

Référence dans le domaine de la brochure et du dépliant pour l'hôtellerie et la restauration depuis plus de 30 ans, Eliophot s'est lancée dans la création de sites internet pour les professionnels. À la tête de l'entreprise, Éric Bonnardel est à l'origine de cette mutation à laquelle vous êtes tous confrontés. Que propose-t-il ? À quel coût ? Pour quelle efficacité ?

PROPOS RECUEILLIS PAR NADINE LEMOINE

Eliophot : des sites internet pour les professionnels

L'Hôtellerie Restauration : Comment s'est réalisée la mutation d'Eliophot, de la brochure aux sites internet ?

Quels en sont les enjeux ?

Éric Bonnardel, directeur général de la société Eliophot : Cette mutation s'est réalisée très naturellement. En 1997, Eliophot a été un des tous premiers acteurs à proposer des sites internet d'hôtels sur le territoire français. Pour la petite histoire, nous sommes même arrivés un peu trop tôt sur un marché qui n'était pas encore mature, et pour éviter de perdre trop d'argent (rappelez-vous, c'était la mode à l'époque !), nous avons préféré mettre en stand-by notre développement sur le web pour finalement le relancer en 2003. Aujourd'hui, notre objectif est d'apparaître comme un acteur de référence, loyal et partenaire avec ses clients et prospects, sur un marché où 'le tout et n'importe quoi' est souvent de mise.



Que proposez-vous exactement aux professionnels ?

Notre offre est simplifiée au maximum pour ne pas compliquer le choix et la décision de nos clients. Quand on achète notre première offre à moins de 3 000 €, le site comprend déjà la conception, la rédaction des textes, la création graphique, les plans d'accès, 2 versions (français et anglais, y compris les traductions), la préparation au référencement sur les moteurs de recherche (Google, Yahoo, MSN...), le transfert ou le dépôt du nom de domaine et l'hébergement du site pour la première année ! Eliophot est

Éric Bonnardel, patron d'Eliophot : "Nos sites sont uniques. Cette performance est due à notre studio de création organisé pour toujours être à la recherche de nouvelles créations dans les tendances du moment."

un spécialiste (passionné !) des hôtels et des restaurants depuis plus de 30 ans, nous savons donc exactement ce qui est utile et efficace pour les commercialiser. Ce qui est bon pour nos clients est bon pour nous : c'est une relation 'gagnant-gagnant !'.

Pas de surprise au niveau prix ?

Le prix minimum ?

Jamais. C'est une de nos devises : tout est compris. Évidemment nos conseillers régionaux doivent auparavant identifier les besoins de l'établissement afin de proposer les bonnes solutions.



"Pour votre site internet, il ne faut acheter que ce qui est 100 % utile sur le moment. Vous pourrez rajouter par la suite des modules ou fonctions supplémentaires", conseille Éric Bonnardel.

Eliophot est installé à Aix-en-Provence.

Comme je vous l'ai dit tout à l'heure, notre première offre est inférieure à 3 000 €. La limite supérieure, elle, est plus difficile à cerner... et peut ne pas avoir de limite en fonction du contenu, des fonctionnalités dynamiques, des photos 3D, de la vidéo, etc.

La mise à jour des informations sur le site demande-t-elle beaucoup de temps aux professionnels ? Doivent-ils s'en charger personnellement ?

C'est une de nos prouesses techniques : il faut à peine 10 minutes à un utilisateur occasionnel de PC pour se familiariser avec nos interfaces de mises à jour. Donc pas besoin de gaspiller son temps et son argent dans une formation complètement inutile. Et puis en plus, il y a notre hot line facilement accessible. Pour ceux qui sont sans cesse surbookés et qui ne veulent pas 'toucher' à leur site, nous proposons un abonnement de mises à jour mensuelles.

Tous vos sites disposent d'une partie 'statistiques'. Quelle est son utilité pour l'hôtelier ou le restaurateur ?

C'est un outil extraordinaire ! Il permet de visualiser de manière claire l'évolution du trafic sur le site, d'identifier les mots-clés utilisés sur les moteurs de recherche

pour arriver sur le site, repérer les sites pourvoyeurs de trafic, de savoir de quels pays provient l'internaute, etc. La finesse de ces informations permet d'identifier rapidement les modifications de comportement de l'internaute, et d'adapter la stratégie de business on line aux évolutions du marché.

La création d'un site a un coût. Le retour sur investissement est-il long ?

L'évolution est telle sur internet qu'en général le retour sur investissement est largement inférieur à un an... surtout quand le site est accrocheur et n'a pas coûté un prix démesuré.

Pourquoi, selon vous, un site internet est aujourd'hui incontournable pour les professionnels ?

Avant, pour valider une réservation on téléphonait, on faxait ou on écrivait. Aujourd'hui, de plus en plus, les ventes se concrétisent via internet, même si le déclencheur initial a été un guide, une brochure, le bouche à oreille, l'image, la localisation, l'appartenance à une chaîne, etc. Le site devient quasiment un passage obligé pour finaliser la réservation, par mail ou via un module de réservation. Comme le fait de ne pas communiquer diminue la rentabilité et le développement de son affaire, ne pas avoir de site internet c'est mettre en péril la pérennité de celle-ci. ■

La conception d'un site réclame un vrai travail d'équipe.

