

E-Business

# METTRE À JOUR SON GRAND MÉNAGE ET PETITES

Une évolution progressive d'un Web n'empêche pas, au bout de quelques années, de souhaiter le transformer plus en profondeur. C'est l'expérience tant des chaînes que des campings, avec un maître mot pour les versions récentes : avoir la main sur son propre site pour le rendre plus réactif.

**V**otre site Web a plus de deux ou trois ans d'existence ? Alors, il est très probable que son aspect actuel n'est pas celui de ses débuts, ni son contenu et ses fonctionnalités. Un Web est par nature évolutif et doit à la fois refléter le dynamisme de ceux qu'il représente et intégrer les nouvelles possibilités techniques. Cela passe par des petits changements en continu, mais aussi par des nouvelles versions à l'occasion desquelles le site est revu de fond en comble. Chez Airtel par exemple, sur la Toile depuis janvier 1998, le site a fait l'objet de quatre refontes complètes, soit un changement tous les trois ans, tout en ajoutant touche par touche des innovations, comme, dernière en date, la géolocalisation des terrains avec Google Maps, indique son directeur Alain Laparra.

## Deux vérifications de base

Pour Michel Nahon, directeur commercial d'Advances, agence Web prestataire de nombreux sites touristiques (voyagistes, hôtels, etc.), la remise à jour de son Web doit être l'occasion d'abord de vérifier ou de corriger des points clés évidents, mais malheureusement encore parfois négligés. "Vérifiez que vous êtes bien le propriétaire de votre nom de domaine (moncamping.com) et non le prestataire. Ensuite, assurez-vous que vous avez la main, autrement dit que pour mettre à jour des tarifs, une promotion ou une nouveauté, vous avez les codes et accès nécessaires pour le faire en direct et sans perdre du temps."

Et Gilbert Fois, gérant des Lacs de Courtès, qui vient de rénover son Web, de confirmer : "Jusqu'à présent, nous avions un accès limité à un nombre de choses (photos, édito), mais disons que 80% du site nous échappaient. Maintenant, nous voulons que ce soit l'inverse : le cadre, la charte graphique doivent rester inchangés, mais pas le reste. On doit pouvoir faire une opération dans l'heure si on le souhaite."

## Un site pour pouvoir vendre à 100% en ligne

"Un site doit avoir deux qualités, estime Michel Nahon, vendre 100% en ligne, quels que soient le client et le pays, et permettre la vente par différents canaux, agences de voyages, tour-opérateurs, offices

de tourisme." Pour lui, "un site Web déconnecté de la base de données des réservations, c'est passer deux fois plus de temps à gérer les réservations, alors que l'outil est fait pour amener de nouveaux clients et gagner du temps". De même, "le référencement n'a pas de sens si on ne peut pas assurer la vente derrière. L'entreprise doit mener une véritable réflexion sur ce qu'elle veut vendre, et à qui : mêmes tarifs ou pas, sur une plate-forme unique ou pas, dans une ou plusieurs monnaies, etc."

## Ajouts par modules : une carte de fidélité

La chaîne Les Castels a d'abord eu un site portail renvoyant simplement vers les sites de chacun de ses membres. L'avant-dernière version, en février 2007, a été l'occasion d'une hiérarchisation des présentations et de la traduction en six langues, indique Guillaume Patrizi, responsable du développement. En février 2008, le site a été redessiné : "La base de données demeure mais l'affichage change. Cette version a été prévue pour pouvoir ajouter des éléments par modules, et tous les deux mois un mieux est apporté." La recherche par exemple est améliorée, en permettant dès la page d'accueil, différents choix. "On travaille sur des choses qui ne se voient pas forcément mais qui sont utiles au client, comme la carte privilège : chaque client pourra capitaliser des points donnant droit à réduction, et les utiliser sur le site." Ce travail de back-office sur la fidélisation, qui aboutit en ce mois de janvier 2009, est mené avec Thelis et la société spécialisée Smart Fidélis.

## Une hausse de 30% en un an

Chez Les Castels, l'audience du site en visiteurs a augmenté de 30% en 2007-2008 (octobre à septembre) par rapport à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires en ligne également, mais pas autant : "Les internautes viennent plus régulièrement. Nous obtenons une moyenne de 9,8 pages par visiteur, avec une durée moyenne de visite de 7 minutes 23" (le site génère maintenant des statistiques via Xiti.com, autre nouveauté par rapport à la version antérieure). Guillaume Patrizi attribue la hausse des visites à l'amélioration du site, mais également au travail d'un référenceur et au contenu

## Un back-office pour les adhérents des Castels

Innovation invisible au public cette année sur le Web des Castels : un espace dédié à chaque camping qui y accèdera librement et actualisera lui-même les données le concernant.

"Jusqu'à alors, nous faisons un aller-retour avec un questionnaire, ça manquait de souplesse", précise Guillaume Patrizi.

"Maintenant, si un camping veut annoncer 'Le Tour de France passe tel jour à côté de mon camping', il pourra le faire. Notre rôle devient un rôle de relecture et d'harmonisation."

# SITE WEB : TOUCHES

## CE QU'IL EN DIT



**GILBERT FOIS,**  
Les Lacs de Courtès, ★★★,  
114 emplacements,  
Estang (Gers)

### "Nous gagnons en réactivité"

Notre site a connu plusieurs versions. À son ouverture fin 1996, c'était juste une vitrine et, en 2004, nous avons ajouté les disponibilités et la possibilité d'un paiement en ligne avec CToutVert. Notre dernière version remontait environ à 2005. Depuis, nous avons fait des modifications et, début 2009, verra l'arrivée d'une nouvelle version. On actualise notre graphisme pour être plus dans la tendance. Nous souhaitons que les clients cliquant sur notre site se rendent compte des changements et des évolutions. Nous avons également un blog depuis l'automne 2007 que nous allons développer. Mais surtout, nous gagnerons en réactivité avec cette nouvelle version. Nous avons travaillé avec Lastminute.com ce qui nous a ouvert des perspectives ; on s'est aperçu que les gens ont de plus en plus tendance à réserver au dernier moment. Alors le nouveau site nous permettra de mettre en avant les bons plans de dernière minute. Si le vendredi, nous avons une location vide, on va la mettre en avant pour qu'elle apparaisse d'emblée en page d'accueil. Il n'y a pas tant que cela d'internautes qui franchissent trois ou quatre étapes pour aller chercher les informations, il faut mettre les plus importantes en avant de façon très visible.

éditorial du Web développé dans la dernière mouture : "Il y a un travail constant d'amélioration du site, dans lequel ce serait difficile d'isoler la part de tel ou tel facteur."

Thierry Noisette, camping@noisette.net

**Vae** FRANCE  
HTTP://WWW.VAE-FRANCE.COM

Vous avez pensé au...  
...V.A.E. ?!

Développez votre chiffre d'affaires en proposant la location de vélos à assistance électrique : le V.A.E séduira **TOUS** vos clients, les écolos, les économes, les curieux et même vos clients ayant déjà un vélo!!

Amorti en à peine  
**3 semaines !**

(sur une base locative de 25€/jour)

**sans avance de trésorerie ! :**

délai de paiement de 30 à 120 jours\*, votre parc rentable avant même d'avoir payé le 1er €

Plus de **3000€** de rentabilité par vélo en une seule saison !!



Plus d'infos ? demandez une documentation !

**Vae** FRANCE

N°Azur 0 811 46 10 96

contact@vae-france.com

http://www.vae-france.com