

# L'ESSENTIEL POUR UNE BONNE NUIT



La marque s'adresse aux clients qui ne souhaitent faire de compromis ni sur leur nuit ni sur leur budget.

Elle promet l'essentiel mais ne néglige pas pour autant les attentes et la satisfaction de sa clientèle.

Première Classe c'est le choix du consommateur avisé, du client malin à la recherche du bon plan mais qui ne transige pas sur l'essentiel.

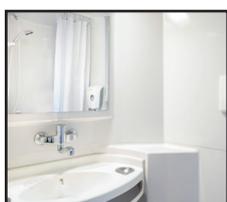
## À PROPOS DE LA MARQUE

- POSITIONNEMENT : Budget
- CIBLE : Ouvriers, commerciaux itinérants, familles, seniors, jeunes/étudiants
- SIGNATURE : L'essentiel pour une bonne nuit
- MOTS-CLEFS : Choix malin, essentiel, bonne nuit
- CONTRAT D'EXPÉRIENCE : La garantie d'une bonne nuit de sommeil au prix le moins cher du marché
- SINGULARITÉ DE LA MARQUE : La seule marque budget à offrir des salles de bains privatives, le wifi gratuit et des chambres pouvant accueillir jusqu'à 3 personnes.
- PROPOSITION DE VALEUR POUR L'INVESTISSEUR : Une marque historique et ultra-standardisée, avec un investissement modéré au commencement et des coûts opérationnels limités par la suite. Une notoriété de marque massive en France.

## MARQUEURS D'EXPÉRIENCE



• DES CHAMBRES DE 1, 2 OU 3 À PRIX UNIQUE



• UNE SALLE DE BAIN PRIVATIVE



• UN WIFI GRATUIT



• UN BUFFET PETIT-DÉJEUNER À VOLONTÉ

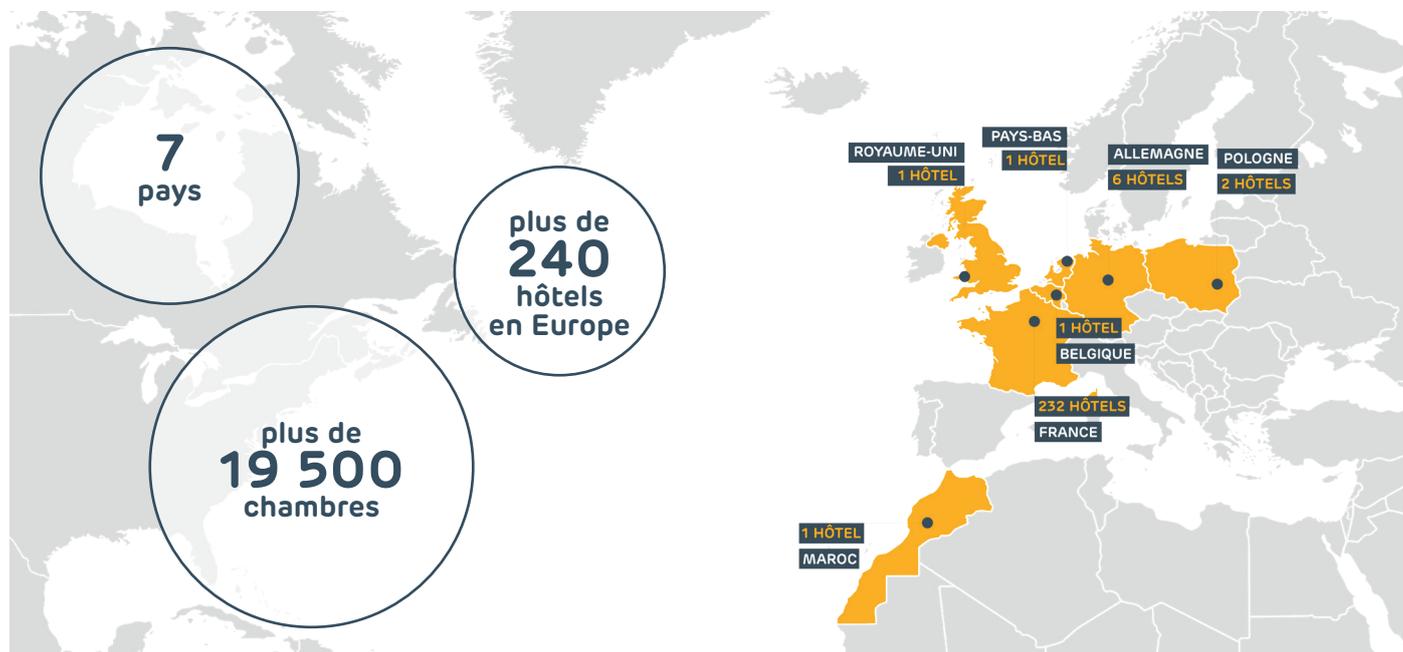


• UNE OFFRE SNACKING 24H/24



• UNE RÉCEPTION AUTOMATIQUE 24H/24 VIA DES BORNES

## RÉSEAU



## VERBATIMS CLIENTS

MEILLEURE NOTE!  
5/5

PREMIÈRE CLASSE MARNE-LA-VALLÉE/TORCY, @JEAN, AOU 2019

Accueil charmant, personnel sympathique, chambre très correcte, très bon rapport qualité prix. Petit déjeuner super il y a de tout avec un bon café ou jus de fruit. Je recommande cet hôtel sympa et calme. Encore merci encore pour l'accueil du personnel et la patronne super sympa.

PREMIÈRE CLASSE CLERMONT-FERRAND, @ALEXANDRA, NOV 2019

Très bon hôtel. Literie propre et très confortable. Salle de bain impeccable. Un petit-déjeuner très décent. Le tout pour un prix plus que raisonnable. Je recommande cet hôtel.

## CONTRIBUTION CENTRALE

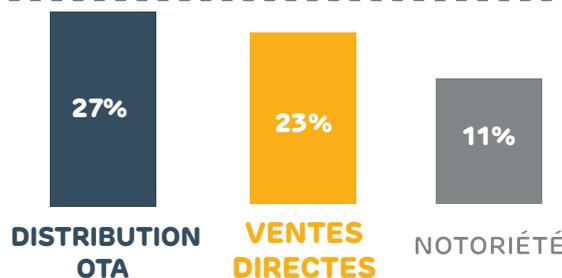
# 61%

c'est le taux de contribution moyen au

chiffre d'affaires d'un hôtel apporté par les canaux de réservation centrale de Louvre Hotels Group.\*

\* Marché hôtelier Français 2018

### DISTRIBUTION DE LA CONTRIBUTION CENTRALE



## CRITÈRES PRODUIT

### COÛTS\*



- Coût de construction par clé : 38K€
- Coût de rénovation par clé : 5,6K€
- Espaces communs : FF&E 170€/m<sup>2</sup>
- Chambre FF&E: 2,7K€/chambre

\*Les coûts peuvent varier selon la localisation, le type d'hôtel et sa taille

### CHAMBRE :

- Minimum 60 chambres
- Taille : minimum 14m<sup>2</sup>
- Design standardisé

### OBLIGATOIRE :

- Buffet petit-déjeuner
- Salle de bain privative
- Wifi gratuit
- Distributeurs automatiques

### LOCALISATION :

- Zones urbaines et périurbaines
- Zones commerciales
- Hubs de transports

### STANDARDS :

- Standards 1 étoile
- TV
- Etagères

## PERFORMANCES DE LA MARQUE

# 62%

DE NOTORIÉTÉ DE MARQUE\*

# 3,4/5

SATISFACTION CLIENT\*\*

(Sources: \* :Étude Ifop sur l'image et la notoriété, Novembre 2019. \*\*TrustYou YTD Octobre 2019)

## PERFORMANCES OPERATIONNELLES



REVPAR :  
31.4€



TO :  
70%



PM :  
44.9€

(Source : Packstat Jan-Dec 2019, montant TTC)

## PLAN MARKETING ANNUEL

