

Actualités

classées par Date | Rubrique | Région

Accueil > Actualités > Gestion et marketing

Luxury Dream Hotels met sa plateforme média au service de l'hôtellerie de luxe

mardi 11 décembre 2012 18:24

← Retour

🗨 Réagissez

🔗 Partager

🖨 Imprimer

A+

A-

Le site spécialisé dans la promotion et la réservation d'hôtels d'exception utilise le potentiel de la vidéo pour les valoriser.



De g. à d. : Marc Rousseau, CEO, Yannick Gavelle, directeur général et Jérôme Cheval, directeur de la rédaction de Luxury Dream Hotels.

Luxury Dream Hotels ne prétend pas être une agence de voyage en ligne, mais une plateforme média destinée à l'hôtellerie de luxe. Elle présente pourtant toutes les caractéristiques d'une agence de voyage en ligne, à savoir pour les clients la possibilité de réserver un hôtel et pour les hôtels l'obligation de payer une commission sur ses ventes. En revanche, plus qu'une simple OTA (Online Travel Agency), Luxury Dream Hotels (LDH) a choisi de valoriser les produits hôteliers et de les promouvoir à travers la vidéo. Né de la volonté de **Marc Rousseau**, son CEO, d'exploiter une banque d'images sur une plateforme multimédia, LDH exploite en effet le potentiel de la vidéo en termes de ventes et de référencement (impact 53 fois supérieur à la photo en termes de SEO). Plus de 500 hôtels sélectionnés parmi les plus beaux au monde ont ainsi été filmés par la société FCA, à sa charge.

Modèle de paiement en direct

La vidéo est librement utilisable pour les hôtels qui ont été filmés, et leur permet ainsi de bénéficier d'une vidéo de haute qualité pour leur propre site ou communication sans avoir dû la financer. Aucune contrepartie n'est exigée, les hôteliers sont libres d'allouer ou non des chambres à LDH, moyennant une commission fixée à 15 %. Le site est conçu selon un modèle de paiement en direct : le client paie l'hôtelier directement, et c'est l'hôtelier qui impose sa politique d'annulation. Le site est donc avant tout 'hôtel friendly', mais les clients pourront s'y retrouver puisqu'ils bénéficient d'un meilleur prix garanti et surtout d'une sélection d'hôtels d'exception, choisis pour leur caractère unique.

Autre atout du concept : les vidéos présentées ne sont pas comme on en voit souvent de simples clips, mais apportent une vraie valeur ajoutée : histoire de l'hôtel, de son architecture, présentation du produit, des services, de membres du personnel, voire interview du directeur. C'est un vrai film dédié à l'hôtel qui permet au client de prendre connaissance des atouts de l'établissement. Les vidéos sont le premier contact que les visiteurs ont avec les hôtels. Les fiches hôtels contiennent également des photos, carte, texte de présentation, infos pratiques, et permettent bien sûr de réserver en quelques clics. Un blog rédigé par des journalistes présente enfin les dernières tendances, des interviews de designers, de chefs...

V. G.-B.