Growthmaster *Travel*

E-BOOK GRATUIT

Guide gratuit
8 CHAPITRES + CHECKLIST

Plus de *réservations directes*

Un guide pratique pour campings, glampings, villages vacances, chambres d'hôtes et petits hôtels



DES ANNÉES D'EXPÉRIENCE MARKETING CHEZ

Holidu · Belvilla · Center Parcs

Kelly Kap, Growthmaster

Édition novembre 2026

PLUS DE RÉSERVATIONS DIRECTES

Sommaire

01 Ce que coûte une réservation via une plateforme

02 Ce que permet le Digital Markets Act

03 Votre site, machine à réservations

04 Une raison de réserver en direct

05 Être trouvé sur Google

06 Répondre vite et relancer

07 Faire revenir vos clients fidèles

08 Mesurer ce qui marche

Checklist : 20 points

Les plateformes de réservation vous apportent de nouveaux clients. Mais chaque réservation coûte une commission, et le client reste un peu celui de la plateforme. Ce guide vous aide à faire réserver plus de clients directement chez vous, sans abandonner complètement les plateformes.

Vous découvrirez ce que coûte vraiment une réservation via une plateforme, ce que permet le Digital Markets Act européen pour vos prix, et comment obtenir plus de réservations directes en six étapes. Une checklist de 20 points vous attend à la fin.

KK

L'autrice. Kelly Kap a travaillé plusieurs années dans le marketing chez Holidu, Belvilla et Center Parcs. Avec Growthmaster Travel, elle aide les entreprises du tourisme à obtenir plus de réservations directes grâce à une automatisation intelligente.

Holidu · Belvilla · Center Parcs

CHAPITRE 1

01 Ce que coûte une réservation via une plateforme

Selon SiteMinder, Booking.com facture généralement entre 10 et 25 % de commission, selon notamment votre localisation et votre accord. Un exemple :

10–25 %

de commission par réservation sur Booking.com, selon SiteMinder

COMMISSION SUR UNE RÉSERVATION DE 600 €



✓ **Chaque réservation ramenée sur votre site, vous la gardez.**

Montant	À 10 %	À 15 %	À 25 %
300 €	30 €	45 €	75 €
600 €	60 €	90 €	150 €
1 200 €	120 €	180 €	300 €

Faites le calcul pour votre établissement : réservations via plateformes par an × montant moyen × votre taux de commission. Chaque réservation ramenée sur votre site vous fait économiser ce montant. Plus important encore : avec une réservation directe, la relation client vous appartient.

CHAPITRE 2

02 Ce que permet le Digital Markets Act

Pendant longtemps, vous ne pouviez pas être moins cher sur votre site que sur la plateforme. Booking.com a été désigné contrôleur d'accès au titre du Digital Markets Act européen. Selon la fiche de la Commission européenne, la plateforme doit respecter toutes les obligations concernées depuis le 14 novembre 2024 : les hébergements de l'Espace économique européen peuvent fixer librement leurs prix et conditions, sur et en dehors de Booking.com, y compris sur leur propre site.

CE QUI A CHANGÉ

14 nov. 2024
Booking.com doit respecter les obligations du DMA

sept. 2026
Les prix externes ne comptent plus pour le programme Sponsored Benefit

Aujourd'hui
Vous pouvez offrir un meilleur prix ou de meilleures conditions en direct

En septembre 2026, Booking.com s'est aussi engagé à ne plus tenir compte des prix extérieurs pour l'accès à son programme Booking Sponsored Benefit. Les comparaisons de prix externes dans l'extranet sont désormais purement informatives.

Concrètement ? Vous pouvez proposer en direct un prix plus bas ou de meilleures conditions. Relisez tout de même votre contrat et les conditions des programmes auxquels vous participez.

CHAPITRE 3

03 Votre site, machine à réservations

La plupart des réservations directes se perdent sur le site lui-même. Vérifiez ces points sur votre téléphone, car c'est là que réservent la plupart des clients :

Exemple



1. **Disponibilité et prix d'un coup d'œil**
2. **Prix total sans surprise**
3. **Bouton de réservation toujours visible**

- Voit-on disponibilités et prix en quelques secondes ?
- Peut-on réserver en trois étapes, sans créer de compte ?
- Le prix total et les suppléments sont-ils clairs tout de suite ?
- Le bouton de réservation est-il visible sur chaque page ?
- Le site se charge-t-il vite, même en 4G faible ?
- Photos, plan et règlement sont-ils faciles à trouver ?

Ne renvoyez pas les clients vers un formulaire par e-mail pour réserver. Chaque étape en plus coûte des réservations.

04 CHAPITRE 4 Une raison de réserver en direct

Les clients réservent en direct quand ils y gagnent quelque chose. Choisissez un ou deux avantages et affichez-les à côté du bouton de réservation, sur la page de confirmation et sur votre fiche Google :

- Choisir son emplacement, son chalet ou sa chambre
- Départ tardif ou arrivée anticipée offerts
- Annulation plus souple
- Petit-déjeuner, une bouteille de vin ou location de vélos à l'arrivée
- **Un prix plus bas, si vous le souhaitez**
- Un contact personnel avant l'arrivée, par exemple sur WhatsApp

Soyez bref et concret : « Réservé en direct ? Vous choisissez votre emplacement et restez jusqu'à 13 h. »

05 CHAPITRE 5 Être trouvé sur Google

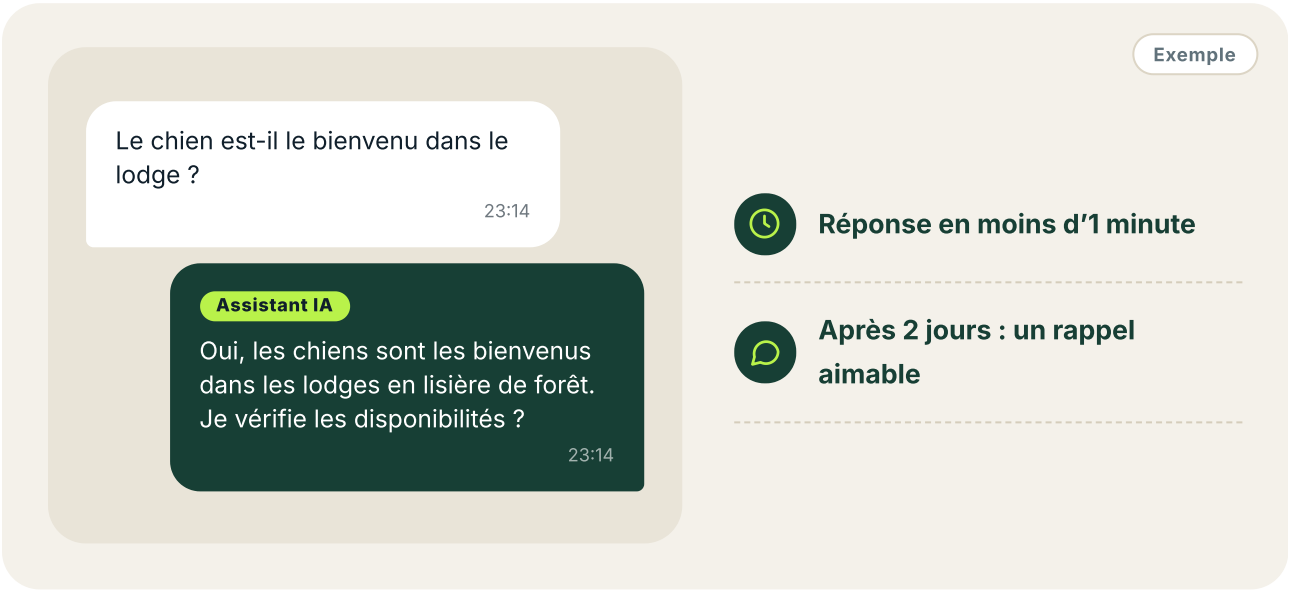
Beaucoup de clients vous cherchent d'abord par votre nom sur Google, même s'ils vous ont trouvé sur une plateforme. Faites en sorte que le chemin direct l'emporte :



- Tenez votre fiche d'établissement Google à jour : photos, horaires, saisons et lien vers votre page de réservation.
- Les hôtels peuvent obtenir des liens de réservation gratuits via Google Hotel Center : des liens à côté des annonces, sans coût par clic. La connexion passe souvent par votre logiciel de réservation ou votre channel manager.
- Créez des pages sur ce que cherchent vos clients, comme « camping avec chien au bord d'un lac » ou « chambre d'hôtes avec petit-déjeuner en Dordogne ».
- Beaucoup de clients étrangers ? Un site multilingue avec hreflang les aide à vous trouver dans leur langue.

06 CHAPITRE 6 Répondre vite et relancer

Un client qui hésite pose d'abord une question. Si elle reste sans réponse une journée, il réserve souvent ailleurs. Trois choses aident :



- **Des réponses types** aux vingt questions les plus fréquentes, pour répondre en une minute.
- **Être joignable hors horaires**, par exemple avec un assistant numérique pour les questions fréquentes. Indiquez alors qu'il s'agit d'une IA : c'est obligatoire depuis le 2 août 2026 selon le règlement européen sur l'IA.
- **Relancer** : un rappel aimable après deux jours pour une demande ou un devis resté sans réponse.

07 CHAPITRE 7 Faire revenir vos clients fidèles

Un client déjà venu, c'est la réservation la moins chère. Constituez votre propre fichier et gardez le contact :



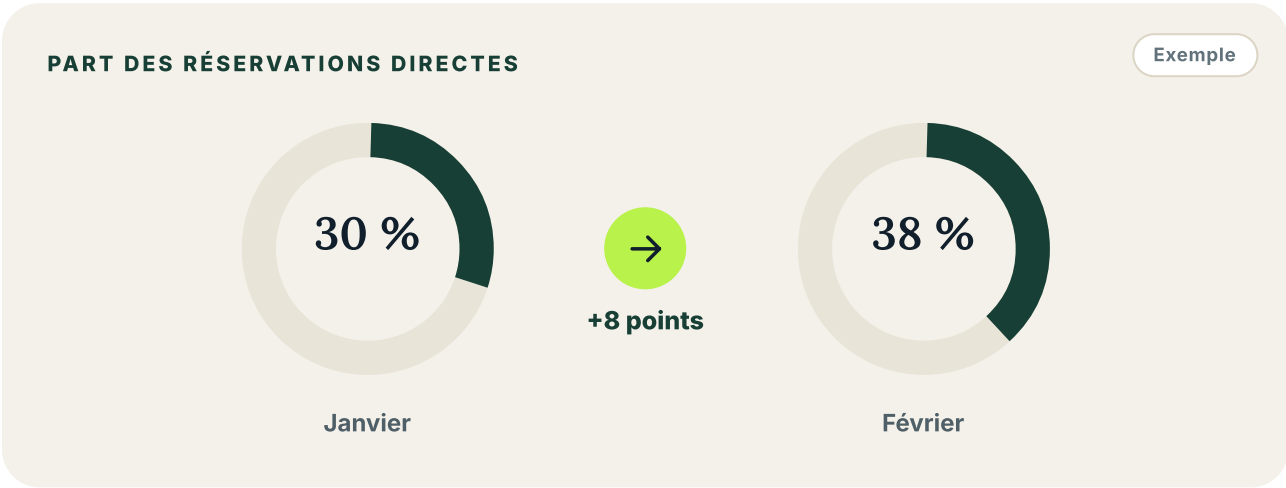
- Demandez aux clients qui réservent en direct s'ils veulent votre newsletter.
- Faites découvrir votre site pendant le séjour, par exemple avec un QR code à l'accueil.
- Envoyez à temps à vos clients fidèles votre offre d'avant-saison ou pour l'année suivante.

Les règles : la prospection par e-mail exige normalement un consentement. Il existe une exception pour les clients existants (article 13 de la directive vie privée et communications électroniques, en France l'article L34-5 du Code des postes et des communications électroniques) : si vous avez obtenu l'adresse lors d'une réservation, que vous proposez des services analogues et que le client peut se désabonner facilement dans chaque e-mail. Les clients passés par une plateforme n'en relèvent généralement pas.

CHAPITRE 8

08 Mesurer ce qui marche

Notez une fois par mois comment arrivent vos réservations. Un simple tableau suffit :



Mois	Direct	Plateformes	Part directe	Qu'avez-vous changé ?
Janvier	18	42	30 %	Avantage près du bouton
Février	24	40	38 %	E-mail aux clients fidèles

Les chiffres de ce tableau sont un exemple.

Vous verrez ainsi quelle étape fait vraiment la différence, et où continuer.

CHECKLIST

Checklist : 20 points

Cochez ce que vous faites déjà

- [ ] 01 Je sais combien les plateformes me coûtent en commission par an
- [ ] 02 J'ai relu mon contrat avec les plateformes
- [ ] 03 Disponibilités et prix s'affichent en quelques secondes sur mon site
- [ ] 04 On réserve en trois étapes, aussi sur mobile
- [ ] 05 Le prix total est clair tout de suite
- [ ] 06 Chaque page a un bouton de réservation
- [ ] 07 Mon site se charge vite sur mobile
- [ ] 08 Un avantage concret figure à côté du bouton de réservation
- [ ] 09 Cet avantage figure aussi sur ma fiche Google et dans l'e-mail de confirmation
- [ ] 10 Ma fiche d'établissement Google est à jour et renvoie vers ma page de réservation
- [ ] 11 J'ai vérifié si les liens de réservation gratuits de Google sont possibles pour moi
- [ ] 12 J'ai des pages sur les recherches de mes clients
- [ ] 13 Mon site existe dans les langues de mes principaux clients étrangers
- [ ] 14 J'ai des réponses types aux vingt questions les plus fréquentes
- [ ] 15 Les questions reçoivent une réponse en quelques heures, même le soir
- [ ] 16 Un assistant numérique indique qu'il est une IA
- [ ] 17 Les demandes sans réponse reçoivent un rappel
- [ ] 18 Les clients en direct peuvent s'inscrire à ma newsletter
- [ ] 19 Mes clients fidèles reçoivent à temps mon offre pour la saison suivante
- [ ] 20 Je mesure chaque mois ma part de réservations directes

PROCHAINE ÉTAPE

Besoin d'aide ?

Growthmaster Travel aide les entreprises du tourisme pour la communication client, les réseaux sociaux, les avis et le suivi des demandes de réservation, avec l'IA et toujours avec votre validation. Lors d'une démo gratuite de 30 minutes (en anglais ou en néerlandais), nous regardons où gagner le plus de réservations directes chez vous.

growthmaster.nl/fr/travel →



KK

L'autrice. Kelly Kap a travaillé plusieurs années dans le marketing chez Holidu, Belvilla et Center Parcs. Avec Growthmaster Travel, elle aide les entreprises du tourisme à obtenir plus de réservations directes grâce à une automatisation intelligente.

Holidu · Belvilla · Center Parcs

Sources

1. Commission européenne : fiche DMA sur Booking.com (septembre 2026) https://digital-markets-act.ec.europa.eu/factsheet-how-dma-ensures-businesses-using-bookingcom-are-free-set-their-prices-and-bookingcom-2026-09-28_en
2. SiteMinder : Booking.com fees https://www.siteminder.com/r/booking-com-fees/
3. Aide Google Hotel Center : liens de réservation gratuits https://support.google.com/hotelprices/answer/10472394?hl=fr
4. EUR-Lex : directive 2002/58/CE, article 13 https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2002/58/oj/fra
5. EUR-Lex : règlement (UE) 2024/1689 (règlement sur l'IA) https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/fra

Ce guide a été rédigé avec soin mais ne constitue pas un conseil juridique. Les règles peuvent varier selon les pays ; en cas de doute, vérifiez votre situation.