

Sondage sur les réalités commerciales numériques des hôteliers du Québec (phase 1)

Le 21 mars 2017



Powered by  SurveyMonkey

Agenda

- Pourquoi ce sondage et objectifs
- Méthodologie
- Profil des répondants
- Les plateformes numériques
- Les pratiques
- Les réservations en ligne
- Les OTA
- Principaux commentaires reçus
- Plan d'actions



POURQUOI CE SONDAGE ?

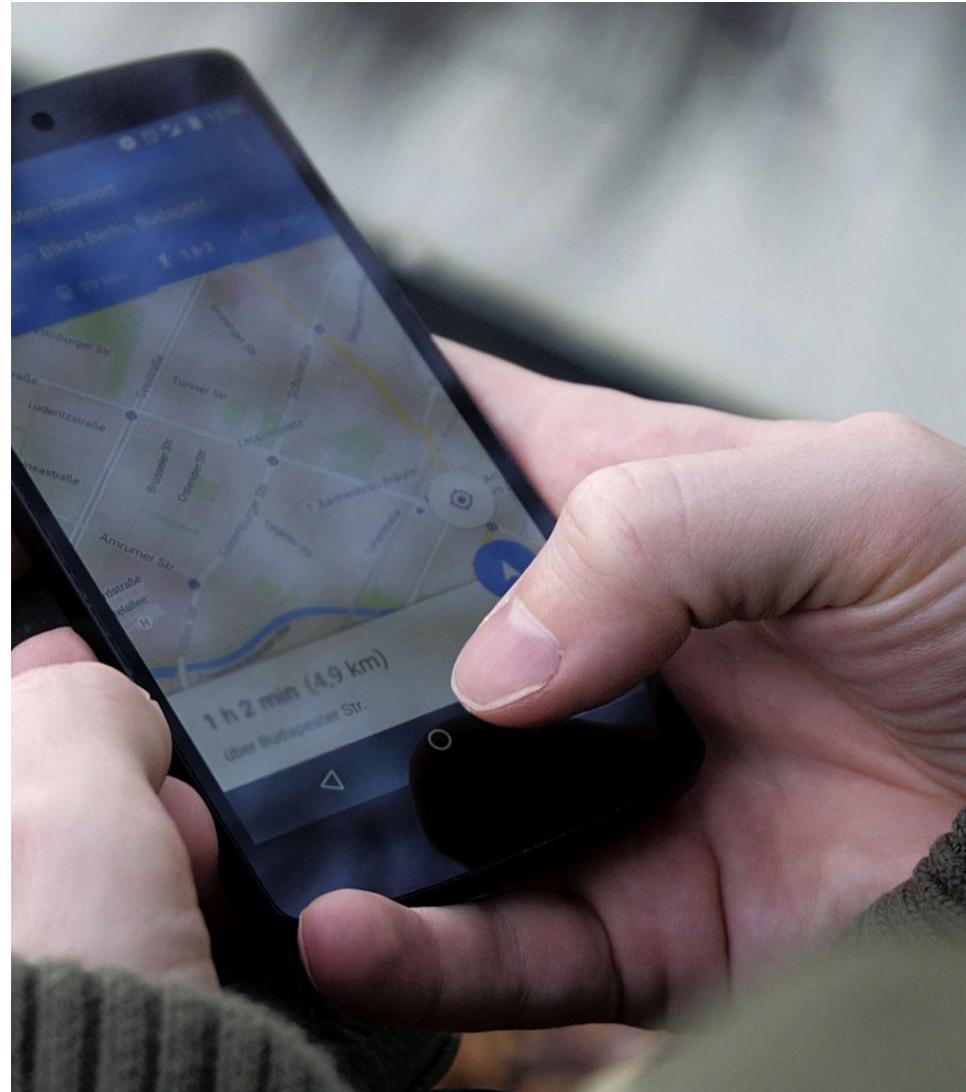
1. Réalités numériques incontournables
2. Accélération depuis 3 ans
3. Établir ce que l'AHQ peut faire pour mieux accompagner ses membres dans cette réalité
4. Plan global pour l'amélioration de la compétitivité des hôteliers indépendants québécois dans les nouvelles réalités commerciales numériques

OBJECTIFS

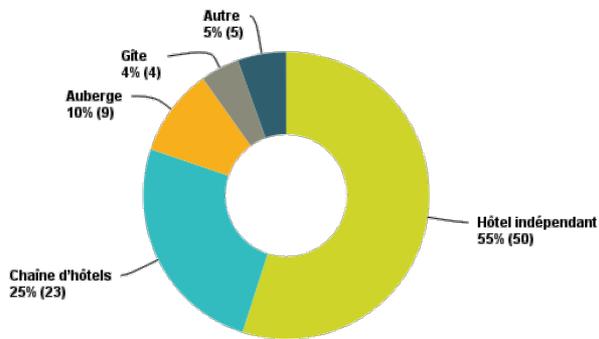
1. Guider l'offre de services aux membres de l'AHQ dans le contexte numérique
2. Orienter le plan global pour les nouvelles réalités commerciales numériques

Méthodologie

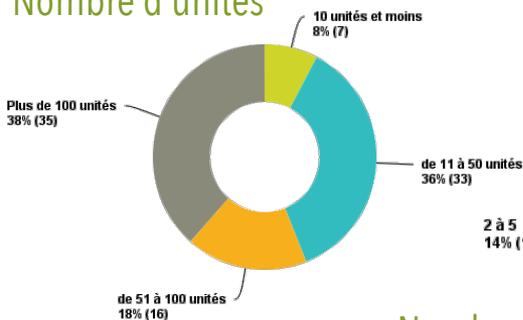
- Sondage transmis à tous les membres
- Période: du 7 mars au 15 mars 2017
- 30 questions à choix multiples
- 4 sections
 - Profil sommaire des répondants
 - Plateformes numériques
 - Réservations et OTA
 - Autres pratiques commerciales



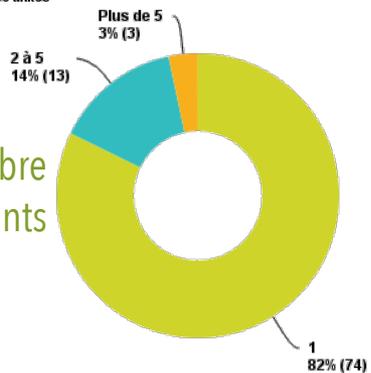
Profils des répondants



Nombre d'unités

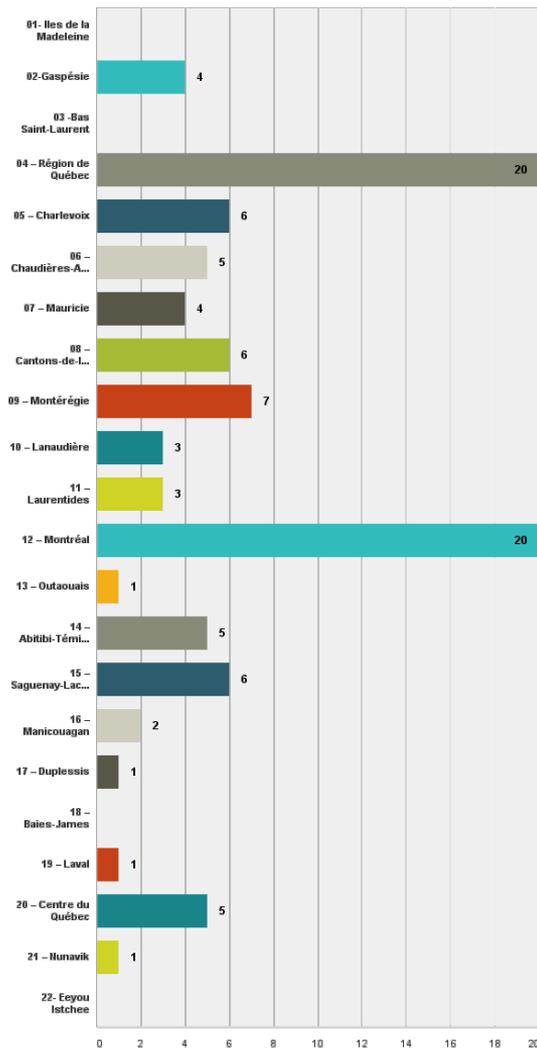


Nombre d'établissements



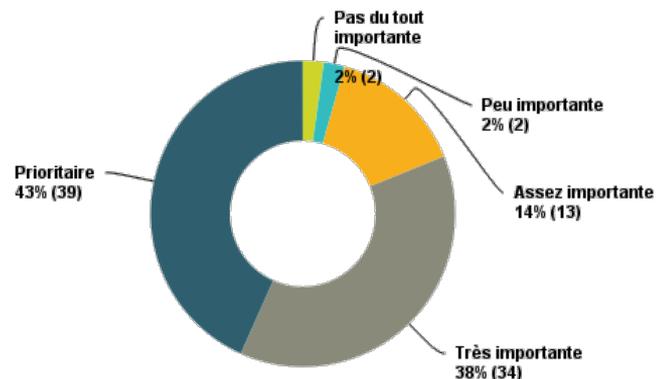
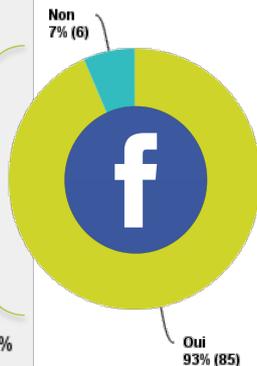
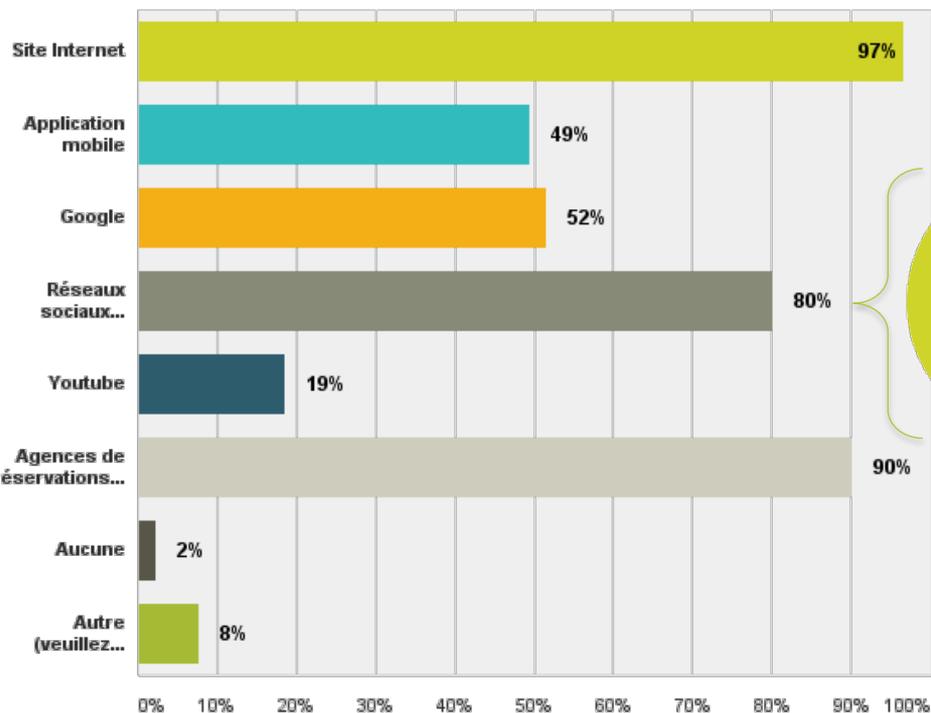
91 répondants

18 des 22 régions du Québec
(aucun répondant des Îles-de-la-Madeleine, Bas St-Laurent, Baie-James et Eeyou Istchee)



Les plateformes numériques

*Bonne nouvelle!
Les membres sont actifs dans le numérique et ils exploitent
un site Internet consacré à leur établissement*



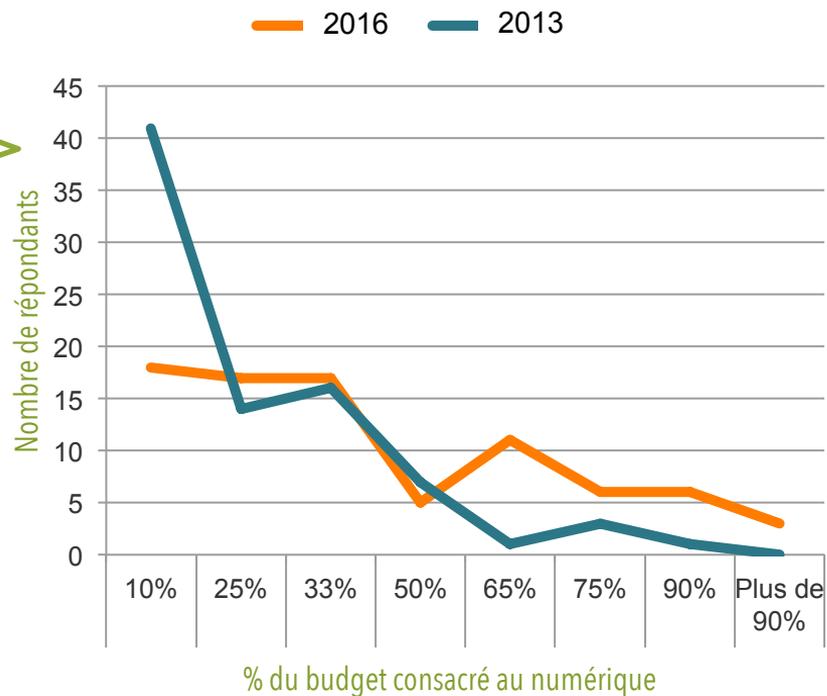
Plus de **81%** estiment que c'est très important ou prioritaire pour leur développement des affaires!

C'est clairement une priorité d'affaires!!

Les pratiques

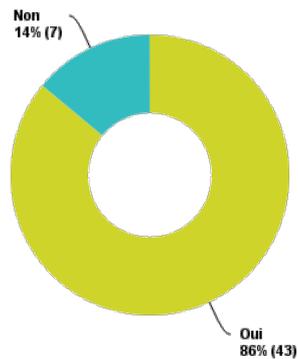
Aujourd'hui, plus de **35%** des répondants consacrent plus de la moitié de leur budget marketing à l'exploitation des plateformes numériques.
C'était **14%** il y a 3 ans!

- Les membres se sentent plutôt satisfait de leur implication dans le numérique,
- Cependant, plus de **70%** souhaiterait recevoir davantage de support à cet égard.
- Ce chiffre s'élève à **85%** pour les hôteliers indépendants!



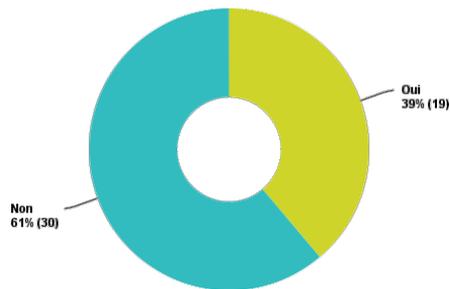
Avec une part de plus en plus importante des budgets consacrés aux offensives numériques, plus de support est souhaité par les membres pour optimiser chaque dollar investi

Les réservations en ligne



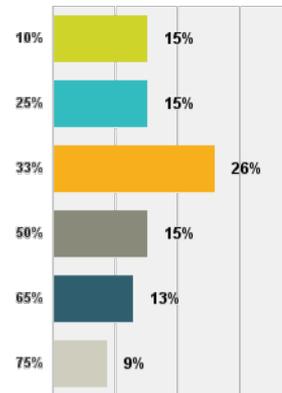
86%

des sites Internet des hôteliers indépendants permettent la réservation d'unités



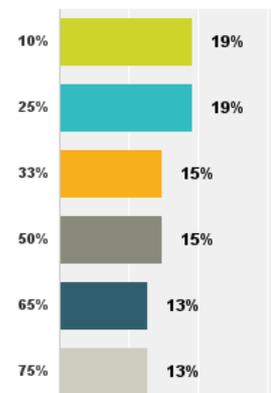
61%

ne permettent pas de payer directement sur le site Internet (30% chez les chaînes)



71%

des répondants estiment que 50% et moins de leurs réservations se font en ligne.



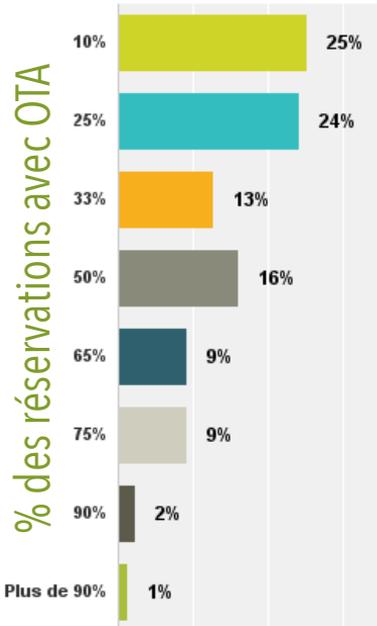
53%

des répondants estiment que parmi les réservations en ligne, 33% et moins proviennent des OTA

L'opportunité d'augmenter le nombre de réservations en ligne est réelle et l'offre de paiement en ligne est clairement un catalyseur à développer afin d'y arriver

Les OTA

Perceptions vs Réalité ?

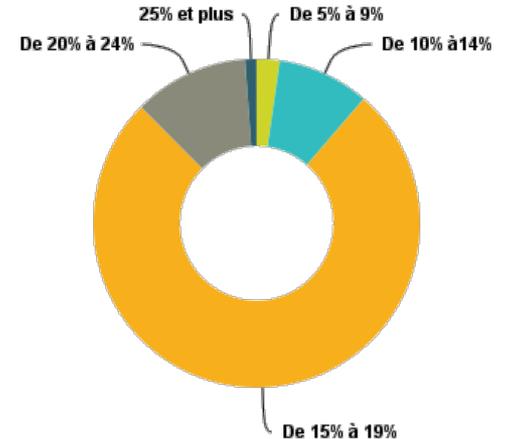


1. Augmentation de la visibilité
2. La simplicité d'utilisation
3. L'augmentation du nombre de réservations
4. L'acquisition de nouvelles clientèles
5. La croissance des revenus



1. Le taux de commissions
2. Les contraintes sur la tarification
3. La portion trop grande provenant des OTA
4. L'impossibilité de saisir les données clients
5. Le sentiment de ne pas avoir le choix

Commi\$\$ion\$



48%



48%

La réalité des affaires générées par les OTA doit être démystifiée davantage et un plan d'actions pour inverser le taux élevé d'insatisfaction est souhaitable

Principaux commentaires reçus sur les OTA

« *On se sent pris en otage* »

« Monopole »

« *Sièges sociaux à l'extérieur du pays* »

« *Un des plus gros irritants est l'achat de nos noms de domaines par les OTA (pay per click)... ils utilisent nos marques de commerce, nos images et deviennent des revendeurs sans même avoir eu notre consentement* »

« *J'aurais coché 1 pour les 5 questions mais je ne pouvais cocher qu'un seul* »

« *Pas le choix de faire affaires avec eux mais il nous mange tous les profits* »

« *Ce qui nous déçoit c'est que les OTA devaient nous donner accès à des nouveaux marchés, augmenter notre clientèle, mais ils viennent aussi et surtout gruger sur nos revenus de clientèle déjà existante pour nous* »

« *Les commissions sont chères, mais l'utilisation des OTA me permettent de rejoindre des clients partout en Europe à moindre coût* »



