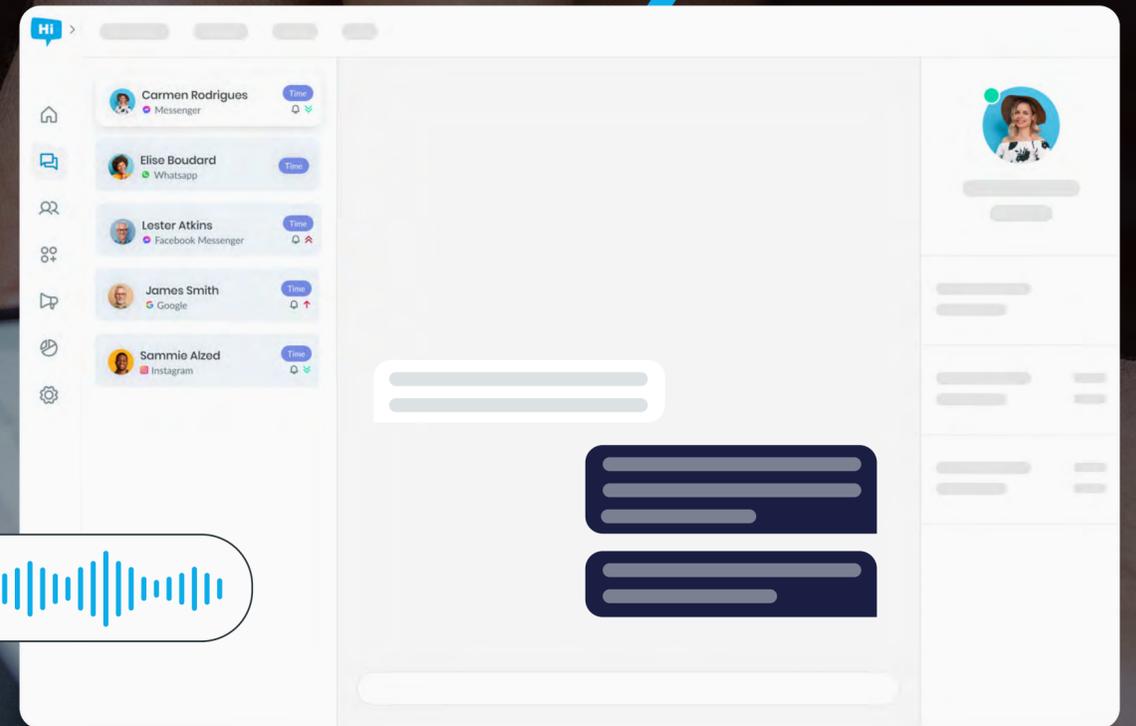




Les **tendances** 2023 en matière de communications avec les clients

e-book



Hotel Baia
Reservation

📅 20/02/2023 - 22/02/2023

👤 2 adults

👶 2 children

[Book](#)



Introduction

L'industrie hôtelière a toujours été extrêmement concurrentielle, les hôteliers se livrant à une course effrénée afin de fournir les prestations les plus innovantes et les plus exceptionnelles, ainsi que pour apporter un soin particulier aux détails qui incite les clients à revenir et les encourage à laisser des retours positifs. La prestation d'un service clientèle de qualité supérieure dans un cadre hôtelier repose sur la combinaison de nombreux facteurs dans le but de faire vivre aux clients une expérience extraordinaire. La recherche d'un avantage concurrentiel ne s'arrête jamais ; ainsi, elle alimente le désir de perfectionner les techniques.



Tiago Araújo
PDG à HiJiffy

Chez HiJiffy, notre mission consiste à rapprocher les hôtels de leurs clients en développant l'IA conversationnelle la plus avancée dans le domaine de l'hôtellerie.

Cela implique non seulement que nous suivons les tendances en matière de communication avec les clients et y apportons une réponse, mais que nous contribuons également à façonner le paysage technologique de l'hôtellerie en innovant nos solutions et en réinventant la communication avec les hôteliers.

Savoir utiliser au mieux la technologie disponible est l'un des meilleurs moyens de se démarquer. De nos jours, cela représente bien plus qu'un simple supplément de qualité à proposer. Aujourd'hui plus que jamais, les clients s'attendent à un certain niveau d'automatisation et de personnalisation dans de nombreux aspects de leur séjour. Tarder à adopter les technologies modernes peut nuire à vos affaires ou vous priver des opportunités que l'utilisation de ces systèmes peut vous apporter.

Cependant, dans ce monde numérique sophistiqué il existe une quantité impressionnante de solutions technologiques hôtelières disponibles sur le marché, et cela peut parfois être accablant. Quelles tendances en matière de communications avec les clients sont susceptibles de se généraliser ? Quels types d'avantages peuvent-elles apporter à votre entreprise ? Et finalement, quelles tendances entraîneront l'augmentation la plus significative en ce qui concerne la satisfaction des clients ainsi que les revenus ?

Au travers de cette publication, en s'appuyant sur les données et les rapports relatifs au secteur hôtelier ainsi que sur nos connaissances, nous examinons en détails les tendances actuelles et émergentes en matière de communication avec les clients, afin de déterminer ce qui devrait être une priorité pour tous les hôteliers en 2023. J'espère que cet article vous sera utile !

Table des matières

- 5** Promotion de la numérisation de la communication
- 9** Personnalisation et communication sur mesure
- 13** Intelligence Artificielle conversationnelle
- 17** Orienter les communications grâce à l'analyse des sentiments
- 19** Uniformisation de tous les canaux de communication
- 22** Voicebots et systèmes interactifs de réponse vocale conversationnelle
- 24** Résumé

Les tendances 2023 en matière de communications avec les clients



Cette publication explore six tendances actuelles et émergentes en matière de communications avec les clients en 2023. Celles-ci représentent des tendances auxquelles vous devriez certainement prêter attention et envisager de les mettre en œuvre au sein de votre établissement, si vous ne l'avez pas déjà fait.

Lorsque vous envisagez les possibilités qui s'offrent à vous avec un esprit ouvert, vous découvrirez rapidement les nombreux bénéfices qu'elles peuvent apporter à votre hôtel. De multitudes d'avantages s'offrent ainsi à vous : un gain de temps, une réduction de la charge de travail du personnel et la possibilité d'offrir des options en libre-service par l'intermédiaire d'une variété de canaux de communication.

Il existe également une opportunité d'automatiser les processus et de suivre plus facilement vos correspondances et vos communications sur les réseaux sociaux. Enfin, la capacité de mieux comprendre les besoins et les sentiments réels de vos clients concernant votre hôtel et le service qu'ils ont reçu est essentielle.

Une fois que vous évoluez et effectuez ces mises à niveau, vous disposerez davantage de données. L'analyse de ces données vous apportera des informations précieuses sur les meilleures méthodes pour progresser et garantira que vos investissements et améliorations sont réalisés exactement là où ils sont nécessaires.

Promotion de la numérisation de la communication

Le libre-service grâce à l'automatisation et aux technologies sans contact

Nos vies sont de plus en plus dépendantes des technologies en ligne. La numérisation de bon nombre de nos tâches quotidiennes a fait de l'utilisation de ces technologies un réflexe naturel pour beaucoup d'entre nous dans le monde entier. Proposer des services numériques au sein de l'industrie hôtelière apporte plusieurs avantages que les clients ne manqueront pas d'apprécier.

Vous pouvez vous attendre à ce que cette tendance soit au centre des préoccupations, étant donné que « l'adoption de solutions technologiques et numériques innovantes pour améliorer les opérations quotidiennes (...) » est l'une des principales recommandations formulées par le Conseil mondial du voyage et du tourisme et la Commission européenne du voyage (2022) à l'intention des gouvernements et du secteur privé, pour remédier à un manque de 1,2 million d'employés dans cette industrie.



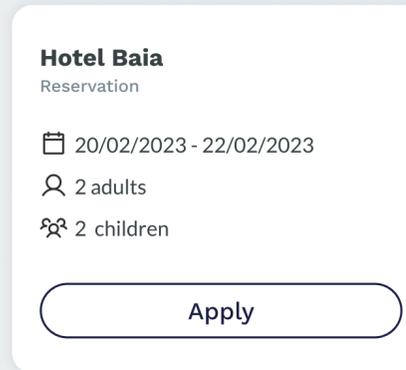
Promotion de la numérisation de la communication

L'automatisation : remédier au manque de personnel

En offrant aux clients la possibilité de communiquer avec l'hôtel pendant leur séjour par l'intermédiaire des applications ou d'autres canaux numériques, vous leur rendez la tâche plus **pratique et réduisez la sollicitation de votre personnel**. Les files d'attente seront plus courtes et les niveaux de satisfaction seront plus élevés, tant pour ceux qui optent pour les services numériques que pour ceux qui préfèrent encore utiliser des méthodes plus traditionnelles pour communiquer avec votre personnel et effectuer leurs réservations. Le rapport Oracle (2022) indique également que **36 % des clients des hôtels préfèrent un service numérique, entièrement sans contact, avec un personnel uniquement disponible sur demande**.

Un avantage en est tiré par les deux parties puisque les membres du personnel ont moins de clients à gérer, ils peuvent donc accorder toute leur attention à ceux qui souhaitent bénéficier d'une assistance en personne. Le niveau de service est amélioré vis-à-vis de tout le monde sachant que chacun contacte votre personnel de la manière qu'il préfère.

Ces nouvelles technologies numériques assurent une meilleure automatisation non seulement des communications mais aussi des tâches, ce qui permet aux clients de se servir davantage en répondant à leurs propres besoins. En automatisant les processus habituels et en permettant aux clients d'effectuer eux-mêmes facilement des tâches, telles que faire, modifier ou annuler des réservations, ou même procéder aux formalités d'enregistrement et de départ, vous **libérez du temps pour que votre personnel puisse exceller dans d'autres domaines**. Vous pouvez alors vous concentrer à apporter la touche humaine là où elle est nécessaire plutôt que de vous concentrer sur les tâches régulières et banales qui, de nos jours sont plus facilement automatisées grâce à la mise en place d'un système approprié.



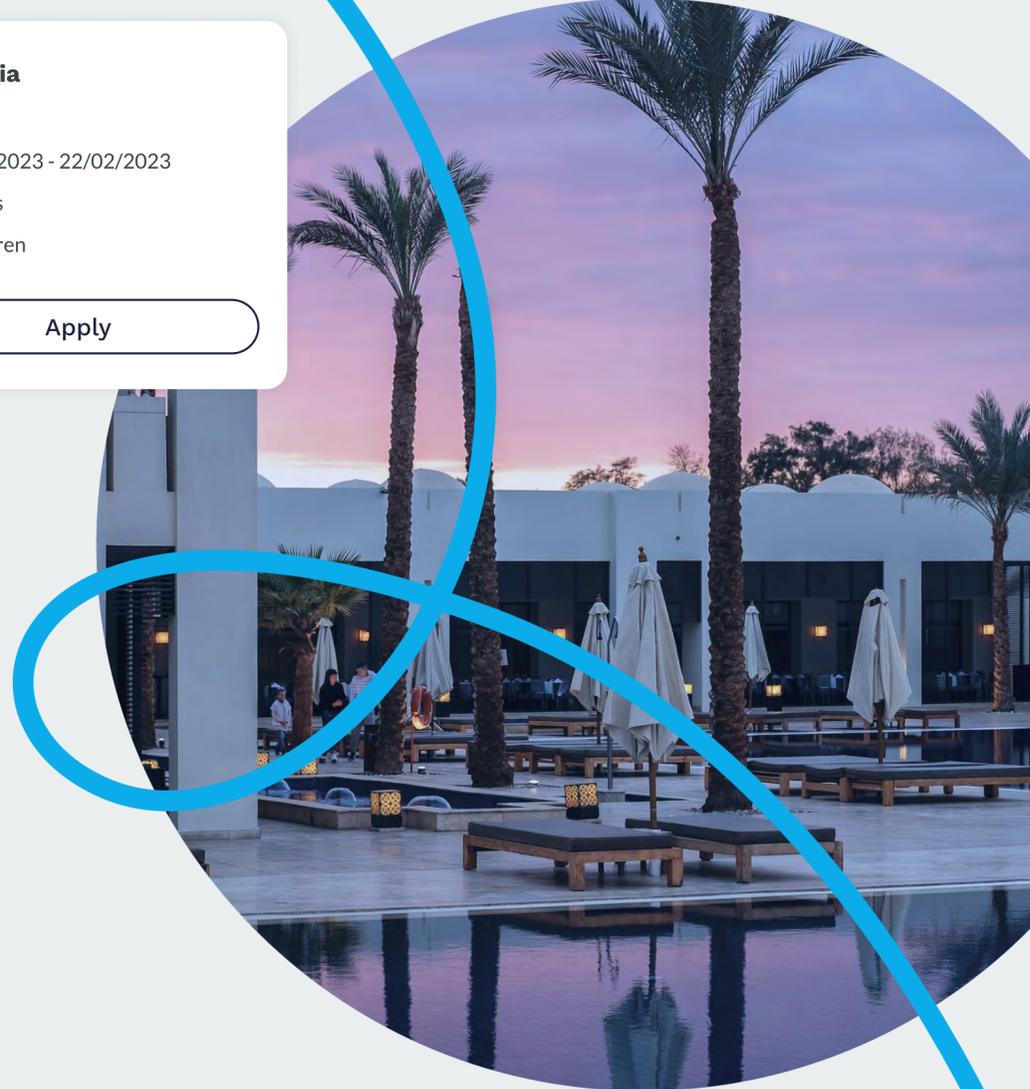
Hotel Baia
Reservation

📅 20/02/2023 - 22/02/2023

👤 2 adults

👶 2 children

Apply



36 % des clients des hôtels préfèrent un service numérique

Promotion de la numérisation de la communication

Le sans contact : économiser du temps et faciliter les choses

Qu'il s'agisse d'une visite d'affaires ou de détente, voyager peut être fatigant et ne se déroule pas toujours comme prévu. En proposant un **enregistrement rapide et facile dans un hôtel par l'intermédiaire des canaux numériques**, vous évitez les files d'attente et les formulaires fastidieux à remplir. En mettant en place des **clés de porte numériques**, les clients peuvent même accéder directement à leurs chambres, en déverrouillant les portes avec une application installée sur leurs téléphones portables. Il s'agit là de la solution parfaite pour les voyageurs pressés en ajoutant la facilité des technologies sans contact. Selon une enquête d'Oracle (2022), depuis la pandémie, **65% des personnes préfèrent les hôtels qui utilisent la technologie pour limiter l'interaction avec le personnel de l'hôtel au nécessaire.**

65%

Hi! I am your virtual assistant and I can help you book your upcoming stay.

Can I assist you with your booking?

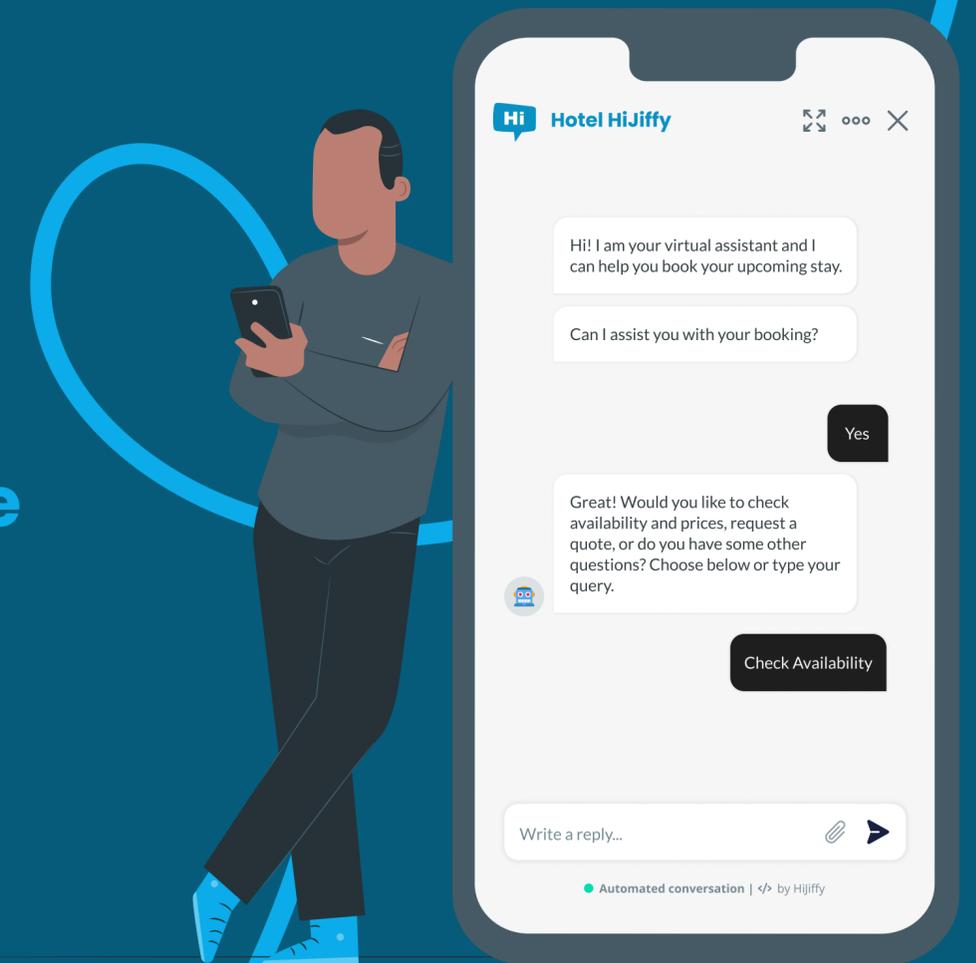
Yes, I'd like to check the availability for next week.

des personnes préfèrent les hôtels qui utilisent la technologie pour limiter l'interaction avec le personnel de l'hôtel au nécessaire.

Promotion de la numérisation de la communication

Ces solutions numériques sans contact peuvent faciliter la vie de vos clients, avec la possibilité de **commander un service d'étage par l'intermédiaire d'un chatbot ou de réserver un spa en ligne**, ce qui, en retour, augmente les revenus de votre entreprise. Plus vous facilitez un processus, plus les clients seront susceptibles de l'utiliser. Grâce à la disponibilité des services sans contact, si des mesures de distanciation sociale devaient être mises en place soudainement, vous serez rapidement apte à adapter vos processus pour vous conformer aux règles et réglementations qui pourraient être annoncées et à assurer la sécurité de tous vos clients. Ces procédures peuvent être mises en place rapidement, facilement et sans frais supplémentaires étant donné que le système est déjà installé et prêt à fonctionner. Ce système est évolutif selon l'augmentation potentielle du trafic dû à l'augmentation de la demande de service sans contact.

Ces solutions numériques sans contact peuvent faciliter la vie de vos clients, avec la possibilité de **commander un service d'étage par l'intermédiaire d'un chatbot ou de réserver un spa en ligne**

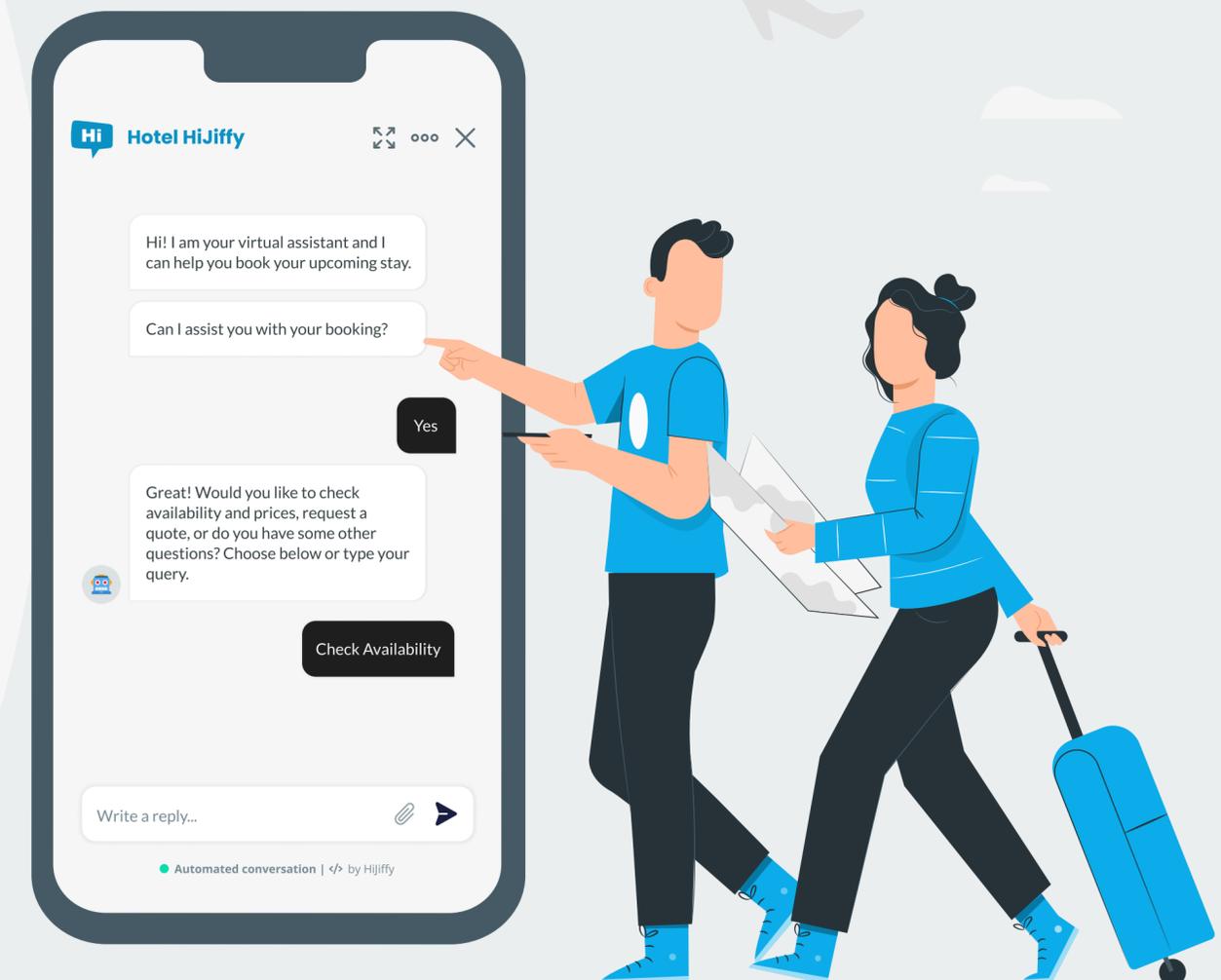


Personnalisation et communication sur mesure

Une pertinence élevée sur les réseaux préférés des clients

Une tendance croissante a vu le jour au cours des dernières années et devrait se poursuivre tout au long de l'année 2023 : la personnalisation. Dans le rapport sur la transformation numérique publié par Skift (2022), la fourniture de services et de messages personnalisés est reconnue comme étant une stratégie fondamentale visant à renforcer l'efficacité du marketing et de la publicité. La personnalisation est directement liée à l'amélioration de la satisfaction des clients. En recueillant efficacement des données, puis en les utilisant de manière bénéfique, vous pouvez personnaliser le service que chaque client reçoit afin **qu'il corresponde au mieux à ses besoins et préférences individuels.**

De la simple utilisation du nom des clients dans la correspondance aux offres les plus susceptibles de correspondre à leur profil démographique, il existe de nombreuses façons d'ajouter des aspects de personnalisation à vos pratiques commerciales. En **prenant des décisions basées sur les données**, telles que proposer uniquement aux familles une offre où les enfants ont le droit à un repas gratuit, vous pouvez cibler vos offres spéciales là où elles ont le plus de chances d'aboutir sans submerger les clients avec des offres qui ne les concernent pas.



Personnalisation et communication sur mesure

Des opportunités tout au long du parcours client

Vous serez en mesure d'offrir une personnalisation des plus précises en **recueillant les données appropriées et en utilisant la technologie de l'IA afin de les traiter efficacement** et de vous aider à les exploiter au mieux. Le parcours des clients de l'hôtel (veuillez consulter la carte des opportunités à la page suivante) offre plusieurs opportunités à la fois pour recueillir des données servant aux processus de personnalisation et pour fournir des communications personnalisées telles que **la vente incitative et des services supplémentaires** qui, selon l'algorithme, sont les plus susceptibles d'aboutir à un résultat positif.

De la période préalable au séjour jusqu'à suivant le départ, chaque partie du parcours du client doit être prise en compte au regard des opportunités de personnalisation. En utilisant les méthodes de communication préférées du client, vous avez plus de chances d'engager le dialogue avec lui et de l'encourager à réserver des prestations supplémentaires préalablement à son séjour, à laisser un avis ou à remplir votre enquête de satisfaction client après son séjour.

1. Pré-Séjour



Répondre aux FAQs



Réservation par le chat



Campagne de chambre upgrade



Message de bienvenue

2. En-Séjour



Check-in numérique



Enquête de satisfaction



Campagnes de ventes incitatives



Demandes Internes



Check-out numérique

3. Après-Séjour



Message de remerciement

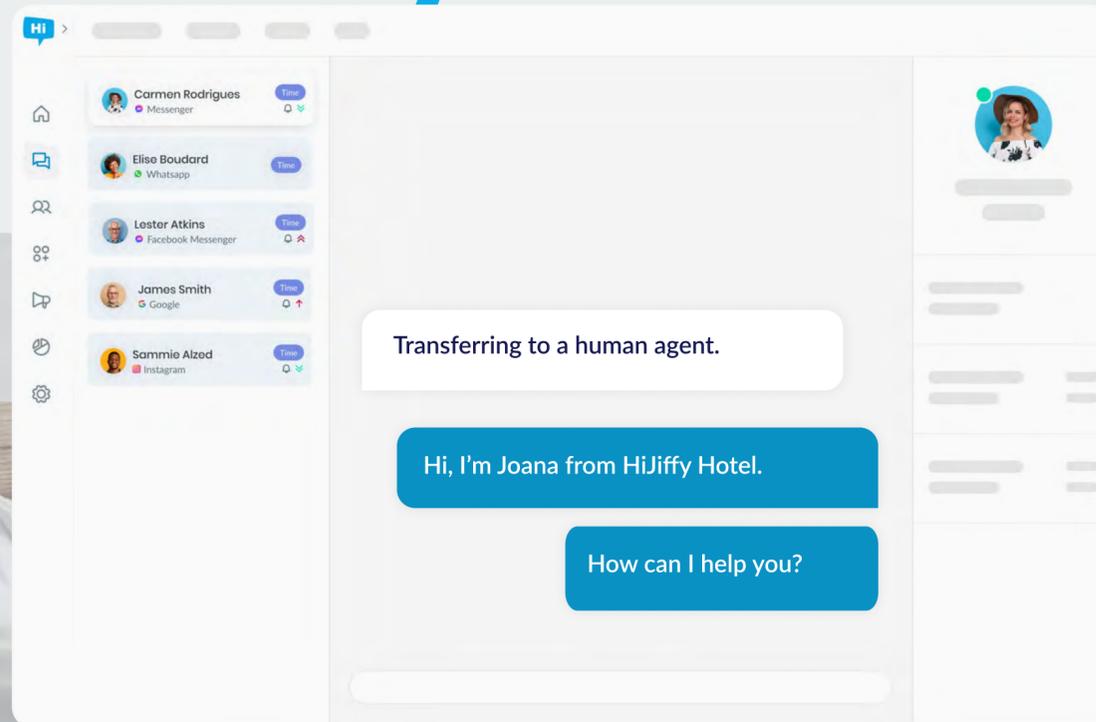


Campagnes de recommandations



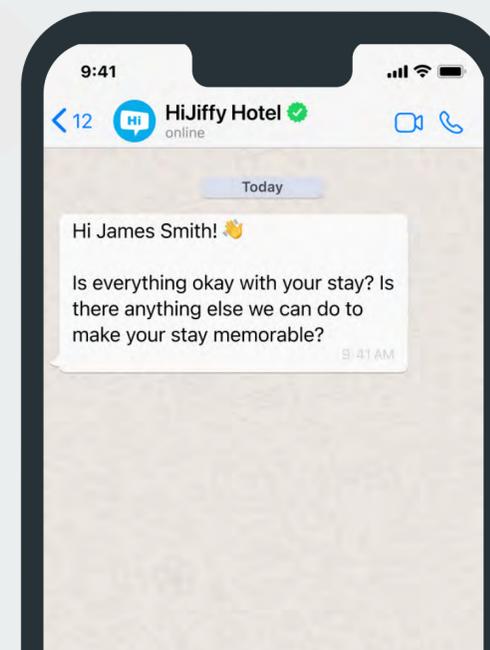
Campagnes de rétention

Personnalisation et communication sur mesure



Le but ultime de la personnalisation est de faire en sorte que le client se sente spécial et unique, comme si le service lui était adapté. Il est question d'apporter une touche personnelle, c'est ce que nous faisons lorsque nous personnalisons les services hôteliers. **En utilisant le canal de communication de leur choix**, vous pouvez permettre aux clients de vous contacter comme ils le feraient avec un ami ou un membre de la famille.

Par exemple, si votre client préfère utiliser WhatsApp pour ses communications, votre système peut automatiquement lier la réservation à une conversation WhatsApp directement avec le système de gestion de l'hôtel.



À ce moment, les clients peuvent poser des questions ou faire des réservations au restaurant ou au spa sans passer un coup de téléphone ou se rendre à la réception. Bien sûr, il s'agit également d'un moyen exceptionnel pour diffuser des messages de vente incitative et de demander des retours.

Personnalisation et communication sur mesure

Le message adéquat sur le canal adéquat

La clé de la personnalisation réside dans la prise de conscience que chacun fait les choses différemment et a des préférences et des besoins différents. De nos jours et grâce aux nombreuses avancées technologiques, nous n'avons plus besoin de trouver la meilleure option unique qui conviendra à la plupart des gens. Nous pouvons **utiliser la technologie pour offrir un service personnalisé à chaque client**, afin que ses préférences soient prises en compte de différentes manières. Qu'il s'agisse de connaître à l'avance les préférences des clients habituels en matière de chambres ou d'identifier leurs méthodes de communication préférée à utiliser tout au long de leur séjour, ces services sur mesure, adaptés aux besoins des clients, avec une grande attention portée aux détails, sont destinés à transformer l'industrie hôtelière.

Check out the experiences available at the hotel and personalise stay



A day in Spa



Dinner



Experience

I'd like to book a spa for 2



Nous savons déjà que chaque client est unique, mais nous **disposons maintenant de la technologie pour découvrir les désirs et les besoins de chaque client et intégrer ces données dans le service que nous fournissons**. Les techniques de personnalisation permettent d'offrir un service supérieur qui satisfait les désirs de vos clients, mais elles permettent également de faire connaître à chaque client les opportunités qui s'offrent à lui et qui l'intéressent, stimulant les ventes de services complémentaires tels que les soins de spa, les surclassements de chambre et la restauration sur place, qui peuvent alourdir significativement la facture finale, et ainsi augmenter considérablement vos profits. Pour faire simple, si vous savez ce que veulent vos clients, vous pouvez le leur offrir, et en adaptant ce que vous proposez, les offres et services qui seront les plus appréciés ne risquent pas de se perdre au milieu d'une multitude de publicités et d'offres.

Intelligence Artificielle conversationnelle

Réinventer les communications avec les clients

Les chatbots traditionnels sont utilisés dans l'industrie depuis un certain temps. Toutefois, nous entrons maintenant dans l'ère de l'IA conversationnelle qui révolutionne les communications avec les clients. Grâce aux technologies avancées d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique, ces outils puissants peuvent traiter de nombreuses requêtes et services des clients, tout en **communiquant avec les clients de manière conviviale, efficace et intuitive**. Selon une étude menée par Oracle sur les habitudes et attitudes des clients (2022), 67 % sont intéressés par les hôtels qui ont recours à l'IA pour proposer des offres plus pertinentes. En d'autres termes, la plupart des clients ont déjà adhéré à cette technologie de pointe.

**67 % sont intéressés
par les hôtels qui ont
recours à l'IA pour
proposer des offres
plus pertinentes.**

Intelligence Artificielle conversationnelle

Accompagner votre personnel tout en satisfaisant les besoins de vos clients

Compte tenu du manque de personnel qui affecte actuellement l'ensemble du secteur (Commission européenne du voyage, 2022), le fait d'assister vos équipes chargées des réservations et de la réception avec une technologie intelligente soulage la pression pendant les périodes de pointe et réduit la charge de travail des opérations quotidiennes. Cela apporte également un niveau supplémentaire de protection supplémentaire contre les risques de manque de personnel à venir. Aucun client n'apprécie de rester dans une longue file d'attente et aucun membre de votre personnel ne souhaite être mis sous pression. Les études de Hijaify montrent que **les hôtels utilisant une IA conversationnelle spécialisée dans le secteur de l'hôtellerie enregistrent en moyenne des niveaux d'automatisation réussis de plus de 80 % des requêtes reçues.**

Le système peut également rediriger de manière fluide la personne vers un agent humain pour la minorité d'appels qui ne peuvent pas être traités par le système automatisé. Cela signifie que les membres du personnel ne travaillent sur les appels que lorsque leur expertise et leurs connaissances spécialisées sont requises. La majeure partie des requêtes entrantes sont traitées rapidement, efficacement et de manière entièrement satisfaisante par l'IA, sans aucune intervention humaine nécessaire.

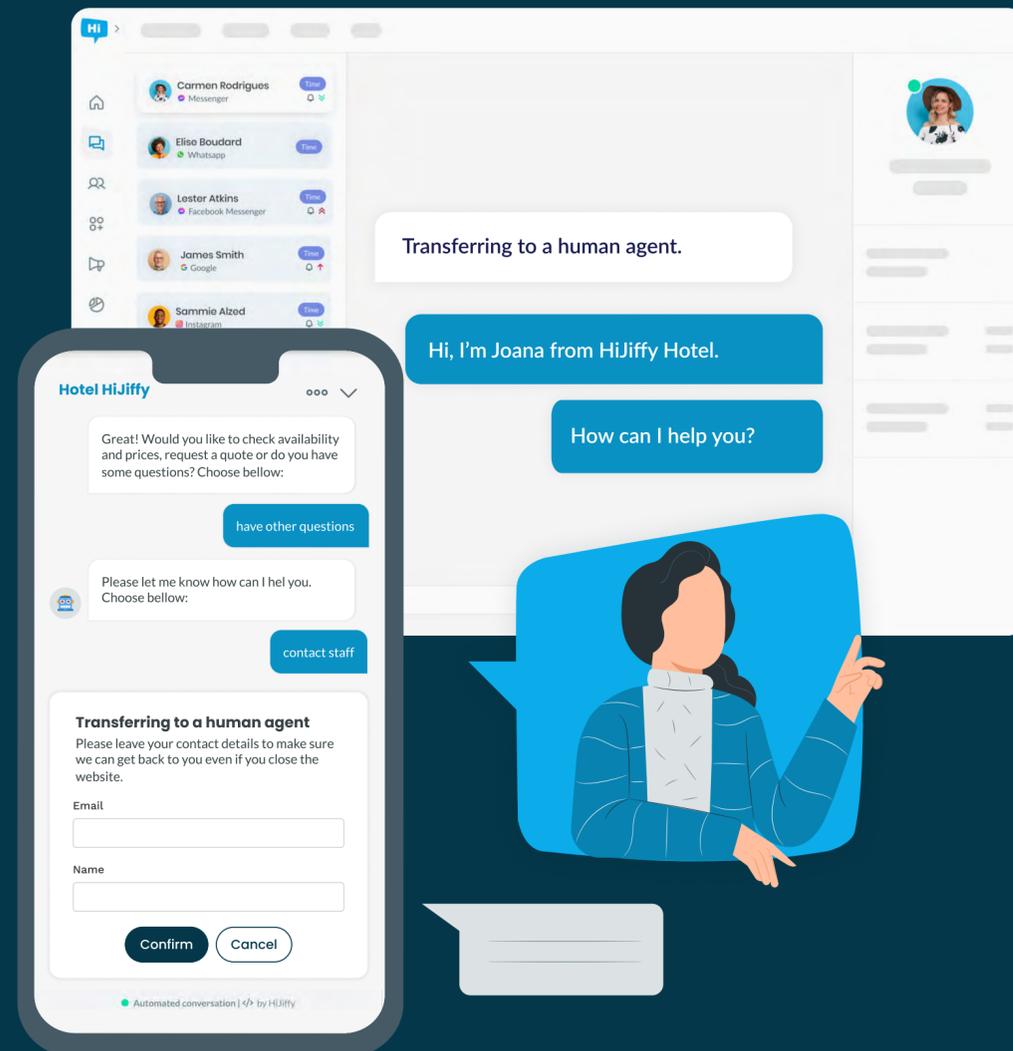
hôtels utilisant une IA conversationnelle spécialisée dans le secteur de l'hôtellerie enregistrent en moyenne des niveaux d'automatisation réussis de plus de

80%
**des requêtes
reçues**



Intelligence Artificielle conversationnelle

Une technologie de pointe évoluant à chaque conversation



Les solutions d'intelligence artificielle conversationnelle les plus avancées dans le domaine de l'hôtellerie ont la capacité d'auto-apprentissage, améliorant constamment leur efficacité et leur précision au fil du temps. **Les chatbots assistés par l'IA sont capables d'avoir une conversation avec les clients, d'enregistrer toutes les informations fournies et d'accéder aux bases de données pour offrir un service fiable et personnalisé.**

Les meilleures solutions s'intègrent de manière fluide avec d'autres systèmes de gestion hôtelière, ouvrant des possibilités pour que les réservations soient effectuées, confirmées, modifiées ou annulées.

Toutes les informations sont transmises sous la forme d'une véritable conversation qui se déroule comme si vous parliez à un agent humain. Le système est intuitif et intelligent ; la communication semble naturelle. Un utilisateur exprime simplement sa demande, sa requête ou sa préoccupation et le chatbot répond en conséquence, éliminant les menus interminables et la frustration qui résultait autrefois de l'utilisation de chatbot moins avancées.

Intelligence Artificielle conversationnelle

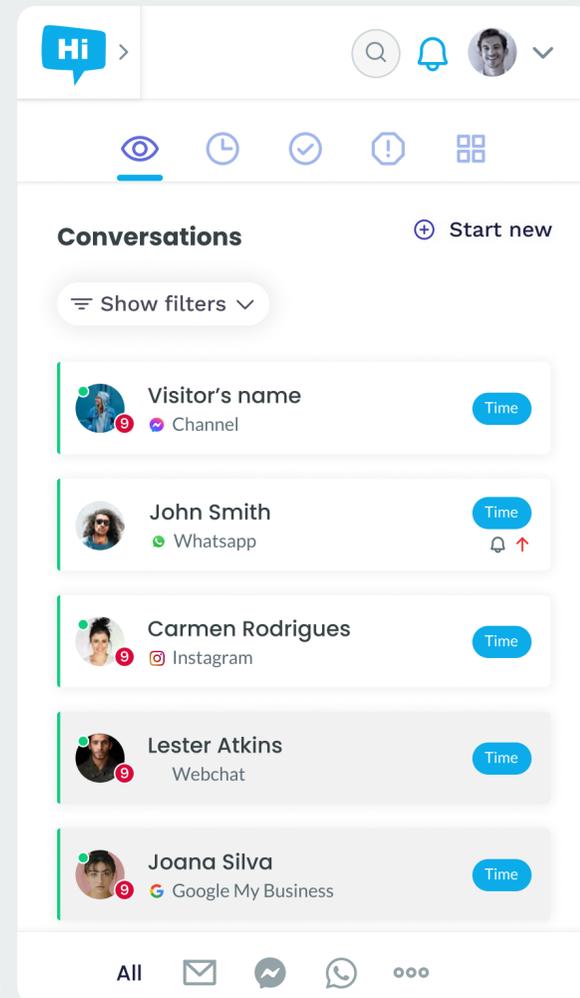
Principaux avantages et bien plus

L'IA conversationnelle est également incroyablement efficace pour **recueillir les données** dont vous avez besoin. Même les agents les mieux formés peuvent trouver difficile de poser les bonnes questions visant à recueillir des données de haute qualité, tandis que l'IA est programmée pour identifier et filtrer ces données. De plus, toutes les conversations étant enregistrées, elles deviennent également consultables et les données elles-mêmes peuvent être analysées pour découvrir des modèles, mettre en évidence des mots-clés et fournir des informations vitales telles que le volume et le thème des requêtes entrantes.

● Theme: tag name

select tag ✕

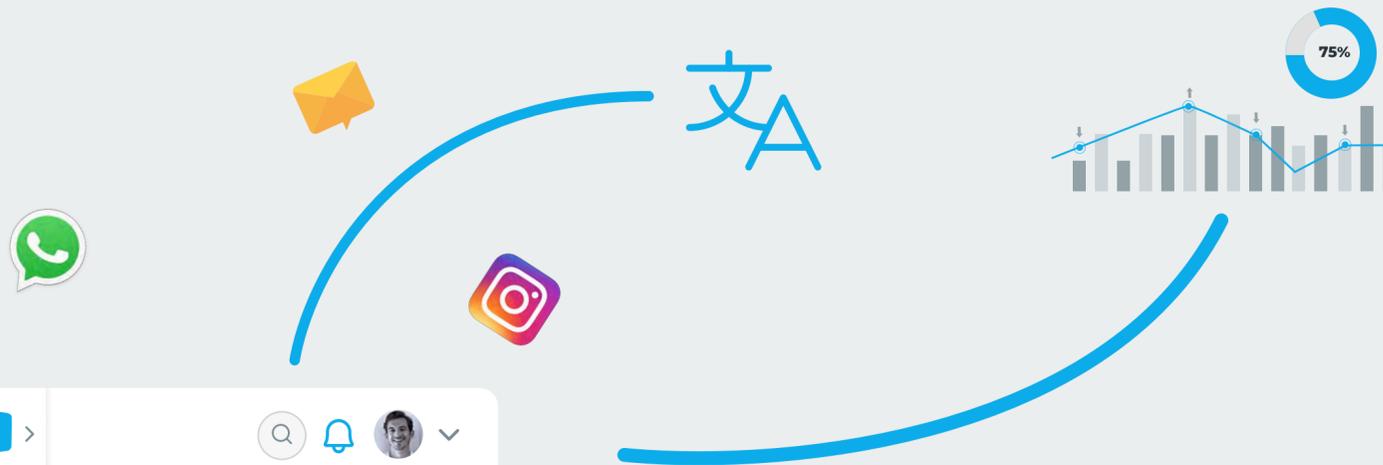
select tag



Lorsque vous envisagez de mettre en œuvre une solution de communication intelligente et conversationnelle avec les clients, optez pour une solution capable de répondre avec succès aux requêtes dans **plusieurs langues**. Très peu d'hôtels disposent d'un personnel multilingue disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, au cas où il y aurait un appel de l'étranger, mais avec un système d'IA conversationnel en place pour gérer les requêtes des clients, ces appels seront traités automatiquement.

24/7

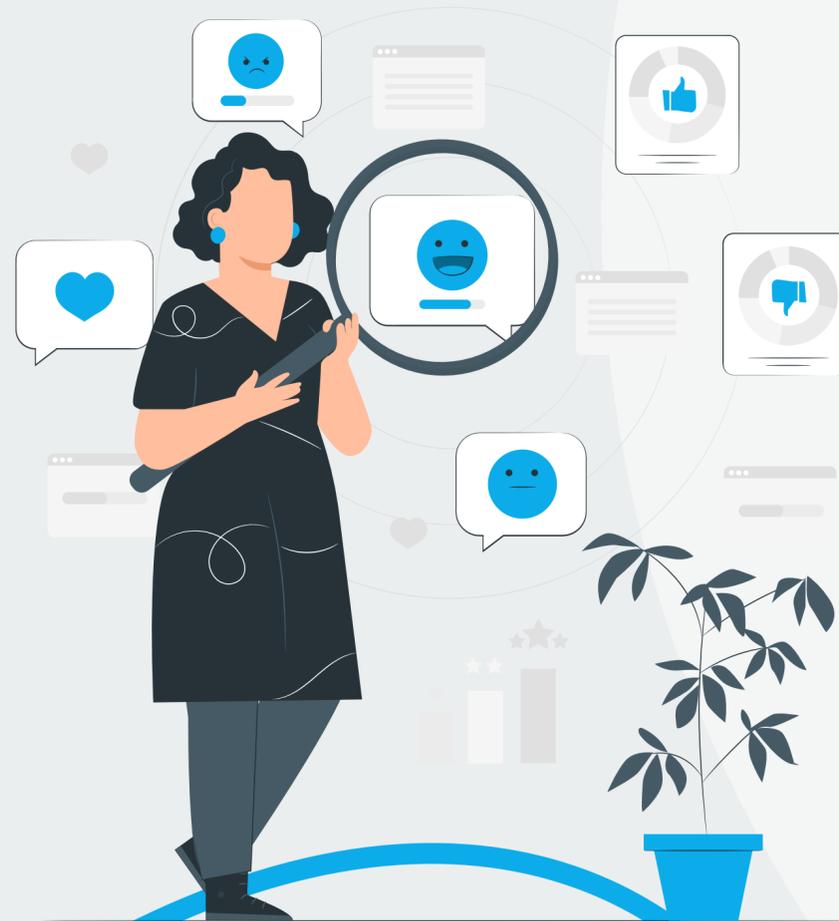
Veillez à rechercher des systèmes de communication avec les clients assistés par l'IA qui **s'intègrent à toutes les plateformes de réseaux sociaux et de messagerie**. Cela pourrait permettre à votre entreprise d'offrir des options de communication que vous n'aviez pas pu offrir par le passé, et en plus, la vitesse de réponse sera instantanée. Il n'est pas nécessaire pour un utilisateur d'attendre qu'un opérateur ou un membre du personnel trouve du temps dans son emploi du temps chargé pour répondre à une demande par SMS. Cette rapidité de service et la polyvalence des options de communication peuvent réellement faire pencher la balance en votre faveur lorsqu'un client potentiel évalue les options qui s'offrent à lui.



Orienter les communications grâce à l'analyse des sentiments

Une aide précieuse pour hiérarchiser les messages entrants

L'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique sont de plus en plus sollicités dans l'industrie hôtelière, instaurés pour répondre aux questions des clients et automatiser les processus. Toutefois, les plus avancés de ces technologies peuvent désormais aller encore plus loin et reconnaître réellement le sentiment des clients. Il s'agit là probablement de l'un des aspects les plus subtils du secteur de l'hôtellerie mais qui n'en reste pas moins essentiel, ayant un impact significatif sur la satisfaction des clients lorsque ces observations sont mises à profit. Skift (2022) déclare que les hôteliers reconnaissent déjà l'analyse des sentiments comme l'application la plus pratique de l'IA et de l'apprentissage automatique, plus encore que la personnalisation des offres ou l'automatisation des différentes étapes du service client.



Identifier les situations pour lesquelles le temps de réponse est d'importance capitale

La plupart des hôtels reçoivent régulièrement un grand nombre de messages entrants dans leur boîte de réception. Il n'est pas toujours évident de connaître exactement le sujet dont traite chaque courriel en jetant un simple coup d'œil sur les lignes d'objet de chacun. Si vous ne répondez pas à une question urgente, un client potentiel pourrait décider de réserver ailleurs. Cependant, **comment repérer cette requête urgente enfouie dans les méandres de votre boîte de réception ?** C'est là qu'intervient l'analyse des sentiments, ayant pour objet de déceler le sentiment derrière le message en traitant le langage de la correspondance en question. Cette technologie vise à mettre en évidence les requêtes les plus urgentes, ce qui permet au personnel de classer les messages par ordre d'importance. De cette façon, vous pouvez rapidement répondre à une plainte et résoudre le problème. Ce processus simplifie le classement des messages par ordre de priorité et garantit que les problèmes les plus urgents soient traités en premier.

Orienter les communications grâce à l'analyse des sentiments

Rester à l'écoute

Les choses ne font que commencer. L'analyse des sentiments ne doit pas se limiter à vos systèmes internes ou à vos courriels. Elle peut être appliquée sur de nombreux autres canaux, notamment sur les réseaux sociaux. Grâce à l'analyse des sentiments, qui **vous permet de surveiller de près les sentiments transmis sur vos comptes de réseaux sociaux**, vous pouvez garder une longueur d'avance sur les messages qui sont diffusés à propos de votre entreprise.

Vous saurez si le restaurant de votre hôtel reçoit d'excellentes critiques. De même, si un commentaire négatif est publié, vous serez le premier à en prendre connaissance et pourrez ainsi résoudre le problème immédiatement et montrer au monde entier que votre hôtel réagit rapidement et remet les choses en ordre.

Lorsque vous disposez d'informations relatives aux aspects de votre hôtel que les clients apprécient et ceux qui leur manquent, vous pouvez apporter des modifications et des améliorations qui comptent vraiment. Vous pouvez réagir rapidement aux retours, dialoguer avec le public et faire preuve d'un excellent service client. Avec de bons outils d'analyse des sentiments, vous pouvez vous épargner des heures passées à travailler sur les feuilles de calcul et obtenir vos informations en temps réel, afin que vous puissiez au besoin agir immédiatement et non des heures ou des jours après les faits.



Qui vous permet de surveiller de près les sentiments transmis sur vos comptes de réseaux sociaux

Uniformisation de tous les canaux de communication

Une boîte de réception devrait amplement suffire

Dans son rapport sur la transformation numérique de 2022, Skift, la plus grande plateforme de renseignement de l'industrie du voyage, a déclaré que **l'uniformisation des canaux de communication était la principale stratégie numérique en matière d'initiatives du service client.** Le nombre de méthodes utilisées pour les communications ne cesse de croître, et rester à jour dans cette situation peut s'avérer être une tâche impossible.

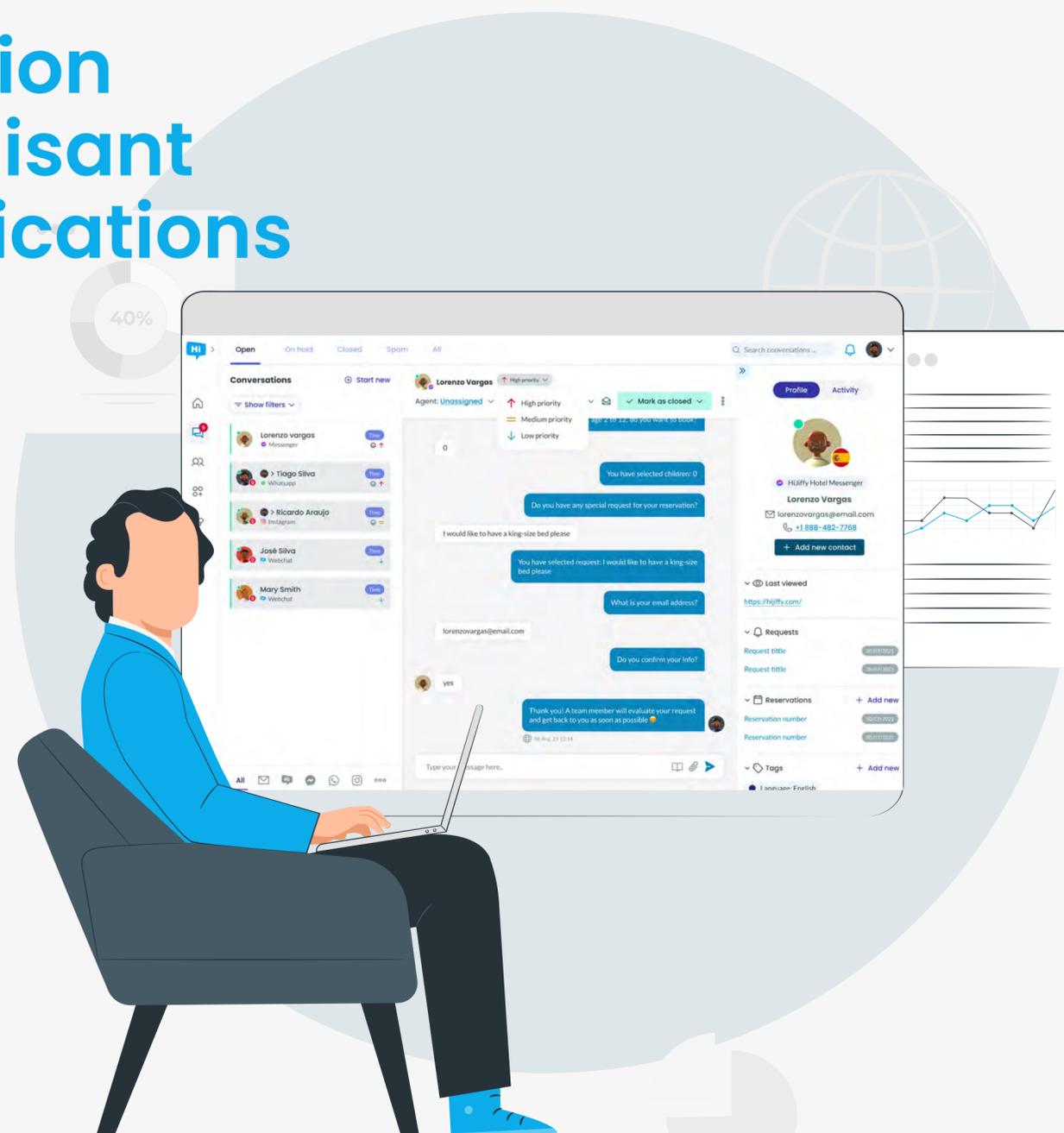
Certaines entreprises décident de restreindre les méthodes de communication qu'elles utilisent dans le but d'offrir un bon service sur quelques plateformes. Cependant, en procédant de cette façon, elles passent à côté de nombreuses opportunités. En passant la majorité de votre temps à vous assurer que votre page Facebook est active et intéressante, vous risquez de ne pas remarquer une personne qui vous contacte sur Twitter, ou un utilisateur Instagram qui a cherché votre compte mais ne l'a pas trouvé, ce qui pourrait les amener à douter de la légitimité de votre entreprise.



Uniformisation de tous les canaux de communication

Une boîte de réception omnicanale centralisant toutes les communications

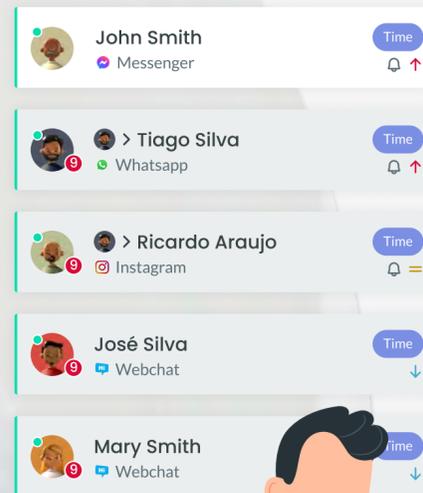
Vous avez probablement estimé qu'il est essentiel d'atteindre vos clients et clients potentiels par l'intermédiaire d'un maximum de plateformes. Cependant, cela s'accompagne d'un défi de taille : chacune des plateformes doit être gérée individuellement et le volume de messages entrants ne cesse d'augmenter. Cette tâche peut rapidement devenir accablante à moins d'avoir une main-d'œuvre illimitée et des fonds inépuisables. Heureusement, la technologie nous offre maintenant les outils nécessaires pour **uniformiser et centraliser pleinement l'accès à tous nos canaux de communication et nos réseaux sociaux.**



Il s'agit d'un outil inestimable pour assurer **une interaction permanente sur toutes les plateformes.** Les messages individuels peuvent être repérés afin de garantir le suivi des conversations jusqu'à leur conclusion. Vous n'aurez pas à vous fier à votre mémoire ou à vos propres notes pour assurer le suivi d'un problème. Vous disposerez également de nombreuses fonctionnalités permettant **de gagner du temps**, telles que la possibilité de répondre directement depuis l'interface plutôt que d'avoir à vous connecter et à vous déconnecter des canaux respectifs et de choisir parmi la variété de réponses personnalisées pré-remplies pour les requêtes courantes.

Souvent, une personne différente de celle qui s'occupe de la correspondance se retrouve finalement à résoudre le problème. Un système centralisé permet de transmettre facilement des tâches individuelles à d'autres membres du personnel, afin que la bonne personne puisse traiter rapidement la requête.

Uniformisation de tous les canaux de communication



↑ High priority

⇒ Medium priority

↓ Low priority

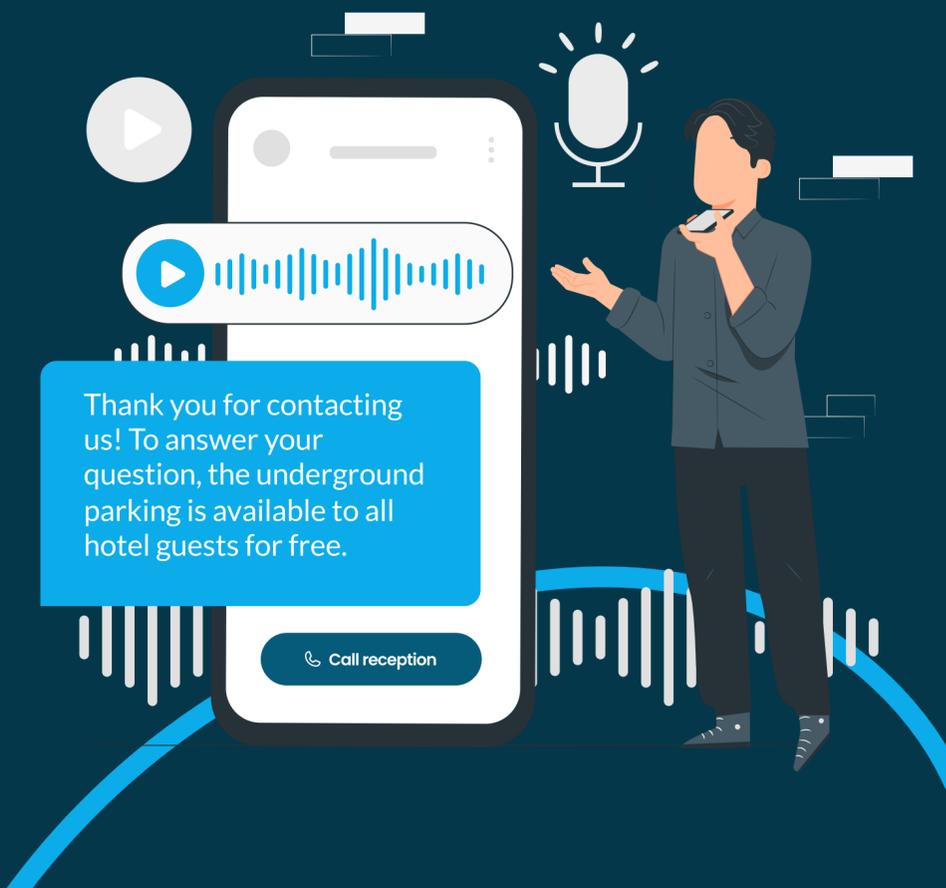
Un aperçu plus complet des données

Rassembler les messages de tous vos canaux de communication en un seul endroit vous permet de visualiser les interactions et les messages en un coup d'œil, quelle que soit leur origine. Le traitement de vos communications peut être encore plus simple grâce à des **outils intégrés utiles** tels que la traduction automatique et la hiérarchisation par ordre de priorité à l'aide de l'analyse des sentiments basée sur l'IA. En rassemblant toutes vos données au même endroit, vous pourrez également **profiter des informations, des rapports et des indicateurs inestimables** générés lorsque toutes ces données combinées sont analysées. Il devient facile de connaître notamment les plateformes les plus utilisées pour contacter votre entreprise, les temps de réponse moyens aux requêtes, et bien plus encore.

Voicebots et systèmes interactifs de réponse vocale conversationnelle

Laisser parler l'Intelligence Artificielle

La cinquième étude menée par HOTREC relative au marché de la distribution hôtelière (2022) indiqua que les **réservations directes auprès des hôtels sont en hausse**. Avec de plus en plus de clients qui choisissent de réserver directement, il devient d'autant plus nécessaire d'offrir un excellent service réactif sur tous les canaux de communication, y compris par téléphone et par le biais de messages vocaux sur les réseaux sociaux ou les applications de messagerie. Ce dernier moyen de communication a gagné en popularité, avec pas moins de **7 milliards de messages vocaux envoyés sur WhatsApp au quotidien**, selon TechCrunch (2022). Un client peut finalement effectuer une réservation en ligne, mais s'il a une question particulière concernant les services ou l'emplacement de l'hôtel ou bien s'il a besoin d'un renseignement particulier, ces questions sont souvent posées par téléphone ou par message vocal.



Oublier les menus et aller droit au but

Si un client potentiel obtient une tonalité d'occupation de la ligne parce que vous êtes sur un autre appel, ou pire, si personne ne répond au téléphone parce que tous les membres de votre personnel sont occupés ailleurs, vous pourriez perdre un client. De même, les messages vocaux laissés sans réponse sur les plateformes de communication peuvent rapidement s'accumuler ; les écouter et prendre note des détails essentiels nécessite beaucoup de temps. Vous disposez peut-être déjà d'un système vocal automatisé avec un menu permettant de guider l'appelant. Un tel système peut rapidement devenir inefficace lorsque l'utilisateur est contraint d'écouter des options sans rapport avec sa requête. **Beaucoup de gens raccrochent simplement lorsqu'ils sont accueillis par un menu automatisé.**

Voicebots et systèmes interactifs de réponse vocale conversationnelle

The sound of seamlessness

La principale solution consiste à utiliser efficacement des **voicebots modernes et high-tech qui font appel à l'IA pour une réponse vocale interactive avancée**. Grâce à l'introduction d'un langage plus naturel et à une meilleure compréhension des réponses vocales, les clients peuvent obtenir des réponses à leurs questions ou être automatiquement redirigés vers le service concerné sans avoir à écouter un menu composé d'une série d'options. De nombreuses questions simples, telles que demander les horaires d'ouverture du restaurant ou être transféré au spa pour réserver un soin, peuvent toutes être traitées sans prendre le temps du personnel de la réception. Les employés sont ainsi moins sollicités et peuvent se consacrer davantage aux questions les plus complexes et aux clients qui se présentent en personne. Cela représente un atout inestimable en période d'affluence et permet à plus de client de recevoir simultanément un service client de haut niveau.

Ce type de contact en libre-service est une option réaliste qui peut répondre à la grande majorité des requêtes des clients et interagir avec le système dorsal de traitement afin que les utilisateurs puissent accéder aux services sans avoir à passer par un agent humain. Permettre aux appelants d'effectuer des opérations simples comme effectuer des réservations, modifier des dates ou réserver un dîner, réduit massivement la pression sur le personnel qui répond aux appels. Pourquoi alourdir la charge de travail de votre personnel pour traiter ces requêtes alors qu'un système automatisé le fera tout aussi bien ? De plus, en mettant en œuvre un système d'IA pour prendre en charge ces processus, vous éliminez les erreurs humaines et bénéficiez d'une traçabilité complète si un problème doit être réexaminé.

Nous avons désormais atteint une ère où nous pouvons mettre de côté nos idées préconçues sur les voicebots. Le monde technologique a transformé ce qui était autrefois une source de frustration qui n'offrait qu'une utilité minimale pour rediriger les appelants vers différents services ou fournir les informations les plus élémentaires, en un voicebot entièrement interactif qui comprend les fines nuances de la langue et le ton de la voix, offrant un accès à une large gamme de services. Pour les clients, cette technologie est synonyme de sérénité, de rapidité et d'accessibilité. **Pour les entreprises hôtelières, cette technologie est synonyme de gain de temps et d'argent considérable grâce à des capacités d'analyse inestimables intégrées.**



Résumé

Selon les données et les études de l'industrie, ainsi que nos propres réflexions, nous prévoyons une montée en puissance de ces tendances en matière de communication avec les clients de l'hôtellerie à mesure que nous avançons en 2023 et pour les années à venir. Comme pour toutes les nouvelles technologies, les premiers utilisateurs auront une longueur d'avance, il est donc recommandé de garder un œil sur le développement de plates-formes qui pourraient être bénéfiques à votre entreprise dans cette époque numérique. En comprenant les tendances, en gardant l'esprit ouvert et en identifiant ce qui sera le plus utile à votre entreprise hôtelière, vous serez en avance sur la concurrence et en mesure d'offrir à vos clients un niveau de service supérieur. Nous vivons à une époque fascinante dans laquelle l'intelligence artificielle et les processus d'apprentissage automatique passent du statut de nouveauté à un outil incroyablement utile avec de nombreux objectifs précieux dans le monde réel, et l'industrie hôtelière peut certainement en bénéficier. Nous attendons tout naturellement avec impatience les progrès qui seront réalisés au cours de l'année prochaine et des années à venir ainsi que les innovations qui transformeront davantage notre industrie.

Réinventons ensemble la communication avec les clients

Réservez une démonstration avec
l'équipe HiJiffy pour découvrir
comment vous pouvez bénéficier de
notre IA conversationnelle tout au
long du parcours client.

hijiffy.com

Rejoignez plus de 1 600 hôtels qui utilisent le Hub de communication client assisté par l'IA de HiJiffy ainsi que les puissantes intégrations qu'il est possible d'en faire avec divers systèmes de gestion hôtelière pour atteindre les différents objectifs suivants:



Augmenter les revenus

Maximisez les bénéfices à toutes les étapes du parcours client.

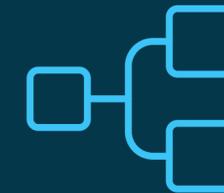
- Réservations directes
- Surclassement de chambre
- Vente incitative
- Fidélisation



Améliorer l'expérience client

Allez au-delà des attentes de vos clients en leur offrant une expérience attrayante.

- Service omnicanal
- Assistance en direct multilingue et instantanée 24h/24 et 7/7
- Personnalisation et évolutivité
- Analyse des sentiments



Automatiser les procédures

Favorisez les interactions numériques sans perdre la « touche humaine ».

- Numériser les enregistrements et les départs
- Autoriser les expériences sans contact
- Diriger et classer par ordre de priorité
- Automatiser les tâches administratives



Optimiser la satisfaction des clients

Livrez des expériences marquantes grâce à un excellent service client.

- Augmenter les recommandations
- Éviter les avis négatifs
- Accélérer la reprise du service
- Améliorer le parcours client



Augmenter la productivité

Réalisez davantage de tâches avec moins de ressources sans compromettre le niveau des services.

- Automatiser les opérations
- Suivre et analyser les performances
- Améliorer le travail d'équipe
- Récompenser les réussites



Gérer efficacement les données des clients

Optez pour des services hautement personnalisés afin d'offrir des expériences client exceptionnelles.

- Centraliser les informations
- Conserver un historique
- Enrichir la base de données
- Créer une segmentation

Réservez votre démonstration dès aujourd'hui sur hijffy.com

Sources

- European Travel Commission - [1.2 Million travel & tourism jobs across the EU will remain unfilled unless urgent action is taken](#) (2022)
- Finances Online - [15 Digital Marketing Trends for 2022/2023: Latest Forecasts to Watch Out For](#) (2022)
- Hospitality Technology - [Cloud Communication Trends in 2023 – Staying Ahead of Tomorrow's Needs](#) (2022)
- HOTREC - [Fifth HOTREC hotel distribution study shows how pandemic altered hotel booking habits](#) (2022)
- Skift - [State of Travel 2022](#) (2022)
- Skift - [The 2022 Digital Transformation Report](#) (2022)
- TechCrunch - [People are sending 7 billion voice messages on WhatsApp every day](#) (2022)

