



HoPro

MARKETING · HOTEL PROMOTION DEPUIS 1984

# Le seul cadeau d'entreprise que personne ne range dans un *tiroir.*

Des nuits d'hôtel comme système marketing pour les entreprises et les partenaires commerciaux. Le concept en seize pages.

## — SITUATION DE DÉPART

# Encore un stylo à bille ? *Non merci.*

Toute entreprise peut donner dix pour cent. C'est précisément pourquoi dix pour cent ne font plus bouger personne. Les remises sont intégrées au prix, les cadeaux d'entreprise finissent dans un tiroir. Une expérience ne peut pas être sous-cotée par la concurrence, parce qu'elle ne s'exprime pas en pourcentage.

Une remise est oubliée en une semaine. Des vacances se racontent pendant dix ans. Avec votre nom.





— LE SYSTÈME

## Votre nom sur *l'oreiller*.

Vous achetez des codes de bon et en faites votre campagne : imprimés, en carte de fidélité, en QR code sur l'emballage. Votre client enregistre le code sur [hopro.org](https://hopro.org), choisit parmi les hôtels partenaires et séjourne gratuitement. À l'hôtel, il ne paie que le forfait pension habituel. Vous payez le bon. Pas les vacances.

# Le levier, c'est l'hôtel, *pas votre budget.*

depuis 1984

plus de 40 ans sur le marché mondial

plus de 50 000

hôtels partenaires dans le monde, jusqu'à 5 étoiles

5 ans

de validité à partir de l'activation du bon

dès 500 unités

des codes dont vous faites votre campagne

---

01

Les remises sont intégrées au prix. Les expériences se racontent.

Qui a reçu une semaine à la mer en parle à table, au bureau, au voisin. À chaque fois, votre nom revient.

---

02

La valeur, ce sont des vacances. Le prix, c'est un bon.

L'hôtel partenaire fournit la chambre. La pension est payée par le client, comme pour toutes vacances. Vous ne payez que le bon, dès 3,50 euros.

---

03

La perte pèse plus lourd que le gain.

Un client qui a déjà cumulé des nuits chez vous ne change pas pour deux pour cent. Cumuler fidélise, parce qu'il y a quelque chose à perdre.

A woman with long brown hair, wearing a white sleeveless dress, stands on a balcony overlooking a coastal town and the sea. She is holding a smartphone up to take a photo. In the background, a man in a white shirt and dark trousers is seen from behind, looking out over the view. The balcony has a white railing and some potted plants. The scene is set during the day with soft lighting.

## — LA QUESTION LA PLUS FRÉQUENTE

# Pourquoi les hôtels font-ils cela ? Et pourquoi est-ce si *abordable* ?

### La meilleure publicité qu'un hôtel puisse avoir.

Le client est dans la maison, y mange, photographie la vue, raconte, recommande, revient.

### Une chambre vide coûte. Un client au restaurant rapporte.

Presque aucun hôtel n'est occupé à plus de soixante-dix pour cent. Avec le client arrivent la pension, le bar et le spa.

### Un réseau qui grandit depuis 1984.

Des maisons fidèles depuis le premier jour, de nouvelles chaque année. L'hôtel paie avec la chambre, le client la pension, vous le système.

# Vous achetez des codes. Ils deviennent *votre* campagne.

1

Vous choisissez quantité et nuits.

Dès 500 unités, trois, sept ou quatorze nuits, ou la carte annuelle.

- Bon à votre design
- Carte de fidélité ou carte bonus
- QR code sur le produit

2

Votre client échange en ligne.

Sur hopro.org, il enregistre le code, choisit parmi les hôtels partenaires et envoie sa demande de réservation.

- Deux personnes en chambre double
- Répartissable sur plusieurs hôtels, cumulable
- Cinq ans à partir de l'activation



Échangeable sur hopro.org

3

L'hôtel fournit la chambre.

Le client séjourne gratuitement et ne paie que le forfait pension habituel de l'hôtel, en général petit-déjeuner et un repas principal.

- Hôtels jusqu'à 5 étoiles, dans le monde entier
- Enfants généralement acceptés, supplément selon l'hôtel
- L'hôtel gagne un client qui revient

En vacances, on mange toujours. *Chez nous, on dort aussi.*

## — CUMULER

# Votre client se constitue ses vacances *chez vous*.

Les nuits s'empilent : sur plusieurs bons, plusieurs achats, plusieurs mois. Qui a déjà six nuits chez vous n'achète pas les trois suivantes chez la concurrence.

### La carte bonus en vente à domicile

Cinq recommandations, cinq nuits. Après la cinquième, le client a ses vacances complètes, et le conseiller cinq nouveaux clients.

### Le magasin de meubles en Autriche

Dès 500 euros d'achat, trois nuits offertes. Qui achète deux fois en a six. Le client revient pour le canapé, et pour les vacances.



## Quatre objectifs. Un outil. *Des résultats* prouvés.

PROMOTION DES VENTES · MILKA, FRANCE

6 semaines

Pack produit entièrement écoulé.

Six barres de chocolat avec trois nuits d'hôtel incluses.

RECOMMANDATIONS · HMI, ALLEMAGNE

plus de 20

recommandations par client.

Programme de recommandation avec bon d'hôtel, en moyenne plus de 20 recommandations par client.

CONQUÊTE · PIRELLI RE

3 nuits

Nouveaux locataires, vite trouvés.

Nouveaux locataires accueillis avec trois nuits, logements libres loués en très peu de temps.

FIDÉLISATION · FOCUS ONLINE

Abonnement

Le bon multi-hôtels pour les abonnés.

Court séjour flexible au lieu d'un catalogue de primes.

RECOMMANDATIONS · VENTE À DOMICILE

5 = 5

Cinq recommandations, cinq nuits.

Le conseiller obtient des contacts qui ont de la valeur.

PROMOTION DES VENTES · MAGASIN DE MEUBLES

500 €

Trois nuits sur l'achat.

Le client cumule, revient et achète là où sont ses vacances.



# La valise est faite. Votre client sait *à qui il le doit.*

## Cadeau de bienvenue

Le premier achat devient les premières vacances.

## Carte de fidélité et carte bonus

Cinq recommandations, cinq nuits.

## Renouvellement de contrat

Le renouvellement est récompensé, pas le changement.

## Pack produit

Trois nuits dans la boîte. Écoulement en semaines.

## QR code sur l'emballage

Le bon est dans le produit.

## Collaborateurs et équipe

Objectif atteint, valise faite.

# Et qu'en fait-on dans *votre* secteur ?

## Magasin de meubles

Dès 500 euros d'achat, trois nuits. Le client revient pour le canapé.

## Concession automobile

Essai une nuit, achat trois. Le prospect devient un rendez-vous.

## Vente financière et assurance

Carte bonus : cinq recommandations, cinq nuits.

## Édition et abonnements

Renouvellement récompensé. La prime la plus choisie du catalogue.

## Artisanat

Une nuit par chantier recommandé. Le voisinage devient la force de vente.

## Salle de sport

Contrat annuel, trois nuits. Moins de résiliations.

## Immobilier

Nouveaux locataires accueillis avec trois nuits. Vacance plus courte.

## Alimentation et marques

Un code dans l'emballage. Danone et Milka ont récompensé ainsi.

## Restauration et hôtellerie

Carte de fidélité : dix visites, une nuit ailleurs.

## Cabinets d'expertise et d'avocats

Un client en recommande un autre, une nuit par mandat.

## Boutique en ligne

Des nuits offertes à partir d'un montant de commande. Le panier grandit jusqu'au seuil.

## Collaborateurs et équipe

Objectif trimestriel atteint, trois nuits sur le compte.

Votre secteur manque ? Nous trouvons un chemin pour presque chaque niche. Vous nous donnez l'objectif, nous construisons le chemin.

## Faites le *calcul*.

| QUANTITÉ      | 3 NUITS | 7 NUITS | 14 NUITS | CARTE ANNUELLE |
|---------------|---------|---------|----------|----------------|
| <b>500</b>    | 5,00 €  | 8,00 €  | 10,00 €  | 12,50 €        |
| <b>2.500</b>  | 4,70 €  | 7,70 €  | 9,70 €   | 11,50 €        |
| <b>10.000</b> | 4,40 €  | 7,40 €  | 9,40 €   | 11,00 €        |
| <b>25.000</b> | 4,10 €  | 7,10 €  | 9,10 €   | 10,50 €        |
| <b>50.000</b> | 3,50 €  | 6,50 €  | 8,50 €   | 10,00 €        |

Tous les prix par bon, dégressifs selon la quantité. Le client ne paie à l'hôtel que le forfait pension habituel.

### Volume annuel, appelé par trimestre

Les budgets marketing se planifient par trimestre. Vous convenez du volume annuel, appelez par trimestre et payez par trimestre. Le prix dégressif du volume annuel s'applique dès la première livraison.

### Sur appel

La campagne marche mieux que prévu et les bons sont partis en une semaine ? Réapprovisionnement à tout moment, le palier reste.

### Forfait

Bons illimités, un seul prix. Pour les éditeurs, les chaînes de distribution et les marques, quand la portée dépasse le nombre d'unités. Calcul individuel selon le marché, la cible, la taille et la durée de l'opération.

England:

Generierung von Leads für Direktmarketing – Jeder Teilnehmer erhielt 4 Nächte.

Innerhalb eines Jahres wurden

Opel (Vauxhall), Angletterre contacts à six chiffres

Punktesammel-  
aktion mit  
Zuzahlung, eine  
von mehrerren  
Prämien.

Die  
meistgewählte  
*Désinée par*

«...rétiers dans l'un des 400 hôtels toutes  
catégories sélectionnées dans le Guide des  
Hôtels. Pour chaque nuit passée à l'hôtel,  
il vous faudra simplement prendre au plaisir  
et à votre charge un petit déjeuner et un  
accès par personne.

(Réglement complet) - Réservez dans le Guide des Hôtels,  
selon la catégorie de l'hôtel).

A partir du 31 mars 87,  
tous choisis  
posséderont une Shell.  
une entrée gratuite  
dans les centres de  
loisirs pendant  
la saison d'été.

Guide  
Hotels

Shell

prime la plus choisie

Festgelegter Promotionszeitraum zur Steigerung des Produktverkaufs.

Die Verkäufe aller Produktparten nahmen messbar

**Thomson, France**  
ventes en hausse mesurable

Gezielter Produktverkauf – der Kauf eines Staubsaugers gab 3 Nächte.

Erfolgreiche Marktplatzierung

**Rowenta, France**  
placement réussi



HoPro MARKETING

— NOUS SOMMES UNE AGENCE MARKETING

# Le bon est notre meilleur outil, *pas le seul.*

## Stratégie et campagne

Objectif, cible, mécanique, budget, calendrier. Jusqu'à l'évaluation.

## Facebook et Instagram

Gestion, calendrier éditorial, publications, communauté.

## Publicité

Audiences, budgets, évaluation. Une portée que vous pilotez.

## Landing pages et sites web

Fait main, sans constructeur de sites. Herzstück Web.

## Bons, brochures, imprimés

Du croquis au fichier d'impression.

## IA, vidéo, téléphonie, back-office

VIVYT Creative Studios et VirtuFlow.



UNE MAISON DU VIA VITAL GROUP



Herzstück Web



HoPro MARKETING



— POUR LES PARTENAIRES COMMERCIAUX

## Vous vendez. Nous livrons le *produit* qui va avec.

Une commission fixe sur chaque commande apportée et chaque réassort. Le montant se discute en personne ; la structure est la même pour tous les partenaires.

### VOIE 1

#### Nous traitons.

Vous apportez le client, nous livrons et facturons. Vous recevez la commission.

### VOIE 2

#### Vous traitez.

Vous achetez chez nous et suivez le client vous-même. La commission est créditée immédiatement.

Les mêmes prix pour tous. Votre client voit chez nous le même prix que chez vous. *Vous ne vendez pas contre la liste de prix, vous vendez avec elle.*

# Un entretien. Ensuite vous savez si ça *convient*.

Dites-nous votre objectif et votre cible. En quelques jours, vous recevez une proposition avec mécanique, quantité et prix. Sans engagement, sans catalogue. Téléphone, WhatsApp ou visioconférence, trente minutes où nous posons plus de questions que nous ne parlons.

## TÉLÉPHONE ET WHATSAPP

+41 76 268 75 93

## TÉLÉPHONE ALLEMAGNE

+49 6222 948 24 10

## E-MAIL

hallo@viavitalgroup.ch

## EN LIGNE

viahopro.com · hopro.org

HoPro Marketing, une maison du Via Vital Group · Via Vital Group LLC, 30 N Gould Street, Suite N, Sheridan, WY 82801-6317, États-Unis · Bureau de représentation Voa Principala 25, 7077 Valbella, Suisse · Site d'échange hopro.org : WCS World Consulting Service Ltd Inc., 2701 Centerville Road, Wilmington DE 19808, États-Unis



— EN 30 SECONDES

# Quatre films, quatre *réponses*.

Chaque film en trente secondes, lisible sur le site et prêt à être envoyé aux clients par WhatsApp.



## Le principe

Pourquoi des vacances battent une remise



## Le lundi

Un canapé, des vacances, deux nouveaux clients



## Le conseiller

Un entretien, une page, une proposition



## Le samedi

Amenez le client une fois, gagnez chaque trimestre

[viahopro.com/fr/#filme](https://viahopro.com/fr/#filme)