

La numérisation dans l'hébergement

Exemples tirés du projet
«Numérisation dans l'hôtellerie suisse»



Impressum

Editeur

HotellerieSuisse, Berne

Auteurs

Pr Jan Mosedale,
Nina Rupp, HES des Grisons

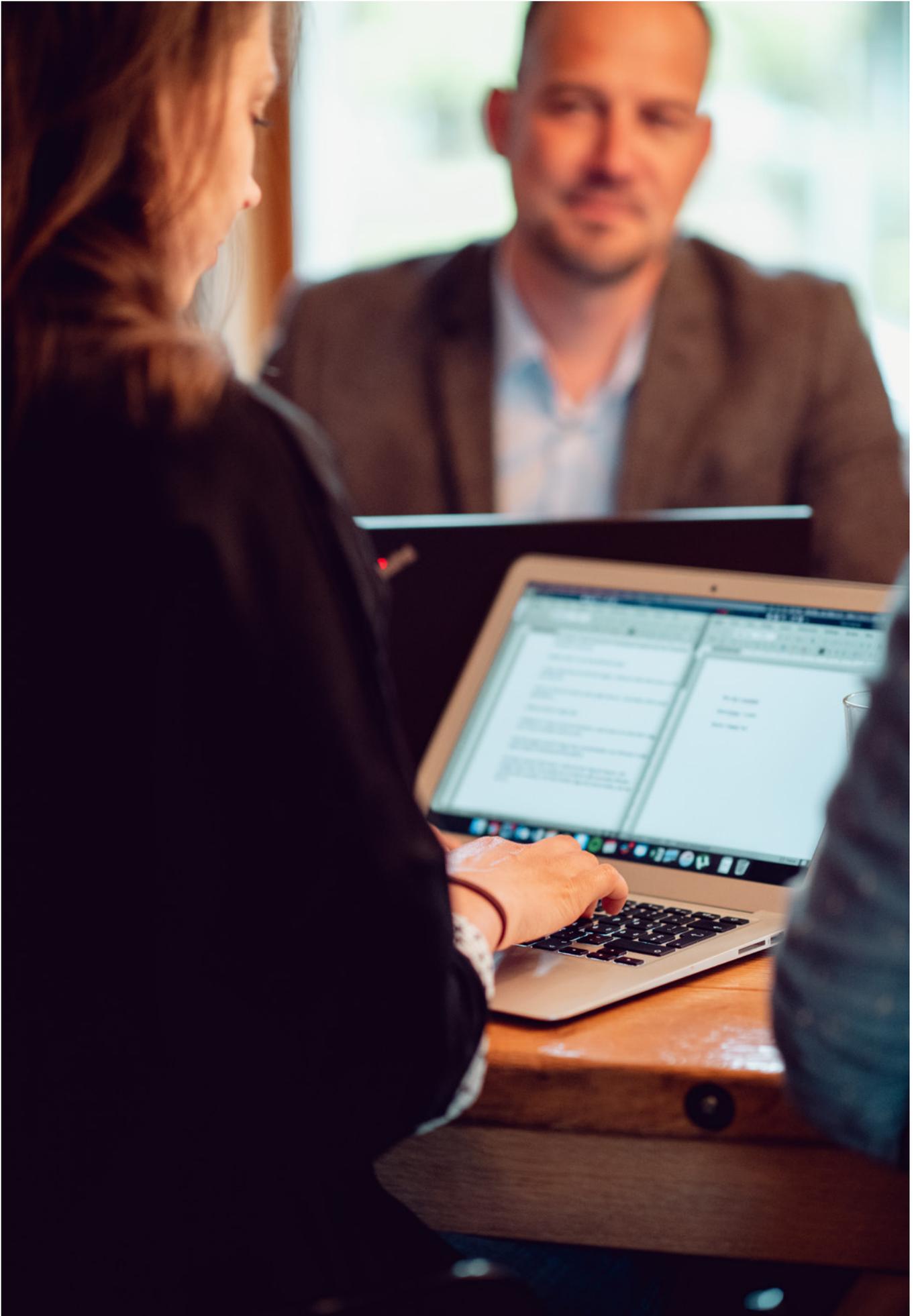
Conception

xamt franziska liechti, Wabern

Berne, septembre 2019

Avec le soutien du Secrétariat
d'Etat à l'économie SECO

innovation
tourisme





p. 7

3 Introduction

4 A propos du projet

5 Marketing numérique et communication

Chats et chatbots

Comparaison des prix avec les OTA en temps réel

Communication personnalisée et upselling

9 Processus numériques

Outils basés dans le Cloud

Automatisation des processus

Visualisation de données et yield management

12 Prestations numériques pour l'hôte

Individualisation du séjour

Diverses possibilités de check-in

Banques de données avec les préférences des hôtes

Connexions Internet

Concierge numérique

Apps hôtelières



p. 12

18 Modèles d'affaires numériques

CityHub – un exemple de modèle d'affaires numérique

p. 21



20 La numérisation, une chance

Plateforme de numérisation www.hotel.digital

Institut pour le tourisme et les loisirs, HES des Grisons

Introduction

La numérisation est un processus technologique et social, qui a un impact majeur sur l'activité des entreprises, et qui touche aussi la branche de l'hébergement.

1 Preveden, V. & Tiefen-
graber, A. (2016). Hotellerie
4.0. Gäste gewinnen und
effizienter werden. Roland
Berger GmbH. Association
autrichienne des hôteliers.
Retrieved from [https://
www.rolandberger.com/
de/Publications/
Hotellerie-4.0.html](https://www.rolandberger.com/de/Publications/Hotellerie-4.0.html)

La numérisation bouleverse profondément le monde du travail. Mais l'hôtellerie a encore de la peine à exploiter les moyens numériques. Moins de la moitié des hôteliers interrogés dans le cadre d'une étude considèrent leur établissement comme étant avancé numériquement.¹ Pour être prêt à affronter un avenir qui sera toujours plus numérisé, il importe que l'hôtellerie s'attaque à la question de la numérisation et se penche sur les opportunités qu'elle offre.

Ce rapport d'études de cas est issu du projet Innotour «Numérisation dans l'hôtellerie suisse», une collaboration entre HotellerieSuisse, la Haute école spécialisée de Suisse occidentale et la Haute école spécialisée (HES) des Grisons. Les hôtels choisis comme exemples dans le présent rapport témoignent des innombrables possibilités qu'offre la numérisation à l'hôtellerie. Celles-ci ont été réparties en quatre catégories:

1. Marketing numérique et communication
2. Processus numériques
3. Prestations de services numériques pour les hôtes
4. Modèles d'affaires numériques.

Il n'est pas toujours possible de ranger les outils numériques dans une catégorie précise. Certains outils de marketing par exemple constituent aussi des prestations pour l'hôte et inversement.

Se lancer dans la numérisation et s'y retrouver dans la jungle des fournisseurs de produits numériques pour la branche de l'hébergement

constitue assurément un défi. Mais la numérisation est aussi une grande chance. Le présent rapport a pour objectif, d'une part, de mettre en évidence ce qui est possible actuellement et, d'autre part, de donner envie de tester des nouveautés. La numérisation est un processus évolutif, qui ne peut être maîtrisé dans un rapport. Il vous appartient dès lors d'observer les derniers développements en la matière et de déterminer quels sont

«Lancez-vous dans la numérisation, elle vous permettra d'économiser des coûts et d'accroître votre chiffre d'affaires, et vous aurez beaucoup de plaisir à utiliser les nouveaux outils.»

Michael Böhler, CEO Small Luxury Hotel Ambassador et Hôtel Opéra, Zurich

les outils pouvant entrer en ligne de compte déjà maintenant dans votre hôtel et pour vos hôtes, quels sont ceux à envisager dans quelques années seulement et quels sont ceux qui ne présentent aucun intérêt pour vous.

A propos du projet

Le projet Innotour «Numérisation dans l'hôtellerie suisse» a été réalisé par HotellerieSuisse, conjointement avec la Haute école spécialisée de Suisse occidentale et la HES des Grisons, avec le soutien d'Innotour, l'instrument de promotion touristique du Secrétariat d'Etat à l'économie SECO.

La transformation numérique est un processus omniprésent aujourd'hui. Chaque branche se voit confrontée au défi qui consiste à trouver des réponses efficaces aux exigences d'un environnement de plus en plus numérisé. Avec l'arrivée de l'Internet et des technologies numériques, le secteur du tourisme en particulier a connu un profond changement, qui s'accompagne de solutions et d'offres sans cesse renouvelées. La branche suisse de l'hébergement ne peut dès lors se passer d'opérer sa transformation numérique. Or, compte tenu du fort investissement des hôteliers dans leurs activités quotidiennes et de l'abondance de nouveaux produits lancés sur le marché, de nombreux hôteliers se heurtent à des questions auxquelles ils ne peuvent répondre seuls:

- Quelles offres numériques pour quels hôtels?
- Comment mettre en œuvre la transformation numérique dans un hôtel?

Vidéos sur les d'exemples de cas

- [CityHub Rotterdam](#)
- [Hôtel Ambassador et Hôtel Opéra, Zurich](#)
- [Novotel Lausanne-Bussigny](#)
- [Hôtel Lugano Dante](#)
- [Hôtel Alpenblick Berne](#)
- [Boutique Hôtel i31 Berlin](#)
- [Hôtel Schani Vienne](#)

Ces questions donc sont traitées dans le présent rapport afin de guider les managers hôteliers sur la voie de la transformation numérique. Le projet «Numérisation dans l'hôtellerie suisse» aide les hôteliers, au moyen d'exemples de cas et de la mise à disposition d'une plateforme de numérisation, à s'orienter stratégiquement dans le domaine de la numérisation.

Les hôteliers peuvent s'inspirer des exemples présentés sur la plateforme www.hotel.digital et obtenir un aperçu de tous les outils disponibles pour déterminer quelles sont les nouveautés pouvant profiter à leur établissement et quelles sont celles à seulement observer dans un premier temps. Les différents outils permettent à l'hôtelier d'effectuer une analyse complète de l'état actuel et de l'état visé d'un point de vue économique, mais aussi d'avoir un aperçu des secteurs qui présentent encore un potentiel d'optimisation en matière de numérisation. Des solutions informatiques et des conseillers spécialisés qui aideront l'hôtelier à exploiter ses potentiels sont présentés à titre de recommandations. En complément, un savoir-faire est proposé sous forme d'études de cas, de formations, publications, etc.

La plateforme de numérisation www.hotel.digital livre par conséquent des approches concrètes individuelles sur la manière dont un établissement d'hébergement peut se préparer à franchir le pas dans l'avenir numérique.

Marketing numérique et communication

Dans le marketing, il faut s'adresser à l'hôte avec les bons contenus, au bon moment et au bon endroit. Aujourd'hui, vous devez aborder vos hôtes là où ils passent du temps, à savoir sur Internet. Les canaux de communication numériques permettent de s'adresser à des hôtes potentiels avec des contenus adaptés à chaque canal. Il faut savoir néanmoins que le marketing aussi évolue à une vitesse fulgurante dans le monde numérique.

De nombreux fournisseurs se sont spécialisés dans des produits de marketing et de communication pour l'hôtellerie, dans le but de favoriser la compétitivité numérique des hôteliers. Les hôtels présentés dans les courts-métrages rattachés au présent rapport utilisent déjà quelques-uns de ces produits. Il est ressorti des discussions avec les hôteliers que les avantages tirés de ces produits résident entre autres dans la hausse du chiffre d'affaires, un meilleur accès aux différents groupes cibles, l'optimisation du taux d'occupation ainsi que dans l'amélioration de la communication avec les hôtes et un allègement du travail pour les collaborateurs à la réception. Depuis le chatbot jusqu'à l'upselling au moyen du mail préséjour – l'éventail des outils de marketing et de communication dans la branche de l'hébergement est large. Diverses sources d'information sur le sujet étant disponibles sur le site d'HotellerieSuisse, nous ne voulons pas aborder plus en détail le marketing numérique ici, mais préférons laisser parler d'eux-mêmes les exemples tirés du projet.

«Nous devons faire face actuellement à une augmentation phénoménale du travail lié aux tchats. Cela nous empêche parfois d'optimiser les processus, car la réception doit si possible répondre sans attendre, ce qui n'est pas évident lorsque l'on est seul à la réception et que des hôtes attendent.»

Robert Kneubühler, directeur de l'Hôtel Alpenblick, Berne

Chats et chatbots

Les (t)chats permettent de communiquer en temps réel en mode texte. Bien que la technologie du dialogue en ligne existe depuis déjà un certain temps et que les hôtes exigent une réaction toujours plus immédiate, l'hôtellerie n'a suivi la tendance que tardivement. Avec le dialogue en ligne, les hôtes potentiels peuvent poser des questions sur le site de l'hôtel et les collaborateurs y répondre en temps réel.

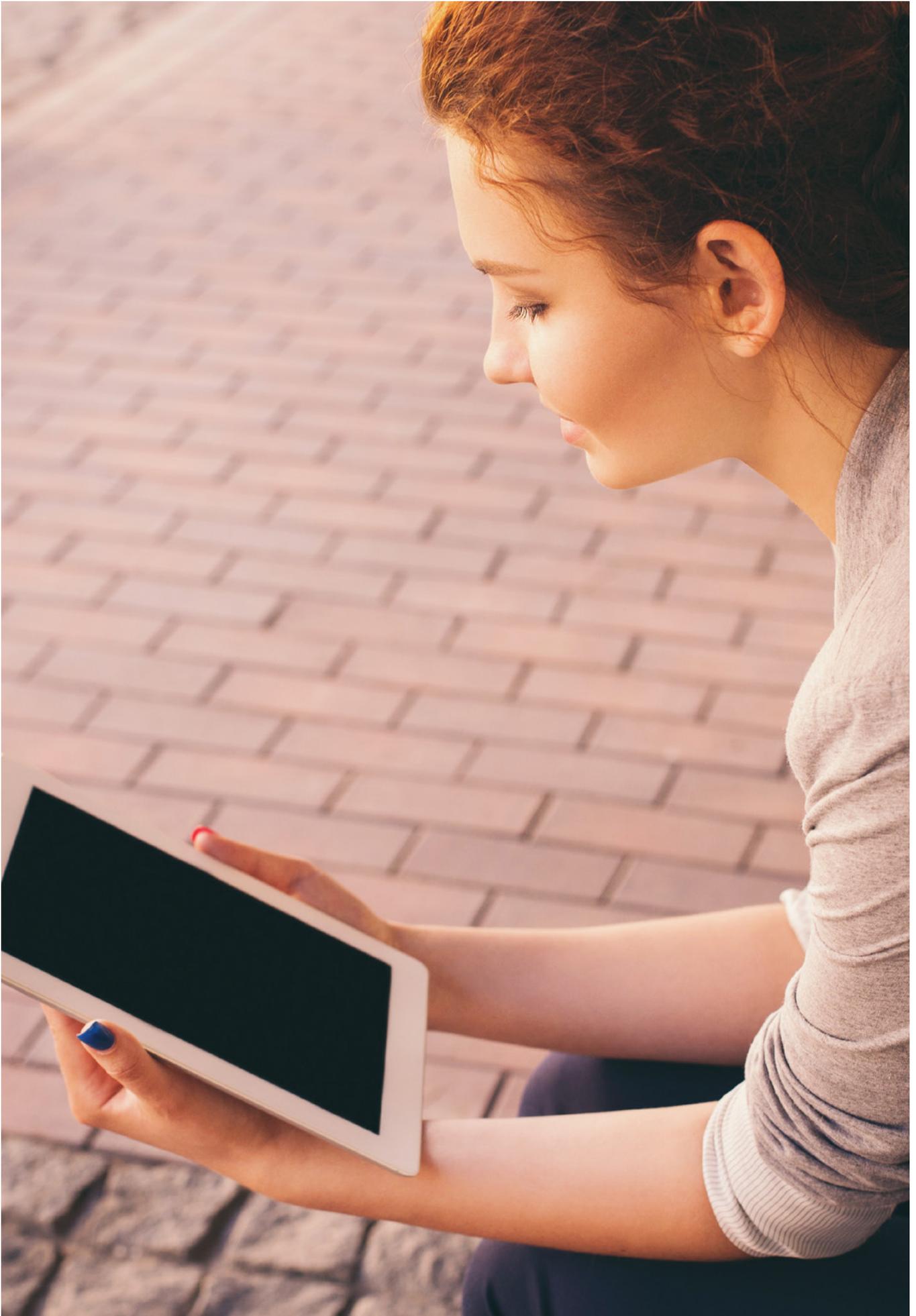
Les chatbots sont des programmes informatiques qui automatisent la communication avec les hôtes. Ils font gagner du temps aux collaborateurs à la réception et les déchargent un peu de leur travail. En alimentant régulièrement le programme avec de nouvelles informations ou en augmentant la fréquence d'utilisation par le recours à l'intelligence artificielle dans le chatbot, le programme améliore ses réponses et apprend en outre à répondre à de nouvelles questions. Avec le chatbot, les hôtes peuvent à tout moment poser des questions sur la réservation ou sur l'hôtel. Le programme y répond automatiquement dans les secondes qui suivent. Cela est notamment pratique lorsque les hôtes posent des questions à des heures où les collaborateurs de l'hôtel ne peuvent pas répondre manuellement. Au besoin, le chatbot transmet aux collaborateurs les demandes complexes ou qu'il n'a pas comprises. Avec un chatbot connecté à d'autres outils numériques basés dans le Cloud, les hôtes peuvent réserver et payer une chambre facilement et rapidement.

La principale difficulté que présente la mise en service d'un chatbot réside dans le fait qu'il faut alimenter le programme avec toutes les informations importantes, ce qui peut prendre beaucoup de temps. De nombreux hôtels (p. ex. le i31 à Berlin, le Small Luxury Hotel Ambassador et l'Hôtel Opéra à Zurich) utilisent par conséquent le chatbot comme un soutien à la communication avec les collaborateurs. L'établissement garantit ainsi une réponse détaillée à la question de l'hôte lorsque le chatbot n'est pas en mesure de l'assurer. Un chatbot peut bien sûr aussi être utilisé comme outil de communication pour les hôtes. Par exemple au Small Luxury Hotel Ambassador et à l'Hôtel Opéra à Zurich, les hôtes peuvent communiquer leurs besoins via le chatbot, lequel transmet ensuite les informations par notification push aux collaborateurs concernés.

Comparaison des prix avec les OTA en temps réel

Les outils numériques peuvent aussi être utilisés pour optimiser le site web de l'hôtel, par exemple pour augmenter le nombre de réservations directes sur le site de l'hôtel et pour accroître la satisfaction de la clientèle. Il est ainsi possible de présenter aux visiteurs du site une comparaison des prix avec les plateformes de réservation en ligne, appelées OTA. Idéalement, l'hôte s'aperçoit qu'il obtient un meilleur prix en réservant directement sur le site de l'hôtel. Il est également possible d'installer des notifications pop-up avec des offres spéciales en cas de réservation directe, qui s'affichent après une longue période d'inactivité sur le site ou en le quittant. Ces messages peuvent aussi être intégrés dans un chatbot.

De tels outils conviennent très bien pour les hôtels qui veulent augmenter le nombre de réservations directes sur leur site et diminuer le taux d'abandon des réservations. La comparaison des prix avec les OTA et les notifications pop-up montrent concrètement à l'hôte l'avantage qu'il tire d'une réservation faite directement sur le site de l'hôtel.



«Comment pouvons-nous tenir notre promesse? Si vous souhaitez l'oreiller n° 5 ou un certain type de couverture ou un vin rouge particulier, comment puis-je satisfaire ces désirs et tenir ma promesse? C'est précisément là que j'ai compris que les procédures opérationnelles sont parfois encore plus importantes que l'encadrement des hôtes.»

Carlo Fontana, propriétaire de l'Hôtel Lugano Dante

«La plupart du temps, la chambre est déjà réservée et c'est seulement après que les hôtes s'aperçoivent que pour une modique somme en plus ils peuvent obtenir une chambre dans une catégorie supérieure, alors ils profitent de l'offre.»

Michael Böhler, CEO Small Luxury Hotel Ambassador et Hôtel Opéra, Zurich

Communication personnalisée et upselling

Mail préséjour

Durant la période qui précède son arrivée à l'hôtel, l'hôte est enthousiasmé à l'idée de son séjour mais il souhaite en même temps s'assurer que ses attentes seront satisfaites. Le séjour de l'hôte commence en fait déjà bien avant le check-in. Aussi les mails de confirmation et de préséjour affichent généralement des taux d'ouverture élevés et offrent un grand potentiel pour développer la relation client et générer du chiffre d'affaires supplémentaire avant même que l'hôte ne franchisse le pas de la porte.

L'Hôtel Lugano Dante donne par exemple la possibilité aux hôtes d'aménager eux-mêmes leur séjour via un site web. L'hôte est invité par e-mail à personnaliser son séjour. Il peut par exemple composer le contenu du minibar selon ses préférences, sélectionner des oreillers ou des couvertures ou encore commander des prestations additionnelles comme des roses rouges et du champagne.

Si l'hôte a personnalisé son séjour, l'hôtel doit tenir sa promesse et répondre aux désirs de l'hôte.

Le Small Luxury Hotel Ambassador et l'Hôtel Opéra à Zurich aussi utilisent un outil numérique pour communiquer aux hôtes via un mail préséjour une possibilité de surclassement.

L'outil permet d'automatiser et de personnaliser la vente de chambres de catégorie supérieure ou de services additionnels. Un e-mail parvient à l'hôte quelque temps avant la date de son séjour et attire son attention sur les diverses montées en gamme possibles. L'outil permet en outre de livrer un aperçu complet des statistiques pour se faire une idée du taux de réussite des offres de surclassement générées.

Les mails préséjour et les outils d'upselling favorisent la réalisation de chiffres d'affaires supplémentaires, sans grand investissement de temps, grâce à la vente de chambres de catégorie supérieure et de services additionnels. Ces outils contribuent également à alléger le travail des collaborateurs à la réception. Vu que l'upselling se fait par voie numérique durant la période qui précède le check-in, il n'entre plus dans le champ d'activité des collaborateurs.

Notifications push pour l'hôte

La communication entre l'hôte et les collaborateurs de l'hôtel ne doit pas forcément partir uniquement de l'hôte. Le CityHub à Rotterdam et à Amsterdam utilise par exemple sa propre app pour envoyer des notifications push aux hôtes, et les informer des événements particuliers dans la région.

Mail postséjour personnalisé

La réputation en ligne d'un hôtel est extrêmement importante pour engendrer de nouvelles réservations. Un e-mail postséjour doté d'un lien vers un portail d'évaluation est par conséquent essentiel pour «convertir» des hôtes satisfaits en évaluations positives. Le mail postséjour doit cependant refléter l'expérience vécue par l'hôte. Si ce dernier s'est plaint durant son séjour, le mail postséjour qui lui sera adressé ne doit pas être standardisé mais aborder la question spécifique. Cela présuppose une liaison entre les différents systèmes de l'hôtel (système de gestion des réclamations et mail postséjour).

L'Hôtel Lugano Dante adopte cette approche et personnalise en plus l'e-mail postséjour avec une photo du collaborateur à la réception qui a procédé au check-out et qui s'est enquis du bon déroulement du séjour auprès de l'hôte. L'hôtel établit ainsi un lien entre les outils numériques et les collaborateurs au moyen d'un contact vécu.

Processus numériques

La numérisation croissante offre aux entreprises toujours plus d'opportunités prometteuses pour améliorer les processus et gagner en efficacité.

Dans la branche de l'hébergement aussi, la numérisation crée une multitude de possibilités pour accroître l'efficacité des procédures opérationnelles. Les systèmes de gestion de propriété hôtelière basés dans le Cloud offrent par exemple une plus grande flexibilisation dans le travail. D'autres produits améliorent la communication et la transmission des connaissances entre les différents départements ou simplifient l'organisation des processus de travail. L'amélioration des processus par l'utilisation des technologies numériques procure un avantage concurrentiel. Une optimisation des processus dans tout l'hôtel requiert cependant souvent de relier entre elles différentes procédures et fonctions. Cela nécessite un processus d'adaptation durant lequel les procédures opérationnelles et les outils numériques doivent être coordonnés entre

«Le processus de numérisation est un mélange fait d'ordre et de chaos. Je pense que si tout n'est toujours qu'ordre, à un moment donné on est dépassé, et si l'on vit dans un chaos perpétuel, on finit par sombrer. Il faut un équilibre entre ordre et chaos.»

Robert Kneubühler, directeur de l'Hôtel Alpenblick, Berne

eux en permanence. Ce processus imposera éventuellement un ajustement des rôles des collaborateurs et de leurs compétences ainsi que des structures d'organisation. Actuellement, une multitude d'outils numériques spécialement conçus pour la branche de l'hébergement sont proposés, à l'instar de ce qui se fait dans la comptabilité ou les ressources humaines. Peu importe que vous utilisiez déjà ou non des outils spéciaux dans certains secteurs, il sera extrêmement utile d'obtenir une vue d'ensemble de la numérisation de l'établissement dans sa globalité ainsi qu'un aperçu de la manière dont les processus numériques contribuent à la réalisation des objectifs de l'entreprise.

Les hôtels qui ont fait l'objet d'une étude de cas dans le projet utilisent divers outils dans le domaine des processus numériques. Il est

apparu lors d'entretiens avec les hôteliers que l'utilisation de ces outils apporte divers avantages à l'établissement. D'une part, ils permettent d'économiser des ressources, d'optimiser et d'accélérer les processus ainsi que d'améliorer la communication entre les départements et les collaborateurs. D'autre part, ils laissent plus de temps aux collaborateurs pour aller au-devant des besoins et des désirs des hôtes. Les pages qui suivent offrent un aperçu des outils utilisés pour les processus numériques dans l'hôtellerie.

Outils basés dans le Cloud

En comparaison avec les logiciels locaux, l'utilisation d'outils basés dans le Cloud présente des avantages indéniables pour la branche de l'hébergement. Vu que les logiciels locaux doivent être installés sur le serveur de l'établissement, l'hôtelier est responsable de leur mise à jour, des éventuels travaux de maintenance et de la sécurité des données. Cela veut dire également être lié à long terme au même logiciel, car un changement vers un autre système est très coûteux et la migration des données n'est pas toujours possible. Les outils basés dans le Cloud offrent en revanche beaucoup de flexibilité:

- Vous n'avez besoin ni de matériel ni d'installation supplémentaire. Les mises à jour sont automatiquement réalisées par le fournisseur et il n'est plus besoin de disposer de connaissances informatiques spécifiques pour la maintenance.
- Vu qu'il n'est plus nécessaire de disposer d'installation fixe, de nombreux fournisseurs proposent des versions à l'essai pendant un ou plusieurs mois. Les hôteliers peuvent ainsi tester les outils à l'usage et déterminer s'ils conviennent à leurs besoins ou pas.
- L'acquisition d'un nouvel outil ne requiert pas d'investissement unique, parfois élevé.
- Avec les outils basés dans le Cloud, les hôteliers peuvent accéder à l'outil où qu'ils soient et depuis différents terminaux (téléphone mobile, laptop ou tablette) pour autant qu'ils disposent d'une connexion Internet.
- Compte tenu de la concurrence que se livrent les fournisseurs, l'utilisation des outils est devenue nettement plus intuitive. Il n'est donc pas besoin de faire appel à des spécialistes ou de suivre de longues formations. Les collaborateurs peuvent être formés sur le tas, donc pendant les horaires de travail réguliers.
- Les outils basés dans le Cloud permettent des intégrations web. Cela donne la possibilité de combiner une multitude de tâches et d'outils différents dans un seul outil. Il en résulte un gain de temps et une amélioration de la productivité.

Il devient ainsi possible de proposer aux hôtes un check-in mobile à l'aide de terminaux mobiles. Les outils basés dans le Cloud proposent aussi des interfaces vers une multitude de programmes et de fournisseurs. Ces interfaces s'intègrent de manière flexible et encouragent les hôtels à tester des solutions numériques.

«Essayez, testez, observez ce qui se passe! On ne risque vraiment rien, parce que tout est dans le Cloud.»

Michael Böhrer, CEO Small Luxury Hotel Ambassador et Hôtel Opéra, Zurich



«Et comme cela, tout le monde gagne du temps. La gouvernante gagne énormément de temps parce qu'elle ne doit pas retourner dans son bureau pour écrire un e-mail ou pour téléphoner. Et le service technique gagne aussi beaucoup de temps parce qu'il peut mieux gérer son planning et intervenir très rapidement.»

Franck Fleury, General Manager Novotel Lausanne-Bussigny

«Toutes les informations dont l'intendante a besoin sont affichées sur un seul écran. Et elles sont très faciles à lire, peu importe que l'on ait 20 ans ou 62 ans. Une initiation de 30 minutes suffit. Imaginez un instant, l'hôte change de chambre et nous ne devons même pas soulever le combiné du téléphone.»

Carlo Fontana, propriétaire de l'Hôtel Lugano Dante

«En basant tout dans le Cloud et en mettant tout en réseau, nous sommes parvenus à ne pratiquement plus avoir aucun appel à la réception, ce qui libère des lignes pour nos hôtes. Nous avons aussi nettement gagné en efficacité dans la communication et en rapidité dans la mise à disposition des chambres.»

Michael Böhler, CEO Small Luxury Hotel Ambassador et Hôtel Opéra, Zurich

«L'outil fait des propositions sur la façon dont le prix peut être fixé. Mais il faut toujours rester un peu prudent, nous sommes le premier hôtel dans la région équipé de cet outil. [Le système] ne connaît pas encore le marché. C'est un mix entre faire confiance au système, se fier à son intuition et observer le marché. Ce n'est pas toujours facile, mais cela aide lorsque nous traitons chaque jour du prix.»

Robert Kneubühler, directeur de l'Hôtel Alpenblick, Berne

Automatisation des processus

L'automatisation des processus de travail répétitifs au moyen d'outils numériques permet de gagner du temps et d'économiser des coûts du fait de l'amélioration de la productivité. Dans les hôtels analysés, l'automatisation de certaines activités s'applique à divers secteurs.

Inventaire et commande

L'inventaire et les commandes peuvent être automatisés à l'aide d'un outil numérique. Avec les codes-barres générés dans l'outil, qui sont apposés sur les produits, l'inventaire est très vite contrôlé au moyen d'un scanner, puis les commandes nécessaires sont passées. Des senseurs dans des tonneaux ou des réservoirs permettent aussi de mesurer le niveau du contenu (p. ex. bière, huile de chauffage) et de lancer automatiquement une commande de remplissage dès que le contenu atteint un certain niveau.

Saisie numérique des réparations

Lors de problèmes techniques dans une chambre, il peut se passer un certain temps entre la signalisation du problème et le moment de la réparation, ce qui peut aussi entraîner une perte d'information. Avec un outil numérique pour enregistrer les réparations à effectuer, les collaborateurs de l'intendance peuvent transmettre l'information nécessaire directement au service technique. Ce dernier peut ensuite gérer très aisément et rapidement le problème.

Système en ligne pour l'intendance

A l'Hôtel Lugano Dante, toute l'équipe de l'intendance a été équipée d'iPads très tôt déjà. Le processus de répartition des chambres et la transmission des informations sont automatisés.

Communication interne

Comme présenté dans l'exemple cité par Carlo Fontana, la communication entre les différents secteurs dans un hôtel est essentielle pour faire vivre à l'hôte une belle expérience. Les outils numériques et la multitude de fonctionnalités dont ils disposent peuvent simplifier la communication interne et faciliter la transmission des connaissances.

Les outils numériques peuvent être utilisés pour optimiser et intégrer des processus internes, ce qui permet de personnaliser l'expérience de l'hôte et de la rendre unique. Pour cela, ces outils doivent être dotés d'interfaces vers divers autres outils, notamment le PMS.

Visualisation de données et yield management

Les outils numériques peuvent également automatiser certains processus au niveau du management ou tout du moins visualiser les données, afin d'aider à la prise de décision. Ils peuvent par exemple regrouper des données provenant de différents systèmes utilisés à l'hôtel. La structuration et la visualisation des données livrent aux hôteliers une meilleure vue d'ensemble de la performance de l'hôtel. Depuis les tableaux de bord personnalisés jusqu'aux visualisations, en passant par les rapports, les outils numériques offrent diverses possibilités visant à améliorer la lecture de la performance de l'hôtel et à établir des comparaisons. Le yield management en est un bon exemple: divers outils permettent d'optimiser la formation des prix en se basant sur les informations du marché environnant, et d'atteindre ainsi un meilleur taux d'occupation.

Prestations numériques pour l'hôte



Un séjour dans un hôtel, c'est plus qu'une simple nuitée, il doit être une expérience et offrir de l'émotion. Et cette expérience peut aussi être vécue à travers l'utilisation de technologies numériques, en choisissant par exemple sa chambre sur un plan numérique ou en découvrant la ville lors d'un tour audioguidé.

2 Preveden, V. & Tiefen-
graber, A. (2016). Hotellerie
4.0. Gäste gewinnen und
effizienter werden. Roland
Berger GmbH. Association
autrichienne des hôteliers.
Retrieved from [https://
www.rolandberger.com/
de/Publications/
Hotellerie-4.0.html](https://www.rolandberger.com/de/Publications/Hotellerie-4.0.html)

3 Wigger, O. & Lexhagen,
M. (2014). Digital Toolbox:
Innovation for Nordic
Tourism SMEs. Nordic
Innovation Report 2014:4.
Nordic Innovation. Retrieved
from [http://www.nordic-
innovation.org/Global/
_Publications/Reports/2014/
P11141%20Digital%20tool-
box%20-%20Innovation%20
for%20Nordic%20tourism
%20SMEs_FINAL_v2.pdf](http://www.nordic-innovation.org/Global/_Publications/Reports/2014/P11141%20Digital%20toolbox%20-%20Innovation%20for%20Nordic%20tourism%20SMEs_FINAL_v2.pdf)

Le parcours de l'hôte qui s'étend de la période qui précède la réservation jusqu'à la période qui suit le séjour, en passant par le séjour à proprement parler offre une multitude de points de contacts numériques potentiels.² Les hôtes utilisent de plus en plus les technologies modernes et les services mobiles, et ils attendent une grande flexibilité, une valeur expérientielle et des services personnalisés. Or dans de nombreux hôtels, ils se retrouvent souvent dans un environnement analogique, peu en phase avec leurs attentes grandissantes. Les hôtes ne bénéficient que rarement de services personnalisés, la communication est lacunaire et de longs temps d'attente à la réception sont relativement fréquents. Lorsque les outils numériques sont correctement utilisés, ils peuvent valoriser le parcours de l'hôte et lui offrir de nouvelles expériences.³ Certains services numériques devraient déjà être automatiquement fournis, faute de quoi l'établissement court le risque d'enregistrer une perte de chiffres d'affaires, de voir sa clientèle peu satisfaite et d'avoir une mauvaise réputation en ligne. Il y a bien sûr encore des exceptions. Un hôtel de vacances en campagne n'a par exemple pas (encore) besoin de proposer autant de services numériques qu'un hôtel urbain. Tous les hôteliers feraient bien toutefois de suivre la situation de près, afin de pouvoir déterminer vers quels outils s'orienter et ignorer ceux qui ne présentent aucun intérêt pour leur établissement. La branche de l'hébergement va naturellement continuer d'offrir des nuitées, mais les expériences numériques et non numériques doivent cependant se compléter, être optimisées et le séjour de l'hôte doit être organisé de la façon la plus simple possible. Lors d'entretiens avec des hôteliers qui se sont lancés dans la numérisation, il est apparu que les avantages des services numériques résident en premier lieu dans une expérience plus intense pour l'hôte, une flexibilité accrue dans la relation client, la personnalisation du séjour ainsi que dans la possibilité de se démarquer des autres hôtels.

Individualisation du séjour

Le séjour de l'hôte peut être individualisé à l'aide d'outils numériques divers. Comme il a déjà été évoqué, les hôtes de l'Hôtel Lugano Dante peuvent individualiser leur réservation (upselling) via le site web avant

leur arrivée à l'hôtel et sélectionner le contenu du minibar. A l'instar de ce qui se fait avec les compagnies aériennes, l'Hôtel Schani à Vienne donne à ses hôtes la possibilité de sélectionner une chambre sur un plan numérique pendant le processus de réservation. Ce service permet à l'hôte de

choisir l'emplacement de la chambre en fonction de ses préférences (éviter par exemple d'être près de l'ascenseur, mais privilégier une chambre avec vue sur le jardin).

Dans les hôtels CityHub, l'app CityHub permet aux hôtes de programmer une ambiance particulière dans leur hub.

«Grâce à l'app City Hub, nous réussissons à faire d'un séjour au City Hub une expérience unique.»

Sem Schuurkes, co-fondateur des hôtels CityHub

Les hôtes qui logent dans la smart room spécialement aménagée de l'Hôtel Opéra à Zurich peuvent régler les stores sur un touchpad, modifier l'éclairage, choisir la musique et sélectionner une combinaison de lumière et de musique sur fond de décors divers (power, renew ou relax). Vu que la smart room est réservée par des hôtes branchés numérique, elle permet à l'hôtel de tester l'utilisation de nouvelles technologies avant de les intégrer dans tout l'établissement. La reconnaissance vocale numérique a par exemple été testée dans un premier temps dans la smart room.

En utilisant les technologies numériques, les hôteliers donnent la possibilité à leurs hôtes d'aménager leur séjour à l'hôtel en fonction de leurs désirs tout en positionnant leur établissement comme un hôtel dans l'air du temps, orienté numérique.

Diverses possibilités de check-in

L'utilisation de PMS basés dans le Cloud permet aux hôtels de proposer diverses formes de check-in à leurs hôtes.

Check-in en ligne

Le check-in en ligne est aujourd'hui largement répandu: l'hôte procède au check-in avant son arrivée à l'hôtel sur le site web de l'hôtel ou sur une app. A l'aide d'une clé de chambre mobile sur son smartphone, il peut accéder directement à sa chambre sans passer par la réception. L'Hôtel Schani propose diverses formes de check-in aux hôtes et ces derniers sont libres de choisir dans quelle mesure et quand ils souhaitent interagir avec les collaborateurs de l'hôtel.

Check-in mobile

Le check-in mobile est une autre forme de check-in. Le Novotel Lausanne Bussigny par exemple a renoncé au comptoir de réception. Les collaborateurs vont vers l'hôte et peuvent procéder au check-in sur la terrasse, au bar ou dans le salon.

Un check-in mobile peut se faire déjà à l'aéroport lors de la prise en charge des hôtes. Une fois arrivé à l'hôtel, l'hôte n'a plus à se soucier des formalités administratives et il peut tout de suite profiter de se détendre.

Self-check-in

Comme à l'aéroport, certains hôtels proposent aussi un self-check-in. Les hôtes peuvent effectuer les formalités de check-in à un kiosque et, au besoin, fournir la signature pour le bulletin d'arrivée. La carte-clé est ensuite automatiquement établie et remise à l'hôte.

L'hôte qui séjourne à l'Hôtel Schani à Vienne peut choisir entre trois types de check-in différents: au kiosque, en ligne et, plus classique, à la réception. Les hôtels CityHub par contre n'offrent que le self-check-in au kiosque. Ces différences illustrent les diverses manières de concevoir l'utilisation des technologies numériques dans l'hôtellerie.

Check-out rapide

Comme pour le check-in, de nombreux hôtes souhaitent un check-out rapide et sans complication. Certains hôtels ont donc adapté leurs processus administratifs en conséquence: les hôtes peuvent remettre leur clé de chambre sans tracasserie administrative, soit à la réception, soit dans une boîte prévue à cet effet, et ils reçoivent ensuite la note par e-mail.

«Nous avons essayé d'utiliser la technologie comme un soutien et non pas d'en faire un outil dominant. Cela veut dire que lorsqu'un hôte ne souhaite pas ouvrir sa porte avec son smartphone, il n'y est pas obligé.»

Benedikt Komarek, propriétaire de l'Hôtel Schani, Vienne

«Aujourd'hui, nous n'avons plus de barrière entre l'hôte et les collaborateurs. Le contact humain y gagne énormément. Aujourd'hui le Novotel Lausanne Bussigny accueille ses clients en amis.»

Franck Fleury, General Manager Novotel Lausanne-Bussigny



«Songez aux nombreuses arrivées, à toutes ces nuitées et aux interactions qu'elles génèrent, check-in, check-out, demande d'information, assortiment au petit-déjeuner – il y a contact à chaque fois. Il faut donc utiliser judicieusement les informations que l'on reçoit, sinon on ne fait pas son travail comme il faut.»

Carlo Fontana, propriétaire de l'Hôtel Lugano Dante

«La banque de données nous permet de savoir si l'hôte que nous recevons loge régulièrement chez nous, s'il s'agit d'un habitué d'un autre Novotel ou si c'est un habitué d'une autre marque du groupe Accor, et nous pouvons prendre connaissance de ses préférences. Cette information nous permet de réserver un accueil personnalisé à l'hôte et de le surprendre.»

Franck Fleury, General Manager Novotel Lausanne-Bussigny

Banques de données avec les préférences des hôtes

La branche de l'hébergement s'attache en priorité à satisfaire les désirs et les attentes de ses hôtes. Les hôtels peuvent surprendre agréablement leurs hôtes lorsqu'ils devinent et répondent à leurs besoins avant que ces derniers ne les formulent.

Les hôtels de plus grande taille ou les chaînes d'hôtels peuvent aussi enregistrer les préférences de leurs hôtes à l'aide des outils numériques. Accor gère par exemple une banque de données avec les préférences des hôtes membres du programme de fidélité du groupe.

L'hôte aura par exemple la surprise de se voir servir sa boisson préférée au bar. Les outils numériques servent alors à renforcer le contact humain et à fidéliser encore davantage l'hôte à l'établissement.

Connexions Internet

Dans le monde numérique, un accès Internet illimité est devenu incontournable. Les touristes liés par des contrats de téléphonie mobile à des opérateurs à l'étranger doivent payer des frais de roaming en Suisse. Nous présentons ici aux hôteliers deux moyens d'éviter ces frais d'itinérance à leurs hôtes.

Handy to go

Certains hôtels, à l'instar du i31 à Berlin, du Small Luxury Hotel Ambassador à Zurich ou de l'Hôtel Opéra à Zurich, mettent un smartphone à la disposition de leurs hôtes pendant leur séjour. Cela permet aux hôtes, qui doivent compter avec des frais de roaming élevés s'ils utilisent leur propre smartphone, d'accéder gratuitement à Internet lors de leurs excursions, de se procurer des renseignements sur des spectacles, des restaurants ou des curiosités touristiques ou encore de saisir leur localisation sur Google Maps. De plus, le smartphone leur permet de téléphoner gratuitement dans de nombreux pays. Pour les hôtels, la mise à disposition d'un smartphone est aussi génératrice de ventes additionnelles. Des prestations de services supplémentaires comme le spa, le service en chambre, les traitements wellness ou le service de blanchisserie peuvent être vendues via le smartphone.

Selon les hôteliers, la mise à disposition d'un smartphone suscite de nombreuses réactions positives parmi les hôtes. La possibilité de téléphoner gratuitement à la maison est notamment très appréciée. Les éventuels problèmes résident dans le temps qui est pris aux collaborateurs à la réception et, selon l'hôtel, dans les moyens limités de générer des ventes additionnelles.

Wireless Hotspots

Les hôtels peuvent aussi proposer à leurs hôtes un hotspot mobile. Cette connexion WLAN portable permet d'utiliser Internet gratuitement avec son propre téléphone mobile. Même si ce service ne permet pas de téléphoner gratuitement, il offre aux hôtels une alternative simple et avantageuse pour garantir à leurs hôtes internationaux un accès gratuit à Internet, en dehors de l'hôtel également, ce qui permet d'accroître la satisfaction et le confort de la clientèle.

Conciergerie numérique

Les services numériques pour les hôtes peuvent aussi être fournis par un concierge numérique. Ce dernier permet aux hôtes de se procurer des informations sur les environs de l'hôtel, sur des événements ou des restaurants recommandés. Un concierge numérique est indiqué pour les hôtels qui souhaitent mettre à la disposition de leurs hôtes une source d'information facilement accessible, même pendant les heures de forte affluence à la réception.



Diverses technologies peuvent être utilisées à cet effet, l'écran tactile étant la plus fréquente. Le i31 à Berlin utilise lui un projecteur qui renvoie l'information sur le comptoir de la réception. Bien qu'aucun écran ne soit utilisé, la projection peut être utilisée comme avec un écran tactile. Cette nouvelle technologie non seulement transmet l'information, mais elle sert aussi d'accroche technologique pour mettre en avant le positionnement numérique de l'hôtel.

Les outils numériques peuvent aussi très bien être reliés à des collaborateurs. Le Small Luxury Hotel Ambassador et l'Hôtel Opéra à Zurich utilisent un service numérique sur mesure pour les hôtes, avec des packages exclusifs pour des excursions, des événements et des découvertes. Une collaboratrice à la réception peut par exemple discuter des offres avec l'hôte dans une atmosphère détendue dans le lounge et réserver directement sur une tablette (ou un autre terminal numérique). Cette combinaison entre communication interpersonnelle et technologie numérique en temps réel permet aux hôtels de faire vivre à leurs hôtes des expériences riches en émotions qui ne seraient pas accessibles par les canaux classiques. Vu que la réservation peut être effectuée à l'hôtel, l'hôte se voit proposer une prestation supplémentaire qui contribue à l'expérience positive de son séjour.

Apps hôtelières

En ce qui concerne les services numériques, certains hôtels proposent à leurs hôtes de télécharger une app de l'établissement. L'app de l'Hôtel Schani à Vienne par exemple simplifie le parcours classique de l'hôte, ce qu'on appelle la guest journey. L'hôte peut effectuer un check-in en ligne sur l'app avant son arrivée et signer numériquement le bulletin d'arrivée pour ensuite télécharger la clé de la chambre directement sur l'app le jour d'arrivée. Pendant le séjour à l'hôtel, l'app permet aussi d'obtenir des informations intéressantes sur l'hôtel et la ville.

Au CityHub à Rotterdam, l'app de l'hôtel permet de régler l'éclairage et la musique dans la chambre. Elle donne en outre la possibilité de contacter 24 h sur 24 un city host. Le city host est un collaborateur qui répond via une fonction de dialogue en ligne à des questions sur l'hôtel, des spectacles ou des curiosités touristiques dans les environs. L'app de l'hôtel est donc utilisée par le public cible à l'aise avec le numérique pour contacter à tout moment un collaborateur de l'hôtel via un smartphone et obtenir des conseils personnalisés sur les environs.

Les apps hôtelières sont particulièrement indiquées pour les établissements ayant une importante clientèle fidèle, vu que les hôtes doivent télécharger spécialement l'app en question. Il est donc conseillé aux hôteliers d'examiner dans quelle mesure le service numérique ne peut pas aussi être fourni par un programme web, car cela simplifie le processus pour l'hôte. Une app propre à l'hôtel est également indiquée pour les hôtels visant des publics ayant des affinités avec le numérique. Vu que les apps varient d'un hôtel à l'autre, ce service numérique laisse aux hôteliers une grande liberté de conception. Selon Sem Schuurkes, fondateur des hôtels CityHub, il est important cependant que les hôteliers réfléchissent au préalable aux avantages concrets que l'hôte tire de l'app. Sans valeur ajoutée reconnaissable, de nombreux hôtes soit ne téléchargeront même pas l'app, soit ils la téléchargeront mais ils ne l'utiliseront finalement pas.

Modèles d'affaires numériques

4 Deflorin, P., Hauser, C. & Scherrer-Rathje, M. (7 avril 2015). Les entreprises suisses considèrent la numérisation comme une chance. La Vie économique. Retrieved from <https://dievolkswirtschaft.ch/de/2015/04/hauser-digitalisierung-schweizer-unternehmen/>

5 Preveden, V. & Tiefen-
graber, A. (2016). Hotellerie 4.0. Gäste gewinnen und effizienter werden. Roland Berger GmbH. Association autrichienne des hôteliers. Retrieved from <https://www.rolandberger.com/de/Publications/Hotellerie-4.0.html>

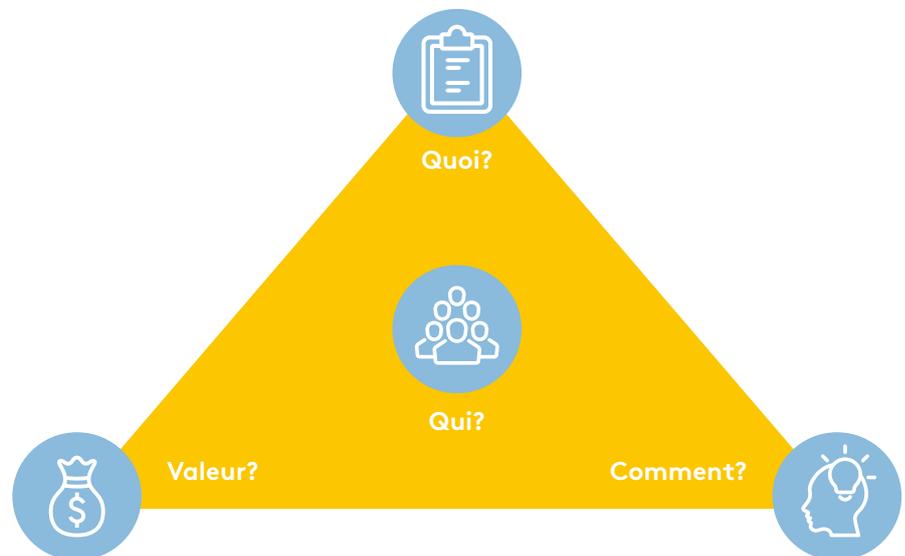
6 Gassmann, O., Frankenberger, K. & Csik, M. (2017). Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Carl Hanser Verlag.

Source:
modifié selon Gassmann,
Frankenberger et Csik
(2017: 7)

Les nouvelles technologies ont entraîné de profonds changements dans la foulée de la numérisation, ce qui place les entreprises en Suisse face à de nouveaux défis.⁴ Avec la numérisation, la branche de l'hébergement aussi se voit confrontée à un environnement de marché toujours plus compétitif, dans lequel de nouveaux acteurs et de nouveaux modèles d'affaires prennent toujours plus d'importance. Mais la numérisation donne aussi l'occasion à l'hôtellerie d'acquérir des avantages compétitifs en innovant dans ses modèles d'affaires existants.⁵

Selon Gassmann, Frankenberger et Csik (2017)⁶ le modèle d'affaires dans la branche de l'hébergement est défini par les aspects suivants:

- Qui: le segment de clientèle
- Quoi: la combinaison des facteurs matériels (infrastructure) et immatériels (expériences) proposés
- Comment: les processus dans l'hôtel
- Valeur: comment est généré le revenu.



L'étude de cas ci-après démontre comment les modèles d'affaires numériques peuvent être mis en œuvre dans l'hôtellerie et quels avantages l'établissement et les hôtes peuvent en tirer. L'exemple vise ainsi à mettre en évidence les multiples possibilités que la numérisation offre à la branche de l'hébergement pour apporter des innovations.

CityHub – un exemple de modèle d'affaires numérique

Les hôtels CityHub sont un exemple intéressant pour ce qui est de la mise en œuvre d'un modèle d'affaires numérique.

- Qui: Le public cible des hôtels CityHub sont des «budget travellers» qui veulent passer la nuit dans leur propre «pod» malgré leur petit budget.
- Quoi: L'hôtel proposant une seule catégorie de chambres, les chambres doubles, appelées hubs, sont dotées d'un équipement minimaliste
- Comment: Tous les processus administratifs dans l'hôtel sont automatisés. Avec le système de libre-service, l'hôte effectue le travail lui-même. Les collaborateurs que l'on dénomme «city hosts» assument les tâches d'accueil et d'encadrement des hôtes.
- Valeur: Le nombre de postes de travail est réduit du fait de l'automatisation des processus. Le système empilable permet d'installer de nombreux pods (nacelles) dans un bâtiment.

Le CityHub exploite une niche située entre l'hôtel et l'auberge de jeunesse. Offrant une seule et unique catégorie de chambre, les nacelles empilables que l'on appelle hubs sont dotées d'un équipement minimaliste. L'accent est mis sur un excellent rapport qualité prix, basé d'une

part sur un nombre de collaborateurs réduit de par l'utilisation des outils numériques et, d'autre part, sur un très bon taux d'occupation du bâtiment basé sur le système de nacelles.

Le city host (le seul collaborateur présent) se tient à la disposition des hôtes 24 heures sur 24 pour répondre à leurs questions. Pour apporter une plus-value à son public cible très branché numérique, le CityHub propose de télécharger une app qui permet de réaliser toute une série d'opérations administratives, depuis la réservation jusqu'au check-out. Les hôtes peuvent également se servir eux-mêmes au bar grâce à leur bracelet numérique, sur lequel est chargée une carte de crédit au moment de la réservation. Ainsi certaines prestations sont certes proposées, mais elles s'inscrivent dans un principe de libre-service et leur réalisation est reportée sur l'hôte.

L'app permet en outre d'entrer en contact à tout moment avec les city hosts qui partagent avec les hôtes des recommandations personnelles sur les restaurants et les événements dans les environs. Pour s'assurer que les hôtes puissent utiliser l'app à l'extérieur de l'hôtel également, l'hôtel offre gratuitement un hotspot mobile à titre de service à la clientèle.

Avec son offre, le CityHub s'adresse à un public cible particulièrement à l'aise avec le numérique, qui recherche une possibilité de nuitée bon marché et qui est prêt à renoncer au confort. La numérisation qui rend possible l'automatisation des processus administratifs ainsi que le regroupement de la guest journey dans l'app de l'hôtel, constitue l'élément central du modèle d'affaires du CityHub. En même temps, le concept CityHub attache une grande importance au contact personnel entre les hôtes et le city host. Les solutions numériques simplifient les procédures opérationnelles tout en apportant une expérience personnalisée à l'hôte.

«La numérisation est en fait au cœur de notre activité. Je suis convaincu que de nombreuses tâches administratives exécutées par des personnes, n'ont pas vraiment besoin d'être effectuées par ces personnes. Mais la valeur émotionnelle, expérientielle, s'accroît lorsque des personnes en chair et en os entretiennent les précieuses relations clients. Nous avons essayé d'appliquer ce principe dans tous les domaines de notre entreprise.»

Sem Schuurkes, co-fondateur des hôtels CityHub

La numérisation, une chance

7 Preveden, V. & Tiefen-
graber, A. (2016). Hotellerie
4.0. Gäste gewinnen und
effizienter werden. Roland
Berger GmbH. Association
autrichienne des hôteliers.
Retrieved from [https://
www.rolandberger.com/
de/Publications/
Hotellerie-4.0.html](https://www.rolandberger.com/de/Publications/Hotellerie-4.0.html)

Avec l'apparition des nouveaux besoins des groupes cibles, des nouveaux acteurs sur le marché et d'un environnement concurrentiel toujours plus compétitif dans la foulée de la numérisation, la branche de l'hébergement doit adopter une nouvelle façon d'aborder les défis numériques mais elle doit aussi saisir les chances offertes.⁷ Cela étant, il importe que l'hôtellerie s'intéresse aux nouvelles technologies et aux produits dans le domaine de la numérisation. Ces produits peuvent être conçus pour optimiser les processus internes ou trouver un usage dans les domaines des services numériques, du marketing ou de la communication. Une multitude de fournisseurs se sont spécialisés dans la fabrication d'outils numériques aidant la branche de l'hébergement à se familiariser avec la numérisation. Les avantages qui peuvent être acquis avec ses services sont nombreux: efficacité accrue et amélioration de la communication entre les services, expériences personnalisées pour les hôtes, augmentation du chiffre d'affaires par le marketing et la communication ou nouveaux modèles d'affaires innovants. La numérisation offre d'innombrables possibilités aux hôteliers qui souhaitent équiper et préparer leur établissement à affronter l'avenir numérique. Aussi la numérisation ne doit-elle pas être considérée uniquement comme un défi, mais aussi comme une chance. Dans cette optique, un soutien vous est apporté ici:

Plateforme de numérisation www.hotel.digital

La numérisation est un thème complexe. La plateforme de numérisation www.hotel.digital doit d'une part donner envie de s'atteler à la numérisation et peut-être même de faire les premiers pas dans la numérisation. Elle doit, d'autre part, offrir un accompagnement aux hôteliers intéressés. Le site www.hotel.digital regroupe différentes applications et livre des approches concrètes et individuelles sur la manière dont chaque établissement d'hébergement peut se préparer numériquement parlant. Outre les outils décrits plus bas, la plateforme propose de nombreux guides et publications, p. ex. sur la cybersécurité, ainsi que des offres de formation portant sur la numérisation.

Trouver le courage et l'inspiration

Des petites vidéos dressent le portrait de divers établissements et montrent les multiples façons de s'engager dans la voie de la numérisation et d'aborder le défi de la transformation numérique. Les exemples de cas ont pour but d'aider à déterminer quelle voie convient à quel établissement. Car un hôtel qui veut être développé numériquement ne doit pas forcément avoir un «Pepper» à la réception.



Où se situe l'hôtel numériquement parlant et où y a-t-il du potentiel à exploiter?

Le Digital Backpack, un état des lieux gratuit, permet aux établissements d'hébergement de dresser un premier bilan grâce à un test en ligne qui parle de lui-même. Il faut en moyenne 30 minutes pour analyser l'équipement numérique dont dispose déjà l'établissement et déterminer les domaines qui recèlent du potentiel. L'évaluation donne en outre des indications concrètes pour faire appel au conseiller le plus approprié et se procurer le logiciel ad hoc pour relever les défis de la transformation numérique.

Analyse détaillée du potentiel économique

Le Transformation Compass, une boussole de la transformation numérique développée spécialement pour la branche de l'hébergement, permet de procéder à un examen complet de l'établissement et de ses activités sous l'angle économique. Les points faibles sont détectés et des approches concrètes sont identifiées pour orienter l'établissement et soutenir son développement.

Vu que l'analyse est relativement complexe et prend du temps, HotellerieSuisse recommande de faire appel à un guide expérimenté, spécialisé dans la transformation numérique, que ce soit dans le cadre d'un atelier ou pendant un entretien conseil individuel. Le guide aide à identifier les mesures à prendre et à définir la procédure à suivre pour mettre en œuvre la transformation numérique spécifique à l'établissement. Car la transformation numérique a plusieurs visages: elle peut prendre la forme de robots de services ou de robots porteurs de bagages, de l'utilisation de Google Home ou de rapports avec de nouveaux acteurs concurrents comme Airbnb. La question pour l'hôtelier reste cependant toujours la même: par où commencer et quelles offres numériques profitent à mon établissement? Tous ce qui est faisable numériquement n'est pas forcément utile pour chaque hôtel.

Conseils pour acquérir un logiciel approprié

Des solutions informatiques sont proposées sur la base des informations fournies dans le Digital Backpack et/ou dans le Transformation Compass. L'assistant logiciel peut aussi être utilisé à l'aide de mots-clés et de rubriques et il aide l'hôtelier à trouver un logiciel qui répond au mieux au profil d'exigences de l'établissement. Avec l'entreprise «hotelhero» HotellerieSuisse s'est attaché les services d'un connaisseur innovant, qui s'y retrouve dans l'abondance des offres numériques.



Trouver le conseiller approprié

Ensemble c'est souvent plus facile que seul. Cela vaut aussi pour franchir le pas dans l'avenir numérique. Toujours sur la base des informations fournies dans le Digital Backpack et/ou le Transformation Compass, le réseau de consultants nouvellement développé et mis en lien propose des partenaires professionnels aptes à accompagner le projet. Ces propositions sont ajustées individuellement aux champs d'action les plus urgents. Le réseau de consultants peut aussi être utilisé en effectuant une recherche plein texte par mots-clés ou par rubriques.



Interlocuteur pour le projet «Numérisation dans l'hôtellerie suisse»:

Pr Jan Mosedale
T +41 81 286 39 01
jan.mosedale@fhgr.ch

Institut pour le tourisme et les loisirs, HES des Grisons

L'Institut pour le tourisme et les loisirs (ITL) est la division Tourisme de la HES des Grisons. Nous sommes l'institution la plus importante en Suisse pour la formation et la recherche dans le tourisme et les loisirs au niveau haute école – avec un rayonnement national et international.

Dans la recherche appliquée et le développement, l'ITL traite des développements entrepreneuriaux et sociaux entre autres dans les domaines de recherche ci-après:

Tourisme 4.0

Une évolution analogue à celle de l'industrie 4.0 est à prévoir dans le secteur des services également. La numérisation et les réseaux sont ici aussi des éléments essentiels. Des systèmes intelligents, connectés entre eux permettent à des gens/clients, des organisations et des objets de communiquer directement entre eux et de coopérer. L'Institut pour le tourisme et les loisirs, d'une part, étudie le processus d'adaptation numérique dans les entreprises et les organisations touristiques et, d'autre part, accompagne celles-ci dans le développement et la mise en œuvre des nouveaux outils numériques. La vision d'avenir consiste à optimiser l'intégralité du parcours de l'hôte au regard de la qualité, du prix et de la flexibilité, puis d'améliorer ainsi la performance économique.

Service Innovation dans le tourisme

Pour être compétitif au niveau international, il faut un flux ininterrompu d'optimisations, de nouvelles orientations et des innovations. L'Institut pour le tourisme et les loisirs, d'une part, étudie les processus d'innovation des produits et, d'autre part, accompagne les entreprises et les organisations touristiques dans le développement de nouveaux services axés sur le client. Pour ce faire, les méthodes du design du service moderne (design thinking) qui sont mises en œuvre entre autres dans le cadre du Service Innovation Lab (SIL), revêtent une importance déterminante. Sur le plan du contenu, il faut une compréhension approfondie des besoins des clients sur les marchés existants et les marchés en devenir. Ces besoins sont identifiés au moyen d'une large palette de méthodes qui recourt aux tout derniers développements méthodologiques et techniques.

L'Institut pour le tourisme et les loisirs traite de la numérisation au niveau des systèmes et du management, étudie les questions de la transformation numérique dans le tourisme et conçoit des solutions innovantes en collaboration avec ses partenaires.

