LES CARNETS
Concept DigiWeb
CRÉATION • VISIBILITÉ • AUTOMATISATION

GUIDE GRATUIT

Le carnet des hébergements touristiques

Un site attractif pour accueillir plus de voyageurs, toute l'année



- **Site internet et présentation de l'hébergement**
  Mettez en valeur votre lieu, vos atouts et votre environnement
- **Réservations et gestion en ligne**
  Simplifiez la prise de réservation et l'organisation de votre agenda
- **Visibilité Google et réseaux sociaux**
  Attirez de nouveaux voyageurs toute l'année
- **Communication et relation avec vos clients**
  Informez, fidélisez et recueillez des avis positifs
- **Intelligence artificielle et automatisation**
  Gagnez du temps sur les tâches administratives
- **Des conseils concrets et faciles à mettre en place**
  Pour développer votre activité durablement

Des outils numériques au service de votre accueil

ORDINATEUR • TABLETTE • MOBILE

01 — Un hébergement, plusieurs façons de réserver

Un propriétaire peut gérer son activité sur son propre site, sur une ou plusieurs plateformes, ou combiner les deux. Le meilleur modèle dépend du temps disponible, du budget et du nombre de logements.

Les plateformes

Airbnb, Booking.com, Gîtes de France ou Leboncoin peuvent apporter de la visibilité. Les règles, commissions, modalités de paiement et outils proposés diffèrent : comparez-les avant de vous engager.

Le site personnel

Il présente votre hébergement, votre histoire, les environs et vos conditions. Avec un moteur de réservation adapté, il peut aussi recevoir des réservations directes.

Le modèle mixte

Il associe la visibilité des plateformes à une présence indépendante. L’enjeu n’est pas de multiplier les canaux, mais de garder des informations, tarifs et disponibilités cohérents.

À tester cette semaine

Listez tous les endroits où votre hébergement apparaît. Vérifiez pour chacun : photos, prix, description, lien, coordonnées et calendrier.

02 — Un site qui donne envie de séjourner

Le site n’est pas une brochure figée : c’est un outil d’accueil qui répond aux questions avant même le premier message.

Une page d’accueil utile

Montrez immédiatement le type d’hébergement, sa localisation, ses atouts, sa capacité et un bouton « Voir les disponibilités » ou « Réserver ».

Des informations qui rassurent

Précisez les équipements, les horaires d’arrivée et de départ, l’accessibilité, les animaux acceptés ou non, les conditions d’annulation et les frais éventuels.

Un parcours mobile

La majorité des voyageurs consultent leurs options sur téléphone. Vérifiez que les images chargent vite et que les boutons sont faciles à utiliser.

Un appel à l’action clair

Chaque page doit permettre de passer facilement à l’étape suivante : réserver, demander un renseignement ou découvrir les activités voisines.

03 — Être trouvé sur Google

Avant de réserver, les voyageurs comparent les photos, les avis, la situation et les informations pratiques.

La fiche Google Business Profile

Si votre activité est éligible, complétez les catégories, les coordonnées, le site, les photos et les informations utiles. L’éligibilité dépend notamment du type d’hébergement et de son mode d’accueil.

Le référencement local

Créez des pages qui répondent à des recherches réelles : « gîte familial près de… », « chambre d’hôtes avec jardin », « séjour vélo en… ». Évitez de répéter artificiellement des mots-clés.

Les avis

Invitez vos voyageurs à partager un avis authentique et répondez avec courtoisie. Ne proposez pas de récompense en échange d’un avis positif.

Les photos

Présentez les pièces, les extérieurs, l’environnement et les détails pratiques. Une photo fidèle aux lieux évite les déceptions.

04 — Réservations et calendriers connectés

C’est souvent le premier gain de temps à rechercher : réduire les doubles saisies et le risque de double réservation.

Un calendrier partagé

Une synchronisation iCal peut transmettre les dates bloquées entre certains services. Elle n’est pas toujours instantanée et ne synchronise généralement pas tous les tarifs, messages ou restrictions.

Un channel manager

Un logiciel spécialisé peut centraliser plusieurs canaux et, selon ses connexions, synchroniser disponibilités, prix et réservations. Vérifiez les intégrations réellement proposées pour chaque plateforme.

Un moteur de réservation

Pour les réservations directes, choisissez un outil qui gère les disponibilités, les confirmations, les conditions et, si nécessaire, le paiement sécurisé.

Exemples à comparer

Smoobu et Lodgify proposent des solutions destinées aux locations de courte durée. Comparez fonctionnalités, frais, support, langue et compatibilité avant tout choix.

05 — Accueillir avant l’arrivée

Une bonne communication commence dès la réservation et peut être largement préparée à l’avance.

Le message de confirmation

Envoyez les informations essentielles : dates, nombre de voyageurs, adresse, horaires, coordonnées et prochaine étape.

Le message avant séjour

Quelques jours avant l’arrivée, transmettez les modalités d’accès, le stationnement, le linge fourni, les équipements et les consignes utiles.

Le livret d’accueil numérique

Un lien ou QR code peut rassembler Wi-Fi, équipements, tri des déchets, contacts, restaurants, visites et consignes de départ. Il reste consultable sur téléphone.

Une attention humaine

Automatiser n’empêche pas la personnalisation : ajoutez une recommandation locale ou un mot d’accueil adapté au séjour.

06 — Communiquer pendant et après le séjour

L’objectif n’est pas d’envoyer davantage de messages, mais de donner la bonne information au bon moment.

Pendant le séjour

Prévoyez un moyen de contact simple en cas de question et une page d’informations pratiques facile à retrouver.

Après le départ

Un message de remerciement peut inviter à laisser un avis, rappeler le site de réservation directe et présenter les périodes à venir, sans sollicitation excessive.

La relation durable

Une newsletter saisonnière peut présenter nouveautés, événements et disponibilités aux personnes qui ont accepté de la recevoir.

La confidentialité

Ne partagez pas les coordonnées des voyageurs entre outils sans nécessité. Informez-les clairement des usages de leurs données et des messages marketing.

07 — Réseaux sociaux : montrer la vie du lieu

Une publication utile montre une expérience, pas seulement une chambre vide.

Quoi publier ?

Une balade à proximité, un petit-déjeuner, une nouvelle terrasse, un marché local, une saison particulière ou un itinéraire de visite.

Créer plus facilement

Canva ou Adobe Express permettent de préparer des modèles cohérents. Un calendrier éditorial simple suffit souvent à tenir le rythme.

Les liens qui comptent

Sur votre profil, donnez un accès direct au site, aux disponibilités ou au formulaire de contact. Vérifiez régulièrement ces liens.

Mesurer l’utile

Regardez surtout les demandes et les réservations issues de vos publications, pas uniquement les mentions « J’aime ».

08 — IA : un assistant pour les tâches répétitives

L’intelligence artificielle peut aider à préparer du contenu, mais le propriétaire garde la responsabilité des informations diffusées.

Des usages concrets

Préparer trois versions d’une annonce, traduire un message d’accueil, proposer un programme de week-end ou structurer une FAQ.

Un exemple de demande

« Rédige un message chaleureux de pré-arrivée pour un gîte de quatre personnes. Utilise uniquement les informations ci-dessous et signale les informations manquantes. »

Les limites

Vérifiez les horaires, prix, règles locales et adresses. Ne laissez pas une IA inventer les équipements ou les prestations.

La prudence

Évitez d’envoyer des données personnelles de voyageurs dans un outil d’IA sans garanties adaptées. Préférez des exemples anonymisés.

09 — Automatiser sans déshumaniser

Les automatisations peuvent relier un formulaire, un agenda, une base de suivi et des emails, sous réserve de connexions autorisées.

Un scénario simple

Nouvelle demande reçue → ajout au tableau de suivi → notification au propriétaire → préparation d’une réponse. La validation humaine reste possible avant l’envoi.

Les bons outils

Make ou Zapier permettent de relier de nombreux services. Notion, Airtable ou un outil de gestion locative peuvent servir de tableau de bord selon vos besoins.

Ce qui mérite d’être automatisé

Confirmations, rappels de préparation, tâches de ménage, demandes de renseignements fréquentes et suivi des avis.

Ce qu’il faut vérifier

Les connexions disponibles, les limites des API, les autorisations des plateformes, les coûts et la gestion des erreurs.

10 — Tarifs, disponibilité et saisonnalité

Un bon système aide à prendre des décisions sans obliger à tout gérer manuellement.

Suivre quelques indicateurs

Taux d’occupation, prix moyen par nuit, provenance des réservations, frais des plateformes et périodes moins demandées.

Les tarifs dynamiques

Des services comme PriceLabs peuvent aider à ajuster les tarifs selon des paramètres et des données de marché. Ils nécessitent un paramétrage et un contrôle régulier.

Éviter les surprises

Affichez clairement le prix total et les frais applicables avant confirmation. Gardez des conditions cohérentes sur les différents canaux.

Un tableau de bord lisible

Chaque mois, comparez réservations directes, réservations via plateformes et coûts associés pour savoir ce qui fonctionne.

11 — Une expérience voyageur plus moderne

Les meilleurs outils numériques rendent le séjour plus simple et le lieu plus mémorable.

Un guide local interactif

Proposez une carte des commerces, marchés, sentiers, restaurants et activités avec des liens pratiques.

Un accès sans friction

Un QR code à l’entrée ou dans le logement peut ouvrir le livret d’accueil, mais conservez une solution pour les voyageurs moins à l’aise avec le numérique.

Des services additionnels

Selon votre activité, proposez une arrivée anticipée, un panier d’accueil ou une visite partenaire, avec disponibilité et prix clairement indiqués.

L’accessibilité

Prévoyez des textes lisibles, un bon contraste, des alternatives aux images et des indications pratiques pour les personnes à mobilité réduite.

12 — Votre plan d’action en 30 jours

Il n’est pas nécessaire de tout mettre en place en même temps. Commencez par ce qui fait gagner du temps et évite les erreurs.

Semaine 1 : rendre l’offre claire

Actualisez photos, descriptifs, équipements, tarifs, coordonnées et conditions sur tous vos canaux.

Semaine 2 : fluidifier les réservations

Vérifiez la synchronisation des calendriers. Comparez les besoins réels avant de choisir un channel manager ou un moteur de réservation.

Semaine 3 : mieux accueillir

Créez un message de pré-arrivée, une FAQ et un livret d’accueil numérique consultable sur mobile.

Semaine 4 : automatiser et mesurer

Automatisez une seule tâche répétitive, puis mesurez son efficacité. Préparez un tableau simple de suivi mensuel.

13 — Votre diagnostic numérique

Cochez mentalement les affirmations qui correspondent déjà à votre activité. Les réponses manquantes dessinent vos priorités.

Visibilité

Mes photos sont récentes. Mes informations sont identiques partout. Mon site ou mes annonces sont faciles à consulter sur mobile.

Réservations

Je sais d’où viennent mes réservations. Mes calendriers sont cohérents. Je connais le coût de chaque canal.

Accueil

Mes voyageurs reçoivent les informations utiles au bon moment. Ils disposent d’un guide pratique facile à retrouver.

Organisation

Je peux suivre réservations, tâches et messages sans multiplier les saisies. Je connais les tâches que je pourrais automatiser.

Communication

Je recueille des avis de façon appropriée. Je peux retrouver mes anciens voyageurs ayant accepté de recevoir des nouvelles.

14 — Mes trois priorités

À partir de votre diagnostic, choisissez trois améliorations réalisables. Une petite amélioration concrète vaut mieux qu’une longue liste jamais appliquée.

Priorité 1

.....

Priorité 2

.....

Priorité 3

.....

Et ensuite ?

ConceptDigiWeb peut vous accompagner pour créer ou améliorer votre site, connecter vos outils et mettre en place des automatisations adaptées à votre hébergement.

À retenir

Un hébergement moderne n’a pas besoin de dix applications : il a besoin de quelques outils bien choisis, reliés entre eux et simples à utiliser.

Découvrez d’autres ressources sur conceptdigiweb.com