne ? Si oui, lesquels ?

- Google Ads (anciennement connu sous le nom de Google Adwords)
- Bannières publicitaires
- Publicités Facebook
- Publicités Instagram
- Annonce payante Tripadvisor
- Coopération avec des influenceurs de blogueurs de voyage
- D'autres, à **savoir ...**

4.9 Est-ce que vous faites de la publicité ou des promotions HORS ligne ? Si oui, lesquels ?

- Google Ads (anciennement connu sous le nom de Google Adwords)
- Bannières publicitaires
- Publicités Facebook
- Publicités Instagram
- Annonce payante Tripadvisor
- Coopération avec des influenceurs de blogueurs de voyage
- D'autres, à **savoir ...**

4.10 Envoyez-vous des newsletters promotionnelles ?

- Envoyez des newsletters par e-mail
- Envoyez un e-mail avant leur séjour avec des informations et/ou des possibilités de vente supplémentaire
- Envoyez un e-mail après votre départ pour demander un avis
- D'autres, à **savoir ...**