BIEN

BUSINESS • INTELLIGENCES • ECO-RESPONSABILITÉ • NOUVEAUX USAGES

LE RENDEZ-VOUS DES PROS DU TOURISME TARNAIS

TARN ATTRACTIVITÉ | Roofline

ATELIER 2 · SALLE B · COMMERCIALISATION & BUSINESS

« Plateformes, réservation directe, fidélisation : trouvez le bon équilibre ! »



Audrey ROUFFIAC
ROOFLINE

Roofline

Une agence web à taille humaine, à Albi

Fondée par Audrey Rouffiac, Roofline accompagne les TPE et PME du Tarn dans leur stratégie digitale. Une équipe pluridisciplinaire, 100 % issue de reconversions professionnelles.

Authenticité **Créativité** **Proximité** **Réactivité**

Sites web	Vitrine, e-commerce, one page, éditorial
Référencement	SEO et visibilité dans les IA
Campagnes	Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads
Réseaux sociaux	Community management et contenus

Roofline Academy
Certifié Qualiopi

Formez-vous sans dépenser 1 euro
Organisme de formation, prise en charge OPCO

www.roofline.fr
16 rue de la République, 81000 Albi · 05 63 54 23 00

TARN ATTRACTIVITÉ

Déroulé de l'atelier

0–4 min	**Le piège de la dépendance**	Prendre conscience du coût et du risque
4–9 min	**OTA : un canal d'acquisition, pas une finalité**	Leur rôle dans le parcours client
9–17 min	**7 leviers pour diversifier l'acquisition**	Des alternatives concrètes
17–27 min	**Témoignage · Lise Albarède, Château de Penne**	Leur stratégie de distribution
27–39 min	**Transformer un séjour OTA en relation client**	Créer une expérience et un contact direct · avec Afi Aubertin, Tarn Attractivité
39–55 min	**Faire revenir et recommander**	Des actions simples de fidélisation
55–60 min	**Les 3 actions pour demain**	Des priorités applicables tout de suite

Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

01

Le piège de la dépendance

D'où viennent vos réservations aujourd'hui ?

- Booking, Airbnb, Abritel...
- Mon site internet
- Téléphone, email
- Office de tourisme, réseaux
- Clients fidèles, bouche-à-oreille

Le coût d'une réservation selon le canal

Exemple : 30 000 € de réservations sur une année

Via Booking · 15 %

4 500 €

de commission

En direct · ≈ 3,5 %

1 050 €

de frais (moteur, paiement, publicité)

Écart

3 450 €

par an, à réinvestir dans votre visibilité

Sources : taux Booking le plus courant en France (Lodgify, Nooralto, 2026) · coût moyen du direct (D-EDGE, 2025)

Dépendre d'une plateforme, c'est…

Subir ses règles

Commission, conditions d'annulation, classement

Perdre la main sur le prix

Remises et promotions affichées par la plateforme

Ne pas connaître son client

Email masqué, pas de lien après le séjour

Être fragile

Un changement d'algorithme peut vider votre planning

02

OTA : un canal d'acquisition, pas une finalité

La plateforme fait connaître, à vous de convertir

EN FRANCE, HÔTELLERIE

56,2 %
des nuitées réservées en direct

25,5 %
des nuitées via une agence en ligne (OTA)

65,9 %
de ces réservations en ligne captées par Booking

Source : Hotrec 2026 (données 2025), via elloha

01 · Inspiration
Réseaux sociaux, bouche-à-oreille, office de tourisme

02 · Découverte
Sur Booking, Airbnb ou Google Maps

03 · Vérification
Recherche du nom sur Google, avis, site, réseaux

04 · Réservation
Sur la plateforme… ou chez vous, si c'est simple

Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

Les plateformes : atouts et contreparties

Ce qu'elles apportent

Une visibilité nationale et internationale

Des clients qui ne vous connaissent pas encore

Le paiement et la gestion des réservations

La confiance liée à une marque connue

Ce qu'elles coûtent

Une commission sur chaque réservation

Peu de contrôle sur l'affichage des prix

Un client qui « appartient » à la plateforme

Une dépendance aux règles et algorithmes

03

7 leviers pour diversifier l'acquisition

7 leviers à activer

1 Fiche Google My Business

- Photos, horaires, avis
- Lien vers le site et la réservation
- Actualités et offres mensuelles

2 Site avec réservation en ligne

- Disponibilités en temps réel
- Paiement sécurisé en ligne
- Avis et photos à jour

3 Réservations en direct

- Numéro visible, réponse sous 24 h
- Confirmation écrite rapide
- Lien de paiement pour l'acompte

4 Réseaux sociaux

- Lien en bio vers la réservation
- Vidéos courtes, coulisses, saisons
- Identifier l'office et les partenaires

5 Institutionnels touristiques

- Offices de tourisme, Tarn Attractivité
- Fiches à jour, documentation
- Labels et classements

6 Partenaires locaux

- Restaurants, activités, sites de visite
- Offres combinées séjour + activité
- Liens croisés entre vos sites

7 Fichier clients

- Emails collectés avec consentement
- Newsletter et offres de retour
- Messages automatiques après séjour

Tous renvoient vers votre site.

Le point d'arrivée où la réservation se fait sans commission.

LEVIER 1 / 7



1

Fiche Google My Business

Souvent le premier contact avec l'établissement, et gratuite.

03 · CHECKLIST

- [ ] Revendiquer et valider sa fiche
- [ ] Choisir la bonne catégorie principale
- [ ] Compléter horaires, services et équipements
- [ ] Rédiger une description avec vos mots-clés
- [ ] Publier 10 photos récentes, en toutes saisons
- [ ] Ajouter le lien vers votre site et la réservation
- [ ] Publier une actualité ou une offre chaque mois
- [ ] Répondre à chaque avis, en signant
- [ ] Répondre aux questions des internautes
- [ ] Suivre les statistiques : appels, clics, itinéraires

OUTILS Google Business Profile · Appli Google Business · Générateur de QR code

LEVIER 2 / 7



2

Site avec réservation en ligne

Le point d'arrivée de tous les autres leviers.

03 · CHECKLIST

- [ ] Lisible et rapide sur mobile
- [ ] Disponibilités et prix en temps réel
- [ ] Réservation et paiement en quelques clics
- [ ] Un bouton « Réserver » visible sur chaque page
- [ ] Des photos de qualité, à jour
- [ ] Les avis clients affichés
- [ ] L'avantage du direct mis en avant
- [ ] Une page par chambre, gîte ou activité
- [ ] Un site sécurisé (https) et des mentions légales
- [ ] Mesurer les visites et les réservations

OUTILS elloha, Amenitiz, Lodgify · Google Search Console · PageSpeed Insights

Indexation et critères de référencement : 6 questions à se poser

1. Indexation
Google connaît-il mes pages ?

- [ ] Déclarer le site dans Search Console
- [ ] Envoyer le plan du site (sitemap)
- [ ] Taper site:votresite.fr pour vérifier
- [ ] Aucune page importante bloquée

2. Technique
Le site est-il agréable ?

- [ ] Chargement en moins de 3 secondes
- [ ] Parfait sur mobile
- [ ] Site sécurisé en https
- [ ] Images légères et nommées

3. Contenu
Est-ce que je réponds à la recherche ?

- [ ] Un titre et une description par page
- [ ] Les mots que tapent vos clients
- [ ] Un texte unique, pas copié d'une annonce
- [ ] Photos décrites (texte alternatif)

4. Local
Suis-je visible près de chez moi ?

- [ ] Fiche Google reliée au site
- [ ] Nom, adresse, téléphone identiques partout
- [ ] Le nom du village et des sites voisins
- [ ] Une page « Que faire autour »

5. Popularité
Les autres parlent-ils de moi ?

- [ ] Liens depuis l'office et Tarn Attractivité
- [ ] Liens croisés avec les partenaires
- [ ] Annuaires et labels (Gîtes de France…)
- [ ] Avis Google nombreux et récents

6. Fraîcheur
Le site vit-il ?

- [ ] Mettre à jour tarifs et photos chaque saison
- [ ] Une actualité ou un article par mois
- [ ] Suivre les clics dans Search Console
- [ ] Corriger les pages en erreur

LEVIER 3 / 7

3

Réservations en direct

(téléphone, email, site internet)

Faciliter la réservation sans intermédiaire, quel que soit le canal.

03 · CHECKLIST

- [ ] Un numéro de téléphone visible partout
- [ ] Répondre aux appels, ou rappeler sous 24 h
- [ ] Un email à votre nom de domaine : contact@votregite.fr
- [ ] Répondre aux demandes par email sous 24 h
- [ ] Des modèles de réponse prêts à l'emploi
- [ ] Une confirmation écrite envoyée rapidement
- [ ] Un lien de paiement simple pour l'acompte
- [ ] Un bouton « Réserver » sur votre site
- [ ] Un avantage réservé au direct, bien affiché
- [ ] Une signature email : logo, téléphone, lien « Réserver »

OUTILS Nom de domaine : OVH, Gandi

Générateur de signature HubSpot

Lien de paiement : Stripe, SumUp

LEVIER 4 / 7



4

Réseaux sociaux

Donner envie, puis renvoyer vers la réservation.

03 · CHECKLIST

- [ ] Un lien en bio qui mène à la réservation
- [ ] Le bouton « Réserver » sur Facebook et Instagram
- [ ] 80 % de contenus utiles, 20 % de promotion
- [ ] Un rythme régulier plutôt qu'intense
- [ ] Des vidéos courtes et verticales
- [ ] Identifier l'office de tourisme et les partenaires
- [ ] Utiliser les hashtags de la destination
- [ ] Répondre aux commentaires et messages
- [ ] Repartager les publications de vos clients
- [ ] Programmer ses publications à l'avance

OUTILS Meta Business Suite · Canva · CapCut

LEVIER 5 / 7

5

Institutionnels touristiques

Offices de tourisme, Tarn Attractivité, labels : profiter de la visibilité de la destination.

03 · CHECKLIST

- [ ] Une fiche à jour sur le site de l'office
- [ ] Une fiche à jour sur le site de Tarn Attractivité
- [ ] Envoyer photos et descriptif chaque saison
- [ ] Déposer vos documents à l'accueil de l'office
- [ ] Participer aux éductours et rencontres pros
- [ ] Être relayé sur leurs réseaux sociaux
- [ ] Signaler vos nouveautés et événements
- [ ] Mettre en avant labels et classements
- [ ] Identifier l'office dans vos publications
- [ ] Connaître les services proposés aux pros

OUTILS Espace pro de l'office · Site de Tarn Attractivité · Gîtes de France, Clévacances

Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

LEVIER 6 / 7



6

Partenaires locaux

Se recommander mutuellement entre professionnels du territoire.

03 · CHECKLIST

- [ ] Lister restaurants, activités, sites voisins
- [ ] Proposer des offres séjour + activité
- [ ] Échanger des liens entre vos sites internet
- [ ] Vos documents chez eux, les leurs chez vous
- [ ] Les recommander dans votre livret d'accueil
- [ ] Une liste Google Maps de vos bonnes adresses
- [ ] Publier ensemble sur les réseaux sociaux
- [ ] Organiser un événement commun
- [ ] Négocier un avantage pour vos clients
- [ ] Faire le point en fin de saison

OUTILS Listes Google Maps partagées · Canva · Packs du moteur de réservation

LEVIER 7 / 7



7

Fichier clients

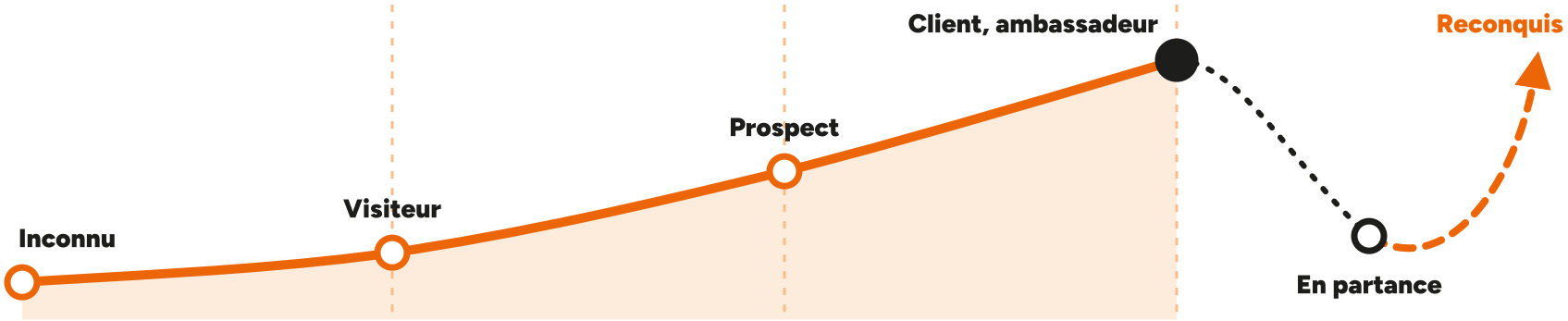
Votre canal à vous, sans commission.

03 · CHECKLIST

- [ ] Collecter les emails avec consentement
- [ ] Centraliser les contacts dans un seul fichier
- [ ] Noter dates de séjour et préférences
- [ ] Une newsletter quelques fois par an
- [ ] Une offre de retour réservée aux anciens clients
- [ ] Un message à l'approche des dates anniversaires
- [ ] Des emails automatiques après le séjour
- [ ] Segmenter : familles, couples, groupes
- [ ] Un lien de désinscription dans chaque envoi
- [ ] Suivre ouvertures et clics

OUTILS Brevo · Mailchimp · Google Forms

Chaque levier a son rôle



1 Créer du trafic

Référencement naturel · Contenus · Réseaux sociaux

2 Attirer des prospects

Publicité Google · Appels à l'action · Pages dédiées · Parrainage

3 Convertir et fidéliser

Emailing · Fidélité · Avis clients · Retargeting, chat

4 Reconquérir

Offre de retour personnalisée · Email de relance · Enquête de satisfaction

Analyser à chaque étape : origine des visiteurs, résultats des campagnes, retour sur investissement

Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

Le référencement naturel, premier levier

40 %

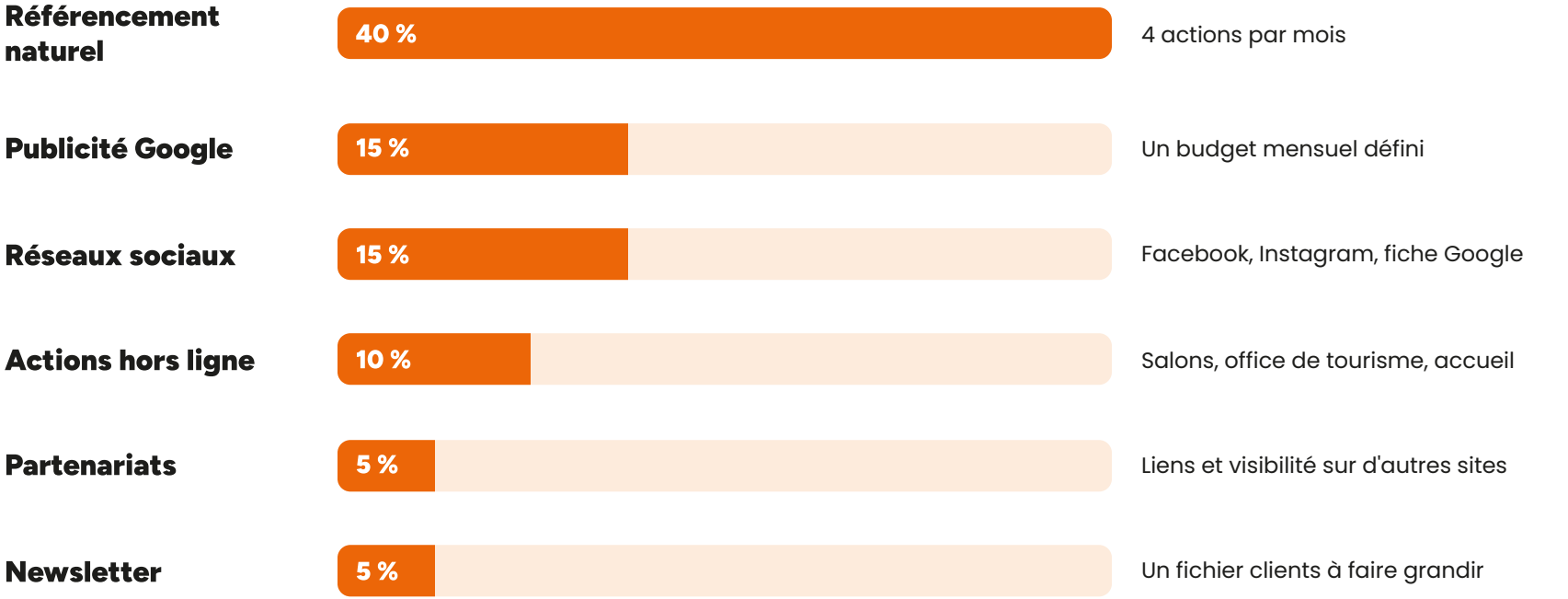
de l'acquisition provient en moyenne du référencement naturel



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

Répartir son temps et son budget

Un modèle de répartition mensuelle, à adapter



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

TÉMOIGNAGE · 17–27 MIN

Notre stratégie de distribution et de réservation directe

Lise Albarède
Château de Penne



10 minutes

04

Transformer un séjour OTA en relation client

Les offres de service en ligne de Tarn Attractivité

Afi Aubertin
Tarn Attractivité

10 minutes

Roofline

Quatre moments pour créer le lien

AVANT L'ARRIVÉE

J-3

- [ ] Envoyer un email ou SMS signé de votre prénom
- [ ] Joindre plan d'accès, code, heure d'arrivée
- [ ] Suggérer 3 bonnes adresses selon leur profil
- [ ] Demander l'heure d'arrivée et les envies

L'ACCUEIL

Jour J

- [ ] Accueillir en personne, faire le tour des lieux
- [ ] Remettre un livret avec votre site et contact
- [ ] Partager le Wi-Fi via un QR code + email
- [ ] Offrir un produit local de bienvenue

PENDANT LE SÉJOUR

Pendant

- [ ] Un petit mot ou SMS à mi-séjour
- [ ] Réserver pour eux une table ou une activité
- [ ] Afficher votre Instagram et votre hashtag
- [ ] Noter leurs préférences pour la prochaine fois

LE DÉPART

Départ

- [ ] Remettre une carte avec un code promo direct
- [ ] Proposer de réserver les prochaines dates
- [ ] Montrer le QR code pour l'avis Google
- [ ] Demander l'accord pour la newsletter

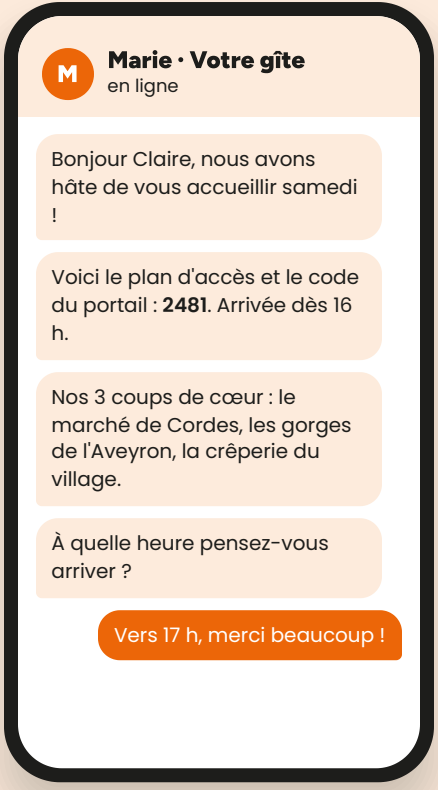
04 · MOMENT 1 / 4

Avant l'arrivée

Un message personnalisé quelques jours avant le séjour.

1. Envoyer le message 3 jours avant, signé de votre prénom
2. Joindre plan d'accès, code d'entrée et heure d'arrivée
3. Suggérer 3 bonnes adresses selon leur profil
4. Check-in en ligne : heure d'arrivée, envies, email
5. Proposer des options : petit-déjeuner, panier, activité
6. Donner votre numéro direct pour toute question

OUTILS Chekin · Messages auto du moteur de réservation · WhatsApp Business



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

04 · MOMENT 2 / 4

L'accueil

Le premier échange en personne donne le ton du séjour.

1. Accueillir en personne, en prenant le temps
2. Faire le tour des lieux et des équipements
3. Livret d'accueil numérique, avec QR code newsletter
4. Partager le Wi-Fi par QR code, contre l'email
5. Offrir un produit local de bienvenue
6. Noter le motif du séjour : anniversaire, rando…

OUTILS Canva · Touch Stay · Chekin



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

04 · MOMENT 3 / 4

Pendant le séjour

Des attentions qui rendent le séjour mémorable.

1. Envoyer un petit mot ou SMS à mi-séjour
2. Réserver pour eux une table ou une activité
3. Partager vos coins secrets et bons plans du Tarn
4. Livre d'or ou jeu concours : email et Instagram
5. Proposer une attention : fleurs, produits du terroir
6. Noter leurs préférences pour la prochaine fois

OUTILS Google Forms · WhatsApp Business · Listes Google Maps · Instagram



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

04 · MOMENT 4 / 4

Le départ

Préparer le prochain séjour, en direct.

1. Prendre le temps de dire au revoir en personne
2. Remettre une carte avec un code promo direct
3. Proposer de réserver les prochaines dates
4. Montrer le QR code pour laisser un avis Google
5. Recueillir l'accord RGPD pour la newsletter
6. Offrir un souvenir : recette, carte postale, produit

OUTILS Formulaire Brevo · Canva · Générateur de QR code · Lien d'avis Google



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

05

Faire revenir et recommander

Le suivi après le séjour

J+1 — **Remerciement**
Un message personnel et une demande d'avis

1 mois — **Souvenir**
Des nouvelles de l'établissement et de la région

Saison — **Invitation**
Une offre de retour réservée au direct

1 an — **Anniversaire**
Un rappel du séjour et des dates disponibles

Exemple · email à J+1

De : Marie <contact@votregite.fr>
Objet : Merci Claire, et à bientôt dans le Tarn !

Bonjour Claire,

Merci d'avoir choisi notre gîte pour votre week-end. Nous espérons que la balade dans les gorges de l'Aveyron vous a plu !

Si vous avez un instant, votre avis nous aiderait beaucoup :

Laisser un avis Google

Et pour votre prochain séjour : **-10 % en réservant en direct** avec le code **RETOUR10**.

Marie · Votre gîte · 06 12 34 56 78 · www.votregite.fr

OUTILS Brevo · Mailchimp · Messages auto du moteur de réservation

Les avis clients

1 Solliciter
Demander un avis Google au départ ou le lendemain, avec un lien direct ou un QR code

2 Répondre
À tous les avis, positifs et négatifs, en signant de votre prénom

3 Valoriser
Afficher les meilleurs avis sur votre site et vos réseaux sociaux



OUTILS Google Business Profile · Extranets Booking, Airbnb · Générateur de QR code

Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

Transformer vos clients en ambassadeurs

Offre de retour
Valable uniquement en direct

Parrainage
Un avantage pour le client et son proche

Contenus à partager
Un lieu photogénique, un hashtag, une identification

Fidélité
Une attention offerte aux habitués

87 %

des voyageurs préfèrent réserver un hôtel doté d'un programme de fidélité

Global Hotel Alliance

OUTILS Brevo · Codes promo du moteur · Instagram

05 · AMBASSADEURS 1 / 4

Offre de retour

Un avantage valable uniquement en direct pour le prochain séjour.

EXEMPLES CONCRETS

1. -10 % sur le prochain séjour, valable 12 mois
2. Petit-déjeuner offert au 2e séjour
3. 3 nuits pour le prix de 2, hors saison
4. Départ tardif garanti pour les habitués

CE QUE ÇA RAPPORTE

Séjour de 300 € : 45 € de commission Booking (15 %). Remise de 10 % en direct : 30 €.

→ **+15 € de marge et un client qui revient**

OUTILS Codes promo du moteur de réservation · Brevo · Canva



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

05 · AMBASSADEURS 2 / 4

Parrainage

Vos clients satisfaits vous amènent de nouveaux clients.

EXEMPLES CONCRETS

1. Un bon de 30 € pour le parrain sur son prochain séjour
2. Une bouteille de vin local offerte au filleul
3. Une carte de parrainage glissée dans le livret
4. Un code unique au nom du parrain

CE QUE ÇA RAPPORTE

Nouveau client à 400 € via Booking : 60 € de commission. Parrainage : bon de 30 € + bouteille 10 €.

→ 20 € économisés et deux clients fidélisés

OUTILS Codes promo du moteur de réservation · Brevo



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

05 · AMBASSADEURS 3 / 4

Contenus à partager

Chaque publication d'un client est une recommandation gratuite.

EXEMPLES CONCRETS

1. Un coin photo mis en scène : vue, cadre, banc
2. Un panneau « Partagez votre séjour » avec votre compte
3. Repartager chaque story qui vous identifie
4. Tirage au sort mensuel : une nuit offerte

CE QUE ÇA RAPPORTE

Une nuit offerte sur une date non vendue, hors saison : seuls le ménage et l'énergie vous coûtent.

→ **Une visibilité gratuite auprès de leurs proches**

OUTILS Instagram · Facebook · Canva



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

05 · AMBASSADEURS 4 / 4

Fidélité

Remercier les habitués pour qu'ils reviennent en direct.

EXEMPLES CONCRETS

1. Un panier du terroir offert dès le 2e séjour
2. Une nuit offerte au 3e séjour, hors saison
3. Les dates d'été en avant-première pour les abonnés
4. Un message personnel à l'anniversaire du séjour

CE QUE ÇA RAPPORTE

Un client qui revient 3 fois et dépense 500 € à chaque séjour, en direct plutôt que via Booking.

→ 225 € de commissions évitées

OUTILS Brevo · Google Sheets · Moteur de réservation



Roofline TARN ATTRACTIVITÉ

Merci !

Audrey ROUFFIAC

TARN ATTRACTIVITÉ | Roofline