

## Comment travailler avec les opérateurs étrangers et les fidéliser ?

Pour conquérir de nouveaux clients internationaux, il existe différentes stratégies et canaux, dont le travail en direct avec les opérateurs : le BtoB.

### 1. Pourquoi travailler avec des opérateurs étrangers ?

Voici 6 raisons de travailler avec ces opérateurs :

1. Pénétrer un nouveau marché et augmenter le nombre de clients étrangers (opérateur = porte d'entrée)
2. Répartir vos flux touristiques sur l'ensemble de la saison (opérateur = apporteur d'affaires sur les ailes de saison)
3. Augmenter votre visibilité sur une audience ciblée (en bénéficiant de la communication/du référencement de l'opérateur)
4. Présenter une offre en adéquation avec les attentes spécifiques de leur clientèle (opérateur = expert des attentes de ses clients)
5. Cibler des clientèles niche (ex : cyclo, oenotourisme...)
6. Rassurer le client étranger qui ne maîtrise pas nécessairement la langue, les codes culturels et qui s'appuie donc sur un TO pour son expertise et sa capacité à gérer des situations imprévues, et qui garantira malgré tout le voyage (ex : incertitude politique avec le Brexit)

### 2. Comment ces opérateurs travaillent-ils ?

Dans la négociation avec les opérateurs, les points suivants seront détaillés:

- **Tarifs spéciaux** pour les groupes (forcément plus avantageux que pour le grand public)
- **Allotement** : unités d'hébergement (nombre de chambres/emplacements campings, etc.) attribué à un TO lors du contrat
- **Taux de commission** appliqué par le TO : Ce taux (variable d'un opérateur à l'autre, généralement compris entre 15 et 30%) est une rémunération pour le TO lui permettant de rémunérer son travail d'intermédiaire et son travail de promotion/communication.
- **Comment ce taux est-il calculé ?** le prix public est constant, mais le TO applique une commission de 15 à 30% sur le prix de base. L'hébergeur vend donc au TO sa prestation de 15 à 30% moins cher qu'en direct. Ex : prix d'une chambre affichée à la vente à 115 €, vendue au TO à 100 € si taux de commission est à 15%
- **Délai de rétrocession** : date jusqu'à laquelle les unités d'hébergement sont réservées pour le TO. Une fois ce délai passé, l'hôtelier récupère ses chambres et peut les remettre en vente. Avec des réservations de plus en plus tardives, le délai de rétrocession joue une part importante dans la négociation. Pour un groupe (20 chambres environ), le délai est d'environ 3 semaines. Pour une seule ou quelques chambres, le délai varie généralement entre 7 et 0 jours

Tous ces éléments varient d'un opérateur à l'autre et entrent dans la négociation.

### 3. Comment vendre vos prestations auprès de ces opérateurs ?

Les opérateurs recherchent des informations spécifiques, telles que :

- vos tarifs spéciaux groupes, forcément plus avantageux que le tarif individuel
- vos offres spéciales
- vos arguments de vente unique (USP - unique selling point), qui vous permettent de vous différencier d'un concurrent
- les services que vous mettez en place pour les groupes
  - o Accès, parking

- Gestion bagages
- Horaires et dates d'ouvertures
- Langues parlées
- vos conditions de réservations
- les points d'intérêts de la destination pour resituer votre offre dans le contexte touristique. En effet, le TO a besoin d'une vision globale (hébergement + activités + points d'intérêts) pour décider d'ajouter -ou non- une prestation
- Rapprochez-vous de votre office de tourisme qui pourra vous fournir :
  - des informations adaptées (positionnement de la destination à l'étranger, offre adaptée à une clientèle spécifique)
  - des supports de communication en langues étrangères
- Pensez aussi à préparer votre kit de communication :
  - Photos haute définitions
  - Argumentaire USP (Unique selling point). Ces arguments vous permettront de différencier votre offre par rapport à vos concurrents. Ex : top 5 reasons to work with [...]
  - Informations pratiques

#### 4. Comment identifier ces opérateurs ?

Solutions&Co est votre relais à l'international auprès de ces cibles, valorise votre offre et met en place diverses actions, telles que :

- *Salon professionnels / Workshop / Démarchage*
  - Pour rencontrer ces professionnels et comprendre leurs attentes (rendez-vous préprogrammés)
  - Pour former les opérateurs sur la destination / votre offre
- *Eductour / fam trip*
  - Pour faire découvrir votre offre aux opérateurs, en les emmenant sur le terrain

#### 5. Comment fidéliser ces opérateurs ?

Il est important de fidéliser les TO dès la 1<sup>ère</sup> année de contractualisation :

- Envoyez régulièrement des informations sur vos nouveautés, aménagements, évènements, etc.
- Adressez-leur des offres spéciales
- Faites le point avec eux en fin de saison, pour identifier points d'amélioration réajustement
- Entretenez un bon relationnel
- Invitez les à venir découvrir votre offre, en éductour
- Informez Solutions&Co des relations que vous avez avec eux, afin que nous puissions assurer le relais

#### 6. Quelles sont leurs spécificités ?

Selon les pays visés, le fonctionnement et les attentes de ces opérateurs varient.

Téléchargez nos fiches par pays sur notre site internet vous rappelant les points-clefs sur les clientèles étrangères et le fonctionnement spécifique des opérateurs pour chaque marché.

**Pour aller plus loin...** Et toujours mieux comprendre les attentes de votre clientèle :

- Interrogez vos clients sur « comment ils vous ont connu »
- Répondez aux avis sur les sites type TripAdvisor, même (et surtout) négatifs
- Lisez les commentaires des clients étrangers sur les sites type TripAdvisor, pour comprendre ce qu'ils attendent