



# ARTELOGE

HOTELS & RESTAURANTS



# Leader de l'hôtellerie indépendante à Lyon



645  
chambres

+ de 2 000 m<sup>2</sup>  
d'espaces  
séminaires

3 000 m<sup>2</sup>  
d'espaces  
bien-être



6 hôtels • 6 restaurants • 1 spa  
300 collaborateurs- 39 M € CA en 2019

 Villa   
Florentine

 Hotel   
Lyon Métropole

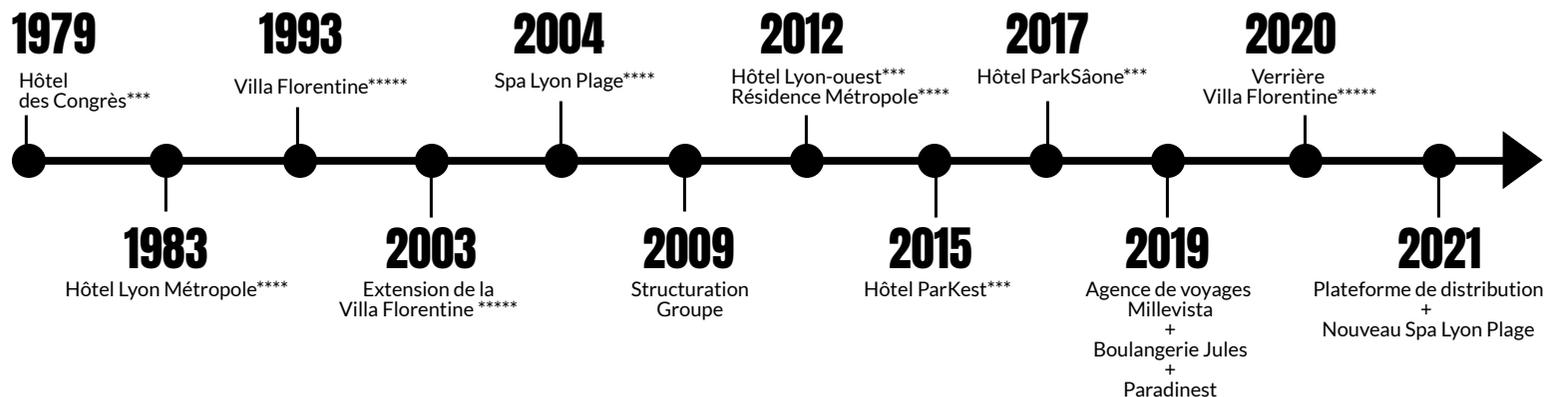
 Hotel   
Lyon-ouest

 Hotel   
des Congrès

 Hotel   
ParKest

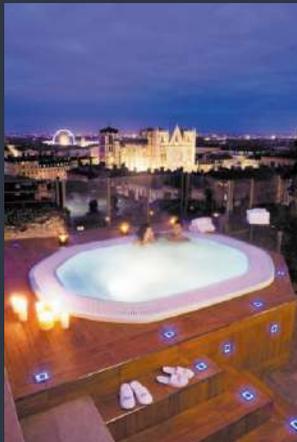
 Hotel   
ParkSaone

# Quelques dates...





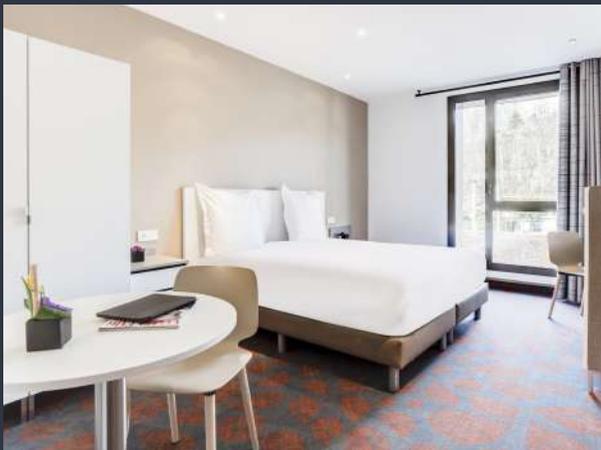












Service clients / Qualité des prestations

Différentes typologies de clientèles / pluralité de cibles

Environ 40 % de réservations en ligne en 2019

Équilibre entre la clientèle affaires / loisirs

---

## Un secteur en pleine transformation...

- Parc hôtelier lyonnais en pleine croissance, arrivée de nouveaux acteurs à forte notoriété.
- Baisse de l'âge moyen et du profil des voyageurs : la génération 20/40 ans est celle qui a consommé le plus de voyages depuis 2018
- Nouvelles habitudes de consommation pour les séjours des français (+ de 70 % d'achat en ligne en 2019, consultation des avis clients, comparatif des prix, augmentation des courts séjours, recherche de sens et d'expériences, réservations mobiles)
- Prédominance et diversification des grands acteurs du marché (Booking Expériences, AirBnB Adventures...)
- Nouveaux canaux de communication (influenceurs / réseaux sociaux)
- Instantanéité des messages, les clients deviennent de nouveaux relais de communication

## Nos missions...

- Réponse à la digitalisation : refontes et optimisations constantes de nos sites internet
  - Présence accrue sur les réseaux sociaux
  - Marketing d'influence (vidéos et partenariats influenceurs. HypeAuditor)
  - Développement en force du SEO / SEA / SMO (campagnes Google Ads / metasearch...)
  - Travail sur la e-réputation (Customer Alliance, Hotel Speaker)
  - Lancement du magazine Arteloge
  - Déploiement de marque Arteloge
  - Développement des relations presse
  - Travail sur l'image de nos établissements (campagnes photos expérientielles / refonte supports)
  - Lancement du programme de fidélisation
  - Développement de notre programme GO GREEN
-



ARTELOGE

HOTELS & RESTAURANTS

2020...



- Communication de réassurance  
Mise en avant des protocoles sanitaires / assouplissement des conditions de réservation / réactivité absolue sur les requêtes clients / évolution de nos supports
- Besoin de conserver le lien  
Attention maximale sur la relations clients / utilisation accrue des réseaux sociaux, marketing direct..., campagnes de sponsorisations RS / hyper-personnalisation des accueils
- Com. interne, mutualisation des équipes
- Clients en quête de sens  
Se faire plaisir / profiter de la vie / retour aux valeurs refuge / attention portée sur l'engagement sociétal des établissements : circuits courts, actions locales, etc.
- Navigation à vue !  
Fenêtres de réservation ultra réduites.
- S'appuyer sur le marketing territorial et les actions d'ONLYLYON Tourisme & Congrès  
Charte Sérénité, campagne promotionnelle
- Quid de la cible professionnelle ?  
Nouveaux formats de réunion / développement de la visio