

BALLADINS : UNE RENTRÉE PLACÉE SOUS LE SIGNE DE LA CROISSANCE ET DE L'INNOVATION

L'enseigne d'hôtellerie économique, reprise en juin dernier par deux salariés, enregistre de belles performances ces derniers mois. Le bilan de la saison estivale s'inscrit dans cette dynamique. A noter, les réservations directes sur le site www.balladins.com sont en hausse, un marqueur fort pour les dirigeants qui ont pour objectif d'accroître les ventes directes et de fidéliser leur base de clientèle, challenge de taille sur le segment de l'hôtellerie économique où les clients sont plus volatiles. A ce titre, la marque vient de lancer un chat en ligne sur son site, permettant aux internautes de poser leurs questions en direct à la #Teambaladins, la journée le service est assuré par la Réservation Centrale, la nuit seulement, un chatbot prend le relais.

UN ÉTÉ ENSOLEILLÉ... ET PERFORMANT !

+9,1%

De croissance sur la période estivale

Avec un chiffre d'affaire généré par le site www.balladins.com en hausse de 9,1% sur la période estivale, par rapport à la même période l'an dernier, le réseau balladins a fait une belle saison. De bonnes performances, qui confortent l'équipe dans sa stratégie depuis la reprise. « L'été est une période cruciale pour nous, c'est notre première saison estivale en tant que repreneurs, elle fait donc office de premier marqueur quant à la stratégie et aux moyens mis en place depuis que nous sommes aux commandes » explique Fabrice Beyer, copropriétaire de l'enseigne.

HAUSSE DES RÉSERVATIONS DIRECTES

Autres voyants au vert : balladins affiche une progression de 41% sur le segment « Groupes Touristiques » depuis le début de l'année, par rapport à 2017, et les réservations directes via le site www.balladins.com, en clientèle individuelle, ont enregistré une hausse de 6% en huit mois*. Ces ventes sont le nerf de la guerre pour bon nombre des hôteliers du réseau qui comptent sur la nouvelle équipe dirigeante pour creuser l'écart entre les réservations issues des plateformes, et celles issues du site internet de l'enseigne qui garantissent des revenus directs, nets de commission.

Cette progression conforte les repreneurs dans leur stratégie qui vise notamment à attirer les hôteliers indépendants, en proie à des difficultés, en leur proposant d'intégrer le réseau sous licence de marque. Cette stratégie s'adresse également aux hôteliers, toutes enseignes confondues, étouffés par les ventes passant par des opérateurs tiers. Tous ces acteurs n'ayant pas les ressources pour travailler leur référencement et négocier des accords avec les plateformes de réservation. Pour Fabrice Beyer : « cette hausse est un bon indicateur également sur la partie fidélisation, notre ambition est de constituer un noyau dur de clients, satisfaits de la constance des prestations d'un hôtel balladins à l'autre et donc se tournant directement vers le site balladins.com pour réserver ».

*généré à périmètre égal en YTD sur les 8 premiers mois de l'année sur le site www.balladins.com

NOUVEAU CHAT : FIDÉLISER AVEC UN MEILLEUR SERVICE CLIENT

Pour fidéliser la clientèle, les repreneurs ont pour objectif d'améliorer la qualité de l'expérience balladins, et sa constance, à tous les niveaux. Cela commence en amont du séjour et dès la réservation avec la mise en place d'un chat sur le site. Un service géré par l'équipe qui passe en chatbot à la nuit tombée seulement. Objectif : humaniser la relation, évoluer avec les nouveaux modes de communication et apporter aide et conseils, dès les premiers contacts avec la marque, à l'image de l'exigence d'accueil impeccable qui fait partie des standards imposés par les repreneurs à leur réseau. « Le service client et le sens de l'accueil devraient être des évidences dans nos métiers, malheureusement, ils ont un peu déserté l'hôtellerie économique, notre objectif avec tous nos hôteliers, est de proposer une alternative avec des hôtels confortables et accueillants à prix hyper-accessibles » poursuit Fabrice Beyer.

A PROPOS DE BALLADINS

balladins est une chaîne d'hôtellerie française, fondée en 1985. Elle compte à ce jour 49 établissements, allant de deux à trois étoiles, sous franchise et licence de marque, partout en France et en Belgique. L'enseigne a été rachetée en juin 2018 par deux de ses salariés, David Morel et Fabrice Beyer, qui opèrent un véritable travail de fond depuis plusieurs années déjà, afin de repositionner la marque dans le but d'accroître sa notoriété, de perfectionner l'expérience client, de redorer son image et d'améliorer son attractivité auprès des hôteliers candidats à la franchise ou à la licence de marque.

CONTACT PRESSE

Laurène Le Norcy
06 18 68 33 32
laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr