VOTRE PARTENAIRE COMMERCIAL

EN 10 QUESTIONS / RÉPONSES

Gîtes de France

VOTRE **PARTENAIRE** COMMERCIAL

EN 10 QUESTIONS / RÉPONSES

VOUS SOUHAITEZ LOUER UN HÉBERGEMENT TOURISTIQUE, CHAMBRE, MEUBLÉ, MAISON ?

CE GUIDE VA VOUS PERMETTRE DE FAIRE LE CHOIX DE VOTRE PARTENAIRE COMMERCIAL, SELON LES CRITÈRES RECONNUS PAR LA PROFESSION… ET DE FAIRE LES BONS CHOIX.

1 > Pour les vacances, les gens veulent **un prix et c'est tout ! Vrai ou faux ?**

2 > Gérer seul ses locations **sur internet,** est-ce **possible ?**

3 > Je n'ai pas de temps à consacrer à mes locations. **Mon partenaire commercial m'aidera-t-il ?**

4 > **Choisir un partenaire commercial** dont on parle sur internet, est-ce **suffisant ?**

5 > **J'ai un projet** de location touristique, qu'est-ce qui **marche le mieux ?**

6 > Je veux bien louer, mais **je veux aussi de l'échange, des rencontres.**

7 > Adhésion, commission, **quel opérateur commercial** me conviendra **le mieux ?**

8 > Juridique, fiscal, comptable... **Quels conseils attendre** de mon **opérateur commercial ?**

9 > Aménagements, déco, services… **Les demandes des clients évoluent vite.** Mon partenaire en ligne me **conseillera-t-il ?**

10 > **Je veux investir dans la durée** dans mon activité touristique et bien louer tous les ans. **Que dois-je faire ?**

Crédit photo couverture : Step Bravin / Gites de France Corse

1 POUR LES VACANCES, LES GENS VEULENT **UN PRIX ET C'EST TOUT !**

VRAI OU FAUX ?

- **VRAI : Les clients sont matures. Ils savent ce qu'ils recherchent, veulent réserver vite et simplement, 24 h/24.**
- **FAUX : L'attente sur le temps des vacances inclue aujourd'hui une forte demande de sens, une expérience réussie d'immersion, et parfois un vrai lien convivial sur place.**
- **VRAI : Les clients veulent un service. Ils sont donc méfiants des arnaques sur internet : faux avis clients, présentations photographiques frauduleuses, surbooking des locations...**
- **FAUX : Les vacances sont un temps rare et doivent être réussies à 100 %, le client doit être rassuré.**
- **VRAI : On assiste depuis quelques années à l'arrivée de clients cherchant la bonne affaire avant tout, et assumant le risque d'une éventuelle surprise désagréable.**
- **FAUX : Les marques de voyages qui proposent une qualité d'offres et de services ne rencontrent, globalement, pas de baisse de fréquentation.**

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Depuis 60 ans, Gîtes de France® accompagne ses propriétaires sur la voie de la **qualité de l'accueil et du service,** en mettant à disposition ses équipes, son label de qualité contrôlé, et ses formations.

La rencontre est au cœur de l'identité des séjours Gîtes de France®, et se replace aujourd'hui au centre de la demande de sens associée aux loisirs.

Les propriétaires Gîtes de France® proposent **des formules variées** de vacances, qui correspondent aux attentes des clients, en solo, en amoureux, avec enfants, en expérience de groupes ou d'entreprises.

Dans un environnement concurrentiel où le prix est la variable d'ajustement d'un chiffre d'affaires, Gîtes de France® trace un autre chemin où **les vacances ont tout leur sens**.

2 GÉRER SEUL SES LOCATIONS **SUR INTERNET,** EST-CE **POSSIBLE** ?

Vous souhaitez de l'indépendance, de la liberté dans vos choix de périodes à louer et de types de clients à recevoir. Vous êtes à l'aise avec internet et vous allez vous "débrouiller". Bien sûr, il est possible de vous lancer !

Avec votre propre site web, vous trouverez probablement des clients intéressés par votre location. Vous serez assez rapidement visible sur internet. Les moteurs de recherche positionneront, autour de vos résultats, des publicités attractives, émanant de tous les grands réseaux commerciaux de réservation de chambres d'hôtes/meublés qui tenteront d'attirer vos internautes. Pour quelques nuitées par an, c'est suffisant, évidemment !

Mais pour bénéficier de locations régulières, de publics variés, de sécurité sur vos actes de réservation, il vous sera nécessaire de choisir des partenaires commerciaux fiables, pour garantir les transactions et assurer la visibilité commerciale de vos locations. Ces partenaires, marques du monde du voyage, sites de locations de vacances, sites de bonnes affaires entre particuliers, sont nombreux et vous proposent de vous référencer sur leurs plateformes.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Seul, des heures durant sur internet, à positionner son offre, on s'épuise vite.

Les 45 000 propriétaires Gîtes de France® sont présents sur internet ou en librairie, **partout où s'achètent des vacances,** grâce à un budget marketing annuel de 900 000 €, 13 millions d'euros de présence dans les médias, et nos sites web thématiques.

Tous les outils nécessaires à la commercialisation de votre location vous sont fournis, et nos équipes départementales vous proposent un **accompagnement personnalisé,** selon la formule de commercialisation que vous avez choisie : l'usage de la marque Gîtes de France® en toute liberté, ou la centrale de réservation locale qui vous accompagne ou qui s'occupe de tout !

3 JE N'AI PAS DE TEMPS À CONSACRER À MES LOCATIONS. MON PARTENAIRE COMMERCIAL M'AIDERA-T-IL ?

Un site internet de réservation propose un service de mise en relation de l'offre et de la demande. Il met en ligne votre bien en location, avec le détail et le niveau de qualité des informations que vous fournirez.

Vous trouverez parfois un vade-mecum des bonnes pratiques, pour la mise en valeur de vos locations (textes, photos…).

Pour le choix des tarifs que vous proposerez, la modulation selon les saisons, les tarifs de dernière minute, les opérations promotionnelles... Les conseils proposés sont le plus souvent généralistes, quel que soit la région ou votre type d'hébergement. Il vous sera donc nécessaire de réaliser vous-même une micro-étude de marché.

Vous devrez gérer aussi ce que l'on appelle le "back-office" des réservations, la relation avec les clients, la gestion des acomptes et des règlements. Une Foire aux Questions est disponible en ligne, parfois un forum où les adhérents échangent entre eux leurs solutions.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

A son entrée chez Gîtes de France®, **chaque propriétaire est accompagné dans la détermination de ses tarifs de location.** Selon le type d'hébergement, l'agence locale Gîtes de France® est capable de fournir les données moyennes de fréquentation de la micro-région concernée, et **de donner ainsi la mesure de la rentabilité du bien en location**.

Selon sa capacité à consacrer du temps à la gestion de son bien, il est proposé au propriétaire **une formule de mise en marché qui va du "clé en main" à la liberté totale de commercialisation.**

Dès la première rencontre sur place, un conseil marketing personnalisé propose au propriétaire d'ajuster sa prestation aux demandes du marché : aménagements, décoration, services annexes...

4 CHOISIR UN PARTENAIRE COMMERCIAL DONT ON PARLE SUR INTERNET, EST-CE SUFFISANT ?

Depuis 10 ans, chaque année voit l'arrivée d'un nouveau site internet de réservation de location de vacances, qui propose un service "encore plus simple, encore plus efficace". C'est souvent l'avis des utilisateurs qui génère un bouche à oreille, précédé d'un plan publicitaire puissant en année de lancement.

Repérer les opérateurs présents depuis plus de 5 à 10 ans sera votre credo, en sachant que dans l'explosion de la réservation sur internet (70 millions de requêtes "vacances" par mois), seules les grandes marques résistent et fidélisent des internautes.

3 questions sont essentielles :

- **Souhaitez-vous maîtriser le profil des clients qui logeront dans votre hébergement, ou cela vous est-il égal ?**
- **Saurez-vous gérer seul les aléas quotidiens d'une activité de location de vacances : gestion des contrats de location, défaut de règlement, éventuelles dégradations, choix des tarifs selon les saisons, etc. ?**
- **L'opérateur avec qui vous vous engagez vous propose-t-il un service d'assistance (directe ou téléphonique), pour régler des questions pratiques ou juridiques ?**

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Gîtes de France®, la 4ème marque française de séjours-vacances citée spontanément, devient votre enseigne ! **77 %* des français connaissent Gîtes de France®,** comme un label de qualité qui rassure.

Une équipe nationale est dédiée au webmarketing. Le service de réservation sur internet, multilingue et "mobile", fonctionne 24 h/24 et 7 j/7.

Les agences locales Gîtes de France® sont constituées de conseillers qui vous connaissent personnellement. Elles sont **accessibles 5 j/7,** vous donnent tous les outils nécessaires, vous forment si besoin, et vous assistent en cas de difficulté.

* Étude Ifop Avril 2012

5 J'AI UN PROJET DE LOCATION TOURISTIQUE, QU'EST-CE QUI MARCHE LE MIEUX ?

Quelle que soit votre formule de location, un partenaire commercial sera toujours intéressé de la positionner rapidement dans son "catalogue". D'ailleurs, chez certains réseaux de locations, les offres, appartements ou chambres, sont parfois faiblement distinguées.

Vous pourrez lire les conseils des sites de location, ou contacter des propriétaires sur les forums de dialogue en ligne, mais il sera difficile pour vous d'avoir un conseil personnalisé.

Les éléments à prendre en compte pour cette question dépendent de la localisation précise du bien en location, de son environnement concurrentiel, des objectifs que vous fixez au regard du retour sur investissement, etc. Ce repérage est difficile à faire seul ou avec un opérateur du seul maillon commercial.

En effet, les facteurs de réussite à expertiser sont nombreux (type de structure, concurrence directe, investissements réalisés, qualité et adaptation des prestations au contexte économique du micro marché local), et dépendent aussi du temps que vous souhaitez consacrer à l'activité.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Gîtes de France®, premier réseau mondial de tourisme chez l'habitant, a acquis une expérience unique, tant dans l'analyse des attentes des marchés que dans l'accompagnement des profils variés de propriétaires.

L'estimation de la rentabilité d'un bien en location varie d'un propriétaire à l'autre, et de son projet personnel.

Selon les formules d'hébergements : gîte rural, appartement, chambre en ville, chambre d'hôtes, avec ou sans "restauration", gîte de groupe, la rentabilité se mesure dans chacune des micro régions de France.

Les agences locales sont en capacité de réaliser une approche de la rentabilité de votre projet, en fonction des coûts d'investissements, des aides financières mobilisables le cas échéant, du niveau de qualité des prestations prévues, du chiffre d'affaires moyen de structures similaires sur le micro territoire où vous êtes implanté.

6 JE VEUX BIEN LOUER, MAIS JE VEUX AUSSI DE L'ÉCHANGE, DES RENCONTRES.

Afin d'obtenir de bons résultats de location, il est nécessaire de réussir sur tous les fronts : des prestations de qualité conformes aux attentes des clients français ou internationaux, l'appui d'un ou de plusieurs partenaires commerciaux, le suivi de vos clients à l'arrivée, au départ...

Vivre de l'échange, de la rencontre avec vos clients, c'est génial, vous êtes sur une voie génératrice de découvertes. Il sera nécessaire de proposer un accueil "plus", consacrer du temps, pour faire de votre hébergement un camp de base idéal pour découvrir votre patrimoine ou votre terroir.

Vous deviendrez, avec bonheur, un ambassadeur des meilleures adresses et découvertes de votre région, puis des hommes et des femmes qu'il faut avoir rencontré pour réussir son séjour. Vous deviendrez vite le maillon indispensable, qui permet une immersion dans votre "pays", vos bons coins.

Cependant, il sera indispensable de fixer des limites à cette activité qui épuisera, en quelques années, votre bonne volonté. Il faudra apprendre à ne pas devenir l'ami de tous, garder sa capacité à facturer une prestation, devenir professionnel de l'accueil en somme.

Une garantie pour durer dans la joie d'accueillir.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Nos équipes sont des professionnels du tourisme, à temps plein.

Accueillir est un métier et une passion. Y durer dans le temps n'est possible que si l'on maîtrise une juste distance avec les clients accueillis.

Échanger, offrir, est le cœur de nos métiers. Cela s'apprend sur le terrain, mais aussi dans les formations qui sont proposées à nos propriétaires.

Les propriétaires Gîtes de France® deviennent acteurs de l'activité touristique, ils échangent des "tuyaux", des "coups de main", mais aussi les "trucs" pour que leurs adresses deviennent des espaces de découverte des territoires et de leurs habitants.

Des formations complémentaires, pour créer des services complémentaires ou autres activités, sont proposées.

Être propriétaire Gîtes de France®, est-ce tisser, dans la durée, des liens amicaux avec les hôtes accueillis ?

C'est une histoire que chacun construit.

7 ADHÉSION, COMMISSION, QUEL OPÉRATEUR COMMERCIAL ME CONVIENDRA LE MIEUX ?

Quand un propriétaire confie son bien à un intermédiaire commercial, il doit se conformer aux règles commerciales qui régissent la relation.

Certains sites de promotion de chambres chez l'habitant ne demandent qu'une cotisation annuelle modique pour assurer la promotion de votre site web. Il vous faudra alors avoir votre propre site sur internet et l'animer. Chez la plupart des centrales de réservation locatives, un principe de droit d'entrée existe, puis une commission est prélevée à chacune des ventes. L'intérêt d'un intermédiaire commercial est de bénéficier du meilleur taux de commission sur vos locations, et bien sûr d'avoir vos locations en catalogue sur les périodes les plus faciles à louer. Il faudra donc veiller à ce que toutes vos périodes de location soit mises en avant, à égalité avec les destinations les plus demandées.

Plusieurs formules de mise en location existent, vous garantissant ou non la maîtrise de votre planning (pour vos propres réservations, famille, enfants...). Ces prestations de mise en marché, parfois très efficaces, s'arrêtent à l'acte marchand. Il sera donc toujours nécessaire d'assumer votre propre commercialisation sur les basses saisons, afin d'assurer un remplissage optimal. Vous devrez donc, dans tous les cas, être en capacité de maîtriser l'acte commercial complet toute l'année : contrat, encaissement des arrhes, gestion des planning à ouvrir ou fermer, etc.

Le budget consacré à la promotion ou à la commercialisation de vos locations ne doit jamais excéder les 3 à 4 % de votre chiffre d'affaires en année courante, hors période de lancement.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Nos propriétaires choisissent, selon leur capacité d'investissement personnel, les formules liberté totale ou service compris, en bénéficiant de la 4ème marque de vacances spontanément la plus citée en France.

Un propriétaire souhaitant se consacrer à l'accueil choisira la centrale de réservation, solution simple, sécurisante, Gîtes de France® s'occupe de tout.

Un propriétaire souhaitant garder sa liberté bénéficiera d'un espace web dédié à son hébergement (avec gestion de photos, vidéos, édition de contrats, fiche descriptive).

Une solution intermédiaire ? C'est possible en planning partagé : on ne vend que les dates qui sont laissées libres !

L'outil est complet, et c'est le propriétaire qui gère ses ventes.

De plus, **pour renforcer les chances de bien louer,** nos agences locales conseillent sur les partenaires commerciaux complémentaires à notre diffusion.

8 JURIDIQUE, FISCAL, COMPTABLE... QUELS CONSEILS ATTENDRE DE MON OPÉRATEUR COMMERCIAL ?

Une plateforme de réservation assure un acte de vente ou de mise en relation entre un internaute et un propriétaire.

Cet intermédiaire commercial intervient dans le temps de l'acte de location : promotion du produit, réservation, contrat, règlement de la prestation.

Sur tous ces aspects, l'intermédiaire commercial doit être garant de la bonne conformité de la vente. Il va donc demander à ses propriétaires les informations nécessaires à la vente, et est censé s'assurer qu'il ne met pas en vente un produit juridiquement non conforme à la réglementation.

Les conditions de pratique de cet opérateur, comme les conditions de mise en marché, sont la plupart du temps disponibles à la lecture sur le site de l'opérateur.

La fonction de conseil de ces structures se limite le plus souvent à ce qui permettra une progression des ventes, mais en aucun cas sur vos propres obligations juridiques, fiscales ou comptables.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Gîtes de France® est en capacité de vous rendre ce service de conseil complet.

Nos équipes locales connaissent le contexte réglementaire, éclairent et rassurent ce qu'aucun acteur commercial du web ne peut faire :

- informations, et mise en relation avec des experts,
- partenariats avec CERFRANCE (1er réseau associatif de conseil et d'expertise comptable), dans une majorité de départements.

Par ailleurs, Gîtes de France® dispose d'un **service juridique national,** consacré à la **défense des intérêts collectifs du secteur** et des **actions de lobbying.**

9 AMÉNAGEMENTS, DÉCO, SERVICES… **LES DEMANDES DES CLIENTS ÉVOLUENT VITE.** MON PARTENAIRE EN LIGNE ME **CONSEILLERA-T-IL** ?

Les plateformes de réservation en ligne suivent les tendances pour être en adéquation avec le marché. Une mise en valeur des offres ou destinations “à la mode” est donc une obligation pour ces opérateurs. Ces offres tendances sont leurs produits d’appel.

Les moteurs de recherche présents sur les sites font, de toute façon, “remonter” toutes les offres au gré des mots clés recherchés. Certains sites proposent à leurs membres des espaces d’échanges entre propriétaires pour partager des “tuyaux”.

Il faudra cependant vous-même définir vos aménagements intérieurs selon votre expérience. Vous ne bénéficierez d’aucune aide ou subvention à la rénovation.

D’excellents magazines en kiosque, ou blog sur le web, proposent néanmoins des articles intéressants sur le sujet.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

Dès la présentation de votre projet, un conseiller technique se déplace pour analyser le potentiel de votre hébergement. Il donne un premier avis sur la capacité du site à générer une rentabilité, au regard de vos objectifs.

L’accès aux architectes conseil, infos énergie, sécurité, accès handicap, vous permet de monter un dossier, et éventuellement de **bénéficier de subventions dans le cadre des aides au développement touristique local.**

Une formation initiale peut vous être proposée : fiscalité, réglementation, conditions commerciales, accueil... et pendant votre activité : conseil déco, communication, internet en journées formations ou rendez-vous experts.

10 JE VEUX INVESTIR DANS LA DURÉE DANS MON ACTIVITÉ TOURISTIQUE ET BIEN LOUER TOUS LES ANS. QUE DOIS-JE FAIRE ?

Votre projet nécessite une véritable réflexion pour en assurer la réussite.

Au-delà de la puissance d'un opérateur commercial, vous aurez besoin de rejoindre les réseaux de professionnels du tourisme, afin de faire évoluer régulièrement votre offre, en lien avec votre territoire touristique et ses prestataires multiples.

L'économie touristique, c'est avant tout un réseau d'acteurs qui se connaissent et travaillent ensemble, pour créer des expériences touristiques innovantes.

Un opérateur commercial, un label sans équipe technique ne pourra offrir qu'un service commercial.

Si vous êtes en capacité de gérer le montage de votre projet de A à Z, puis d'assurer une commercialisation avec vos propres outils (site internet géré par vous-même), l'opérateur commercial apportera sa valeur ajoutée.

Par la suite, l'inscription dans les réseaux locaux du tourisme est une nécessité pour créer, autour de vous, un réseau de professionnels du tourisme avec qui vous avancerez.

LA RÉPONSE GÎTES DE FRANCE®

45 000 propriétaires, 500 experts au service des propriétaires et des clients, cela donne du poids !

Assistance conciliation, litiges clients, liens avec les administrations, achats fournisseurs, vous bénéficiez d'une "jurisprudence" interne pour régler vos difficultés.

En bénéficiant de la marque Gîtes de France®, vous devenez un acteur du tourisme reconnu localement. Votre adresse existe dans toutes les bases de données commerciales de votre région, vous participez aux réflexions de votre agence locale, et vous suivez les évolutions de la marque et de ses formules d'hébergement.

Entre propriétaires, vous partagez vos expériences, ils deviennent parfois des amis, des appuis.

Votre établissement bénéficie en sus du soutien du tourisme départemental et régional.

12/2013