

Votre site : l'état des lieux, et le plan d'action

À la suite de l'audit de votre site lachataigneraieinevisa.fr, chaque point relevé a été confirmé et approfondi. Voici, en clair : **ce qu'il faut corriger en priorité, les améliorations prévues, et où cela peut mener**. Le tout se fera sur une copie de travail — votre site reste en ligne, sans aucune interruption, pendant toute la durée du chantier.

Diagnostic et plan d'action — Jean-Laurent Gaffory · août 2026

À RÉGLER EN PRIORITÉ

Cinq points ne peuvent pas attendre

Le premier protège vos réservations dès maintenant ; les points 2 à 4 sont des obligations légales pour tout site d'hôtel — elles manquent aujourd'hui ; le cinquième concerne directement votre chiffre d'affaires. Ce seront mes premiers chantiers : ils demandent peu de temps, mais vos informations.

1 • Le formulaire de réservation, sans aucune protection

C'est la porte d'entrée de vos demandes de séjour — et elle est grande ouverte aux robots : rien ne distingue aujourd'hui un vrai client d'un programme automatique. Conséquences possibles : des faux messages en pagaille, de **vraies demandes noyées dans le tas**, et votre adresse d'expédition finissant en liste noire (vos réponses arrivent alors dans le dossier spam de vos clients). Je pose un « **pot de miel** » — un piège invisible qui arrête les robots sans rien changer pour vos clients — complété d'une limite d'envois et d'un accusé de réception automatique.

2 • Les mentions légales du site

La loi impose d'afficher l'identité complète de l'entreprise : **forme juridique, SIRET, responsable de la publication**. Je rédige la page — il ne me faudra que ces informations, c'est l'affaire de dix minutes de votre côté.

3 • Les données de vos clients (RGPD)

Le formulaire recueille des données personnelles : la loi exige d'expliquer ce qu'on en fait. Je préparerai la page « Confidentialité » et remplacerai la carte interactive par une version qui ne se charge qu'avec l'accord du visiteur — aucune donnée transmise sans son clic.

4 • Vos conditions de vente

Une page CGV claire protège l'hôtel en cas de litige. Je la rédigerai avec vos règles réelles : **arrhes, délais d'annulation, horaires d'arrivée** — à définir ensemble.

5 • Un revendeur capte vos clients sur Google

Une page tierce (« hotel-in-corsica.com ») se positionne sur le nom de votre hôtel et vend vos chambres **avec sa commission au passage** — en affichant une note de 8,6 au lieu de vos 9,1 réels. Des clients qui vous cherchaient directement deviennent des réservations commissionnées. Le référencement retravaillé remettra votre site officiel devant ; et nous vérifierons ensemble **par quel canal ces réservations vous parviennent, et à quel coût.**

LE PROGRAMME DE REMISE À NIVEAU

Les améliorations que je propose

Chaque point sera vérifié et mesurable à la livraison — avant / après. Cette remise à niveau, **points urgents compris, constitue la formule A** de la proposition jointe.

→ Un site deux fois plus rapide

Photos et vidéos pèsent aujourd'hui le double du nécessaire (et trois images sont défectueuses) : je les allège et les répare — un site qui se charge vite garde ses visiteurs, surtout sur smartphone.

→ Version anglaise complète

Traduction des cinq pages, et réponses automatiques dans la langue du client — essentiel pour les randonneurs étrangers du GR20 et du Mare e Monti.

→ **Mieux compris par Google — sans rien perdre de l'existant**

Titres, descriptions et noms de photos retravaillés page par page, plan du site fourni aux moteurs. Et surtout, lors de la refonte, tout ce qui vous fait déjà remonter est

→ **repris à l'identique**

: les données structurées, les questions-réponses affichées directement dans Google (heures, animaux, parking, prix...) et l'aperçu de partage (réseaux sociaux, SMS). On préserve l'acquis, on ne repart pas de zéro.

→ **Formulaire de contact fiabilisé**

Accusé de réception automatique pour le client (en français ou en anglais), robots spammeurs bloqués.

→ **Zéro défaut technique**

Objectif : toutes les pages passent la validation officielle du web sans erreur, accessibilité comprise (contrastes, navigation).

→ **Affichage mobile impeccable**

Chaque page testée sur petit écran — la majorité de vos visiteurs arrivent depuis un téléphone.

→ **L'ancienne adresse, reprise avant qu'un autre ne le fasse**

Votre ancien domaine hotel-la-chataigneraie.net a expiré : n'importe qui peut aujourd'hui l'enregistrer et détourner ceux qui le connaissent. Je le reprendrai (une dizaine d'euros par an) et le redirigerai vers votre site — et votre fiche TripAdvisor sera revendiquée au passage, pour pouvoir répondre aux avis.

DE VOTRE CÔTÉ

Ce dont j'ai besoin pour démarrer

① Vos **informations légales** (SIRET, forme juridique) · ② vos **conditions réelles** (arrhes, annulation, tarifs par saison) · ③ les **accès à l'hébergement** du site. Je travaille ensuite sur une copie : votre site actuel reste en ligne à l'identique pendant tout le chantier, et la bascule vers la version corrigée se fait en une journée, sans coupure visible pour vos visiteurs.

LA SUITE — VOTRE PARCOURS CLIENT

Demain : la réservation en direct, de la demande à la facture

Aujourd'hui, une demande arrive par e-mail et tout le reste est manuel. Voici le parcours que je vous propose de construire — c'est la **formule B** de la proposition jointe, qui comprend la formule A et la synchronisation du planning avec Booking.

1 Le client choisit ses dates sur votre site

Formulaire simple : dates, chambre, nombre de personnes. En français ou en anglais.

2 Vous validez en un clic RÉPONSE PRÉPARÉE

La réponse est déjà rédigée avec le bon tarif calculé — vous relisez, vous envoyez. Les réservations prises au téléphone ou au comptoir se notent au même endroit.

3 Le client règle ses arrhes en ligne — *si vous les demandez* E-MAIL AUTOMATIQUE

Vous gardez la main au moment de valider. **Nouveau client** : l'e-mail part avec un lien de paiement sécurisé pour les arrhes — **le montant d'une nuitée** — sur une page bancaire : **aucun numéro de carte ne transite par vous ni par l'hôtel** ; sans réponse, relance polie automatique, et sans paiement au bout de 72 h l'option se libère. **Client habitué** : un clic confirme la réservation sans arrhes — exactement comme vous le faites aujourd'hui.

4 Avant le séjour E-MAIL AUTOMATIQUE

Message de veille d'arrivée : itinéraire, arrivée tardive, petit-déjeuner. Le client arrive serein.

5 Au départ : la facture se génère toute seule

Nuitées, petits-déjeuners, repas pris au restaurant, taxe de séjour, TVA : la facture PDF est calculée et numérotée automatiquement — elle remplace la saisie actuelle dans Excel, y compris pour les clients qui règlent en espèces à la réception.

6 Après le séjour E-MAIL AUTOMATIQUE

Un remerciement et une invitation à laisser un avis Google — c'est ce qui nourrit les réservations suivantes.

Et Booking dans tout ça ? Rien ne change à votre contrat. Mais avec la formule B, votre planning se met à jour tout seul dans les deux sens : une chambre vendue sur Booking se ferme sur le site, et inversement — fini la double saisie et le risque de vendre deux fois la même chambre.

L'enjeu : chaque séjour réservé en direct plutôt que via Booking, c'est environ 16 % de commission qui restent à l'hôtel. Le site corrigé, la version anglaise et ce parcours travaillent tous à ce même objectif.

La taxe de séjour, en pratique

Ce que la réglementation prévoit, et ce que le futur outil fera tout seul.

Une taxe communale... et pas systématique

Elle n'existe que si le conseil municipal l'a **instituée par délibération** — toutes les communes ne le font pas. Si Évisa l'applique : chaque adulte hébergé la paie **par nuit et par personne**, au tarif fixé par la délibération selon le classement de l'hôtel — **premier point à vérifier : la délibération en vigueur à Évisa (existence, puis tarif)** .

Qui en est exonéré

Les **mineurs** (moins de 18 ans), les titulaires d'un contrat de travail saisonnier dans la commune, et les personnes en hébergement d'urgence. Référence : article L2333-31 du Code général des collectivités territoriales.

Sur tous les canaux

Pour un hôtel, c'est **l'hôtelier qui collecte** — y compris pour les séjours réservés via Booking : la plateforme ne s'en charge pas à votre place. La taxe s'ajoute donc à chaque note, quelle que soit l'origine de la réservation.

Sur la facture, et au reversement

La taxe est **hors champ de la TVA** : elle apparaît sur une ligne à part, sans TVA. Les sommes collectées sont ensuite **reversées à la commune** avec un état déclaratif, aux échéances fixées par la délibération.

Dans l'outil, ce sera un module optionnel : activé seulement si la commune applique la taxe — sinon, rien n'apparaît sur vos factures. Une fois activé, il fait tout seul ce qui se fait aujourd'hui de tête et à la main : compter les adultes (et seulement eux), appliquer le tarif communal paramétré, ajouter la ligne sur chaque facture — clients Booking et téléphone compris — et tenir le **cumul prêt pour la déclaration** : nuitées taxées, exonérations, total collecté.

Le lien de paiement : votre banque ou Stripe

Deux façons d'encaisser les arrhes en ligne — dans les deux cas, le client paie sur une page sécurisée et **aucun numéro de carte ne passe par l'hôtel**.

Stripe — pour démarrer vite

Prestataire de paiement de référence, sans abonnement ni frais d'entrée : on ne paie **qu'à l'encaissement**. Tarif affiché : **1,5 % + 0,25 €** par paiement en carte européenne (davantage pour les cartes hors Europe, environ 2,5 à 3,25 %). Mise en place en quelques jours.

Votre banque — à négocier

Les banques proposent leur propre solution de paiement en ligne, liée à un **contrat de vente à distance** à signer avec votre conseiller. En moyenne : commission plus basse (**de l'ordre de 0,5 à 1 %** par paiement), mais un **abonnement mensuel** (souvent 15 à 30 €) et parfois des frais de mise en service. Délai de mise en place plus long.

Sur un exemple concret — des arrhes de 65 € : Stripe prélève environ **1,23 €** ; une banque, autour de 0,50 à 0,90 € *plus* l'abonnement du mois. À noter : si vous remboursez des arrhes (annulation dans les délais), les frais du paiement initial restent généralement dus — soit ~1,20 € par annulation remboursée.

Ma recommandation : démarrer avec Stripe — aucun engagement, actif en quelques jours — pendant que vous consultez votre banque à tête reposée. L'outil sera conçu pour **changer de prestataire sans rien refaire** : si votre banque devient plus avantageuse avec le volume, on bascule.

↩ Revenir au parcours client (étape 3)

Le lien entre votre site et Booking : comment ça marche, et ce que ça coûte

Pour que votre planning reste juste partout — sans double saisie ni surréservation — un petit « moteur » relie en coulisses votre site et Booking. Voici lequel, et pourquoi.

À quoi sert ce moteur

Il tient **un seul planning** pour tous vos canaux. Une chambre vendue sur Booking se ferme aussitôt sur votre site, et l'inverse : **plus de risque de vendre deux fois** la même chambre. Et un tarif modifié **une seule fois** se répercute partout — fini la double saisie dans chaque extranet.

Celui que je recommande : Beds24

C'est un **partenaire certifié par Booking** (la seule voie fiable pour s'y connecter), **invisible pour vos clients**, et le **moins cher** du marché. Surtout : il me permet de bâtir **votre** outil de gestion sur mesure par-dessus — vous n'héritez pas d'un logiciel générique qui imposerait son propre site et son propre style.

Ce que ça coûte, en clair

Pour vos 12 chambres : une licence Beds24 d'environ **40 €/mois** (avec un **essai gratuit** avant tout engagement), plus les **frais de paiement des arrhes. Aucune commission** sur vos réservations directes. C'est le seul abonnement récurrent nouveau — votre hébergement et votre nom de domaine ne changent pas.

Si vous préférez une autre solution

D'autres outils existent (elloha ~50-90 €/mois, Amenitiz ~100 €/mois, d'autres sur devis), souvent plus chers et qui poussent **leur** propre site web. Beds24 + votre outil sur mesure reste le meilleur rapport. Dans tous les cas, **votre compte Booking reste le vôtre** (fiche, avis, contrat intacts) et la solution est **réversible** : vos données sont exportables, hébergées en Europe.

Ma recommandation : commencer par l'**essai gratuit de Beds24** pour confirmer le tarif exact et le confort d'usage, avant tout engagement. L'outil que je développe se branche dessus et **masque son interface au quotidien** : vous ne voyez que votre tableau de bord, à l'image de la maison. Et si un jour vous vouliez changer de moteur, c'est prévu — sans tout refaire.

↩ Revenir au parcours client (« et Booking dans tout ça ? »)

L'intelligence artificielle, l'outil et le métier

« *La différence n'est pas l'instrument, c'est le musicien.* »

J'utilise l'intelligence artificielle dans mon travail, et je le dis volontiers : c'est un accélérateur formidable. Mais un outil fait exactement ce qu'on lui dit — pas ce qu'on oublie de lui dire. Un site peut ainsi être élégant, et pourtant lui manquer **tout ce qu'on ne sait pas demander quand ce n'est pas son métier.**

Document de travail — les tarifs et conditions cités sont des exemples à confirmer ensemble. Une démonstration du parcours de réservation et de l'outil de gestion (planning, réponses en un clic, factures) peut être présentée en rendez-vous.

Jean-Laurent Gaffory · développement web