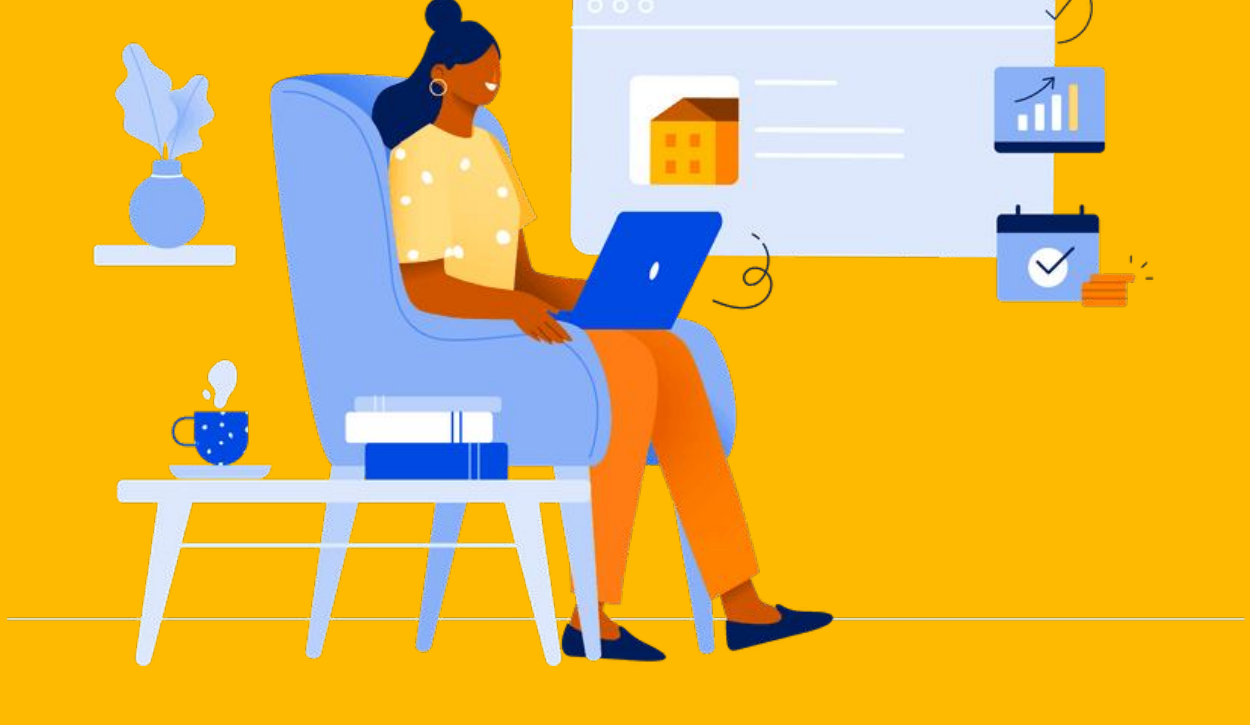




Cibler la bonne clientèle de voyage

Utilisez ce guide de ciblage pour découvrir comment toucher les audiences de voyage les plus populaires sur nos plateformes. Associé à nos bonnes pratiques, il constitue un point de départ pour tester et affiner ce qui fonctionne le mieux pour votre établissement.

Conseils

Tirez parti de l’automatisation

Activez les [Enchères dynamiques](#) afin d’optimiser automatiquement vos enchères en fonction de votre objectif de ROAS, tout en réduisant les ajustements manuels. Si nécessaire, vous pouvez restreindre l’audience de votre campagne à l’aide du ciblage **Exact** ou **Exclude**, mais cela peut réduire votre visibilité globale.

OU

Utilisez les contrôles manuels avec parcimonie

Si vous optez pour la gestion manuelle des enchères de campagne, utilisez les **Boosts** ou les **Multiplicateurs** pour accroître votre visibilité tout en conservant une portée plus large.

Évitez les ciblage trop complexes

afin de garantir des performances optimales, évitez de combiner un trop grand nombre de paramètres ; nous recommandons un maximum de deux niveaux de ciblage par campagne

Testez et apprenez

Utilisez les onglets **Signalement** et **Informations concurrentielles** pour identifier les types de voyageurs et voyageuses, les durées de séjour et les zones géographiques les plus performants pour votre établissement et vos objectifs.

Profils d’audience et stratégies de ciblage



Voyageurs et voyageuses d’affaires

Ces clients professionnels voyagent principalement pour le travail et privilégient les établissements bénéficiant d’un accès facile aux centres d’affaires. Il s’agit d’une audience idéale à cibler si votre hôtel se situe dans un grand marché ou à proximité de quartiers d’affaires et que vous souhaitez augmenter votre taux d’occupation en semaine.

Ciblez ce groupe:

Type de voyageur: Seul(e)

Jour d’enregistrement en semaine: enregistrements du dimanche au jeudi

Le saviez-vous ? Même si l’été constitue une période très active pour de nombreux segments de loisirs, la demande liée aux voyages d’affaires reste forte pendant les mois de septembre, octobre et novembre.

Les voyageurs et voyageuses internationaux

Les voyageurs et voyageuses transfrontaliers représentent un segment particulièrement stable pour votre activité. Comme ils planifient leurs voyages davantage à l’avance, ils génèrent des revenus fiables sur le long terme, présentent des taux d’annulation nettement plus faibles et accordent une grande importance à l’emplacement.

Ciblez ce groupe:

Durée du séjour: 3 nuits ou plus

Fenêtre de voyage: 30 jours ou plus

Le saviez-vous ? Les voyageurs et voyageuses internationaux ont actuellement le cycle de planification le plus long, avec une fenêtre de réservation moyenne de 39 jours.



Vacanciers et vacancières en famille

Les vacanciers et vacancières en famille constituent un segment à forte valeur ajoutée : ces clients dépensent davantage que les voyageurs solos ou les couples et séjournent plus longtemps, ce qui en fait une audience importante pour les partenaires souhaitant augmenter leur taux d’occupation et leurs revenus.

Ciblez ce groupe:

Type de voyageur: Familles

Durée du séjour : 2 nuits ou plus

Le saviez-vous ? Les voyageurs et voyageuses de loisirs, y compris les familles, concentrent fortement leurs séjours pendant les mois de haute saison estivale de juillet et août.

Voyageurs et voyageuses nationaux

Les voyageurs et voyageuses domestiques constituent l’audience idéale pour les escapades de week-end et les séjours régionaux de courte durée. Ils représentent une source de demande locale particulièrement stable, avec des délais de réservation plus courts, contribuant ainsi à remplir votre calendrier de courts séjours le week-end.

Ciblez ce groupe:

Durée du séjour : 2 nuits ou plus

Pays du voyageur : Votre propre pays

Le saviez-vous ? Les voyageurs et voyageuses domestiques réservent avec des délais beaucoup plus courts, avec une fenêtre de réservation de 21 jours avant l’enregistrement.



Destinations les plus recherchées pour l’été 2026 sur Booking.com

Utilisez ces données pour optimiser l’allocation globale de votre budget et affiner vos paramètres de ciblage, tels que le pays du voyageur, afin d’aider votre établissement à rester visible pendant cette haute saison.

Classement	Amériques	APAC	EMEA
1	Paris, FR	Tokyo, JP	Paris, FR
2	Barcelone, ES	Osaka, JP	Londres, GB
3	Londres, GB	Kyoto, JP	Barcelone, ES
4	Myrtle Beach, États-Unis	Paris, FR	Roma, IT
5	New York, États-Unis	Singapour, SG	Malaga, ES
6	Orlando, États-Unis	Sapporo, JP	Palma de Majorque, ES
7	Roma, IT	Londres, GB	Madrid, ES
8	Panama City, États-Unis	Fukuoka, JP	New York, États-Unis
9	Las Vegas, États-Unis	Séoul, KR	Lisbonne, PT
10	Miami Beach, États-Unis	Gold Coast, AU	Valence, ES

Configurez votre ciblage

Des questions ? Nous sommes là pour vous aider. Contactez-nous via le [chat en ligne](#) ou par [e-mail](#) afin d’obtenir de l’aide pour optimiser vos campagnes et les préparer pour la saison à venir