



## HÔTELLERIE DIGITALE

INNOVANT ●●●

PÉRENNITÉ ●●●

COÛT ●●●

### PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- On appelle hôtellerie digitale toutes **les innovations proposées par les hôtels** en amont et en aval du séjour client.
- **Les objectifs sont multiples** : optimiser les temps de réservation, les procédures de check-in/out, réduire les formalités administratives, améliorer globalement l'expérience client lors de son séjour mais aussi optimiser la récolte de données de façon à ce qu'elle soit plus précise et structurée.
- Les nouvelles technologies permettent de **garantir un meilleur service au client**.
- Il s'agit de **redéfinir l'idée de confort** dans l'hôtellerie en personnalisant l'offre.
- **L'hôtellerie indépendante peine encore** à digitaliser son offre.



### CIBLES

Voyageurs en entreprise  
Fournisseurs primaires

**CE QU'IL FAUT SAVOIR**

Lorsque l'on parle d'hôtellerie digitale, on parle de toutes les innovations proposées par les hôtels en amont et en aval du séjour client. Les objectifs sont multiples : optimiser les temps de réservation, les procédures de check-in/out, réduire les formalités administratives, améliorer globalement l'expérience client lors de son séjour mais aussi optimiser la récolte de données de façon à ce qu'elle soit plus précise, plus personnalisée et structurée, voire anticipatrice.

L'utilisation accrue des nouvelles technologies par les hôtels permet aux voyageurs d'accéder à un meilleur service (par exemple gain de temps aux moments des formalités d'entrée/sortie) ainsi qu'à de nouveaux services : accès à la chambre via son smartphone, accès plus large au réseau wifi gratuit, à des appareils numériques en libre service, mise à disposition d'espaces de travail high tech repensés permettant de travailler en dehors de la chambre...



Ceci redéfinit les critères de confort d'une chambre d'hôtel. Le collaborateur gagne en autonomie dans la gestion de son environnement : il l'adapte plus facilement à ses envies, avec la possibilité, par exemple, de régler facilement la lumière, le chauffage et la climatisation ou encore la sécurité sans avoir à se déplacer. L'accès aux services additionnels (ou du moins à leur description/présentation) et leur réservation s'effectue souvent via des TV intelligentes ou des tablettes.

Le bon usage de ces nouvelles technologies permet de personnaliser le service proposé aux clients. Ainsi pour le voyageur, la stratégie digitale mise en place par l'hôtel va permettre d'assurer une continuité tout au long de son séjour en lui proposant des services ultra-personnalisés mais aussi en augmentant la collecte d'informations qui viendront enrichir son profil (habitudes, préférences culinaires, musicales, température de la chambre etc...).

Autant de services jusqu'à maintenant réservés aux clients des palaces !

Enfin, la digitalisation du secteur hôtelier permet aux collaborateurs d'avoir accès à

une information de qualité, plus riche et souvent regroupée à travers un unique point d'accès (application de l'enseigne ou application « e-conciergerie »).

## EXEMPLES DE DIGITALISATION DES SERVICES HÔTELIERS

- Self check-in/out en 1 minute grâce à la suppression des réceptions au comptoir, remplacées par des ordinateurs en libre accès.
- Clés dotées de la technologie RFID permettant de régler diverses prestations tout au long de son séjour.
- Accès wifi gratuit et illimité.
- Tablette mise à disposition dans chaque chambre et permettant de maîtriser son environnement (climatisation, réveil, lumière, rideaux et volets) ou donnant accès à des boutiques de films.

## POINTS D'ATTENTION

- Cette digitalisation du secteur hôtelier a également pour but de **renforcer l'utilisation des applications sur mobile et les sites de l'enseigne** via un principe de fidélisation. Ainsi, les collaborateurs sont parfois incités à utiliser ces canaux de distribution pour réserver leurs séjours plutôt que l'outil (Self Booking Tool ou Hotel Booking Tool) mis en place en interne par l'entreprise.
- La digitalisation va de pair avec la dématérialisation des documents d'identité ou encore des moyens de paiement afin d'optimiser au mieux le parcours client. Cependant, cela induit un **renforcement de la sécurité des données collaborateurs et entreprises**.
- Cette digitalisation ne peut pas être généralisée au regard du nombre d'établissements hôteliers dans le monde et **il reste une contrainte pour la généralisation de ces nouvelles pratiques : le taux d'adoption**, en particulier pour les générations moins habiles avec la technologie
- **Les hôtels indépendants peinent encore à mettre en place ce type de fonctionnalités** et fonctionnent encore avec des check-in/out au desk et l'ouverture de la chambre avec une « vraie » clé car la facture de l'accès à la digitalisation est très élevée et ne se justifie qu'à partir d'un certain volume de clientèle traité.

## COMMENT VOS VOYAGEURS PEUVENT EN PROFITER ?

- **En amont du séjour** : consulter les réseaux sociaux (pages de la chaîne ou de l'hôtel) qui remontent les avis clients et donnent toutes les informations pratiques. Certaines centrales de réservations hôtelières proposent également des avis (globaux, uniquement de voyageurs d'affaires, uniquement émis par des collaborateurs de l'entreprise). Télécharger l'application de la chaîne hôtelière choisie.
- **Effectuer son check-in et check-out en ligne** (le collaborateur n'a plus qu'à récupérer/déposer la clé à la réception, la facture lui est envoyée par mail).
- **Devenir fidèle et profiter de la carte digitale** et des avantages pour le prochain séjour.
- Une fois sur place, **télécharger l'application e-conciergerie** disponible dans l'hôtel de séjour pour réserver les services additionnels.

**LE POUR ET LE CONTRE****FORCES**

- Optimisation du parcours client (simplification de la réservation avec un profil pré-enregistré, optimisation des services additionnels, optimisation des formalités administratives au check-in et check-out, dématérialisation de la facture).
- Amélioration de l'expérience client (personnalisation de l'accueil, gain de temps, mise en avant des offres et services adaptés).
- Accès à une information centralisée (relative à l'hôtel et à ses environs) via des applications d'e-conciergerie.
- Accès à des prestations partout dans l'hôtel et depuis sa chambre (exemple : de nombreux hôtels proposent des kiosques numériques où des journaux sont mis en ligne chaque jour dans la langue choisie).
- Meilleure accessibilité et visibilité sur les avis (certains HBT ou SBT remontent les avis clients).
- Accès à des gratuités.
- Meilleure connaissance du collaborateur (habitudes et préférences).
- Challenge face aux OTA et aux plateformes collaboratives qui se sont déployées uniquement online.

**FAIBLESSES**

- Retard de l'hôtellerie indépendante mais aussi de certaines chaînes hôtelières dans le déploiement de solutions digitales.
- La « révolution digitale » n'est pas forcément gratuite : la connexion wifi est loin d'être gratuite dans tous les établissements.
- Chaque chaîne d'hôtels a développé sa propre application pour mettre en avant ses services et cela oblige à multiplier les téléchargements d'applications.
- Protection des données.
- Perte de contrôle sur le « parcours hôtelier » du voyageur. Le voyageur peut être facilement détourné du circuit validé par l'entreprise par de multiples offres commerciales non maîtrisées.