

Comment échapper à la guerre des prix et à la concurrence sur Airbnb, Booking ou Abritel ?

L'augmentation de la concurrence sur Airbnb vous fait craindre une guerre des prix?

Quelle va être la conséquence d'une guerre des prix entre annonces, cela va plomber la rentabilité de votre location courte durée?

Comment un propriétaire de meublé de tourisme peut-il échapper à la guerre des prix dans le monde de la location saisonnière?

Comment et quand sortir de la guerre des prix des annonces en ligne sur internet entre hôtels et locations saisonnières entre particuliers?

Pouvez-vous **booster** de 30 à 50% votre taux de réservations même dans un contexte de guerre des prix et de concurrence en hausse ?



Pensez "service rendu" plutôt que "revenus" car ils viendront tout seuls si vous offrez une prestation de qualité

Pour échapper à une guerre des prix qui ne vous laissera pas indemne,

adoptez cette technique que nous avons mise en place,

et n'oubliez jamais que les **clients potentiels** de votre **location saisonnière** viennent chercher de l'**hospitalité**,

et donc un **service avant un prix**.

Comment faire pour échapper à la concurrence et à la guerre des prix ?

Nos **locations de vacances meublées** sont bien plus que des **chambres d'hôtel**,

qui sont la plupart du temps éloignées des zones animées des villes, impersonnelles, sans coin cuisine, bref sans rien de bien intéressant.



Les hôtels sont impersonnels... vous pouvez vous en distinguer pour ne pas entrer en concurrence avec eux

Ceux qui veulent juste un endroit où passer la nuit vont sur [Booking.com](https://www.booking.com) par exemple (quoique ce site est quand même bien intéressant pour les locations saisonnières...), demandent à un **algorithme** de leur trouver une chambre à un prix correct, un clic et c'est réservé.

C'est ce que montre cette étude, que vous pouvez consulter sur Eldorado Immobilier :

Sondage Explosif ! Que font les gens quand ils ont goûté à la location saisonnière entre particuliers type Airbnb ?

Vous pouvez lutter sur ce principe, également utilisé par Airbnb, Abritel ou Tripadvisor, mais dans ce cas vous luttez principalement sur les prix

Et vous allez probablement perdre la bataille car il y aura toujours un propriétaire qui postera une annonce de location courte durée moins chère que la vôtre, pour de multiples raisons :

- il est aux abois financièrement
- au contraire, ce propriétaire ne cherche qu'à couvrir les frais d'une résidence secondaires
- son [investissement immobilier](#) est déjà amorti
- il lance une nouvelle annonce, et commence par des prix cassés
- etc...

J'ai trouvé un article de marketing qui explique très bien ce mécanisme, [ici](#)

Pour échapper à la guerre des prix : valorisez le contact humain et la relation de confiance avec vos locataires potentiels

Les clients de **locations de vacances** cherchent également un **contact humain**,

qui a d'ailleurs tendance à se perdre de plus en plus avec nos fâcheuses manies d'avoir la tête et les yeux partout et nulle part à la fois avec tous nos gadgets connectés... (mais ça c'est juste une remarque personnelle de Gwen à mon égard ;=D)

Votre client potentiel va donc choisir la **location saisonnière** aussi pour ce contact humain, ce que Airbnb a associé à juste titre à **l'hospitalité**

L'idée est de créer un mécanisme qui crée une relation de confiance et une expérience voyageur uniques

Vous verrez ces concepts en détails avec des exemples concrets ici :

[GUIDE ultime pour créer une relation de CONFIANCE avec vos locataires](#)

[Votre arme fatale pour cartonner avec votre location courte durée : l'expérience voyageurs](#)

Cela passe souvent par un mail avec quelques questions sur votre bien, ou plus simplement une demande de disponibilité.

L'immense majorité des loueurs répondent (quand ils répondent) par des phrases lapidaires du type :

- « oui »,
- « non »,
- « le tarif est de tant »,
- « combien serez-vous ? ».

Ok ce sont des informations qu'il faut demander et obtenir, mais vous vous distinguerez énormément si vous faites des **réponses beaucoup plus complètes**, argumentées et précises.

Vous y gagnerez également en **confiance**, et dieu sait si la confiance de nos jours est une donnée rare...



Enclenchez le cercle vertueux de la confiance

Cela vaut y compris pour les **personnes qui vous sollicitent pour des périodes déjà réservée** dans votre calendrier.

Certes vous allez leur dire non,

mais ils peuvent revenir à un autre moment,

vous louer un autre appartement, ou parler de vous autour d'eux

« j'ai repéré une jolie location de vacances, mais malheureusement déjà prise.

Par contre le type m'a répondu super gentiment et rapidement,

il a l'air vraiment bien je te conseille de le contacter pour t'héberger pendant ta formation en juin prochain ».

En quelques mots, on peut résumer cette démarche qualifiée par la mise en place d'un cercle vertueux autour de la notion de confiance.

Et cette attitude vous démarquera de la concurrence en faisant passer votre prix comme accessoire...résultat : vous échappez complètement à la guerre des prix du secteur de la location saisonnière

Pour atteindre ce **petit miracle**, il vous faudrait théoriquement passer beaucoup trop de temps derrière votre ordi ou votre smartphone.

Comment faire alors sans se tirer une balle devant l'ampleur de la tâche ?

Gagnez du temps et prenez de l'avance sur la concurrence : Préparez vos réponses à l'avance et focalisez vous sur les détails



Semi automatiser les réponses par mail permet de consacrer plus de temps sur l'essentiel de la demande de vos locataires potentiels

Il faut parvenir à **automatiser** vos différentes interventions et avoir des réponses toutes prêtes que vous adaptez à la marge en fonction de

la demande que vous recevez.

Vous vous apercevrez très rapidement que **ce sont toujours les mêmes questions qui reviennent.**

Et la même question ... amène la même réponse !

Pourquoi ne pas vous éviter de retaper dix fois les mêmes mots alors qu'un simple copier/coller suffit ?

L'idée n'est absolument pas de dénigrer votre futur locataire en lui servant du réchauffé. Bien au contraire, en ayant déjà le texte habituel de vos réponses en mémoire, vous pourrez **vous consacrer aux vraies demandes** et désirs de votre locataire potentiel.

Votre réponse sera très longue, et complète, mais rédigée en un minimum de temps.

Votre interlocuteur se dira « wouah ce type a pris tout ce temps pour me répondre et me donner des informations complètes. Il est sérieux, sa location doit valoir le coup »

Prévoyez ainsi des réponses types :

1/ Pour une demande claire sur les dates, demander combien de personnes seront présentes, explicitez la situation du logement...

2/ Pour réorienter une personne vers un autre logement que vous proposez aussi à la location car celui qu'elle convoitait est complet

3/ Pour un refus car les dates que votre locataire demande sont déjà réservées. Demandez à cette occasion ce qui a plu à ce futur locataire potentiel dans votre logement.

Avec cette technique, vous vous démarquez des annonces concurrentes, vous déclenchez un bouche à oreille et de nombreuses réservations en direct peuvent en découler, en particulier via votre site internet qui servira alors vraiment de vitrine pour votre location en courte durée

Vous pouvez voir la stratégie en détail ici pour prendre votre indépendance :

[SITE INTERNET location saisonnière : 10 raisons INDISCUTABLES de vous lancer](#)

Échappez de la guerre des prix peut bousculer un peu les conventions : Incitez votre locataire à vous répondre pour exacerber son intérêt



Poser une question... entraîne une réponse

Autre astuce : Concluez tous les messages par une question pour engager le locataire

Cela rend actif votre interlocuteur et le force à vous répondre, ce qui maximise vos chances de « l'accrocher » et d'obtenir une réservation.

Vous obtiendrez également des retours d'information extrêmement précieux pour adapter votre offre.

Par exemple si quelqu'un vous répond « merci mais j'ai trouvé un autre appart plus spacieux et 10€ moins cher », vous pouvez creuser la question pour savoir si vous êtes toujours bien situé au niveau des tarifs.

Tout bouge sans cesse d'une manière générale et dans le **monde de la location saisonnière** en particulier. Ce type de message vous permet de maintenir une veille concurrentielle sans avoir à y consacrer du temps.