

The image shows a screenshot of a hotel website for 'HiJiffy Hotels & Resorts' with a chatbot overlay. The website header includes a logo and navigation links: Home, Rooms & Suites, Services, About US, and Booking. The main banner features the text 'HiJiffy Hotels & Resorts Unforgettable Experiences' and a 'Book Now' button. The chatbot, titled 'Hotel Central', displays a welcome message in French: 'Bonjour ! Je suis l'assistant virtuel de l'Hôtel Central et je peux vous aider à réserver votre séjour ou répondre à vos questions. Veuillez cliquer sur l'une des options ci-dessous pour commencer ou taper votre question.' Below the message are three buttons: 'Réserver une chambre', 'Programme de Fidélité', and 'Nos offres spéciales'. At the bottom of the chatbot, there is a text input field 'Write a reply...', a paperclip icon, and a send button. A footer note indicates 'Automated conversation | </> by HiJiffy'.

## Avant la réservation

Exemple 1 : Après avoir souhaité la bienvenue à un client qui accède au site web de l'hôtel, faites-lui savoir que vous disposez d'un programme de fidélité et créez un bouton qui renvoie à une explication plus détaillée.

**Ciblez votre client** pendant qu'il découvre votre hôtel.

Lorsque le client potentiel clique sur le bouton, le chatbot déclenche un message expliquant les avantages de votre programme de fidélité. Dans ce message, il doit y avoir un bouton qui renvoie directement à la page d'inscription au programme de fidélité.

### Spa & Restaurant

Vous pouvez promouvoir votre programme de fidélisation par le biais d'un marketing comportemental spécifique. Par exemple, si un client se trouve sur la page de votre spa, vous pouvez définir une règle pour que le chatbot envoie un message contextuel soulignant qu'il peut bénéficier d'avantages exclusifs pour un service spécifique s'il est membre d'un programme de fidélité.

Vous n'êtes certainement pas limité à une seule page. Il existe d'innombrables possibilités de promouvoir votre programme de fidélisation à l'aide de fenêtres contextuelles sur différentes pages du site web, en fonction des préférences affichées par le client potentiel lors de sa visite.

**Hotel Central**

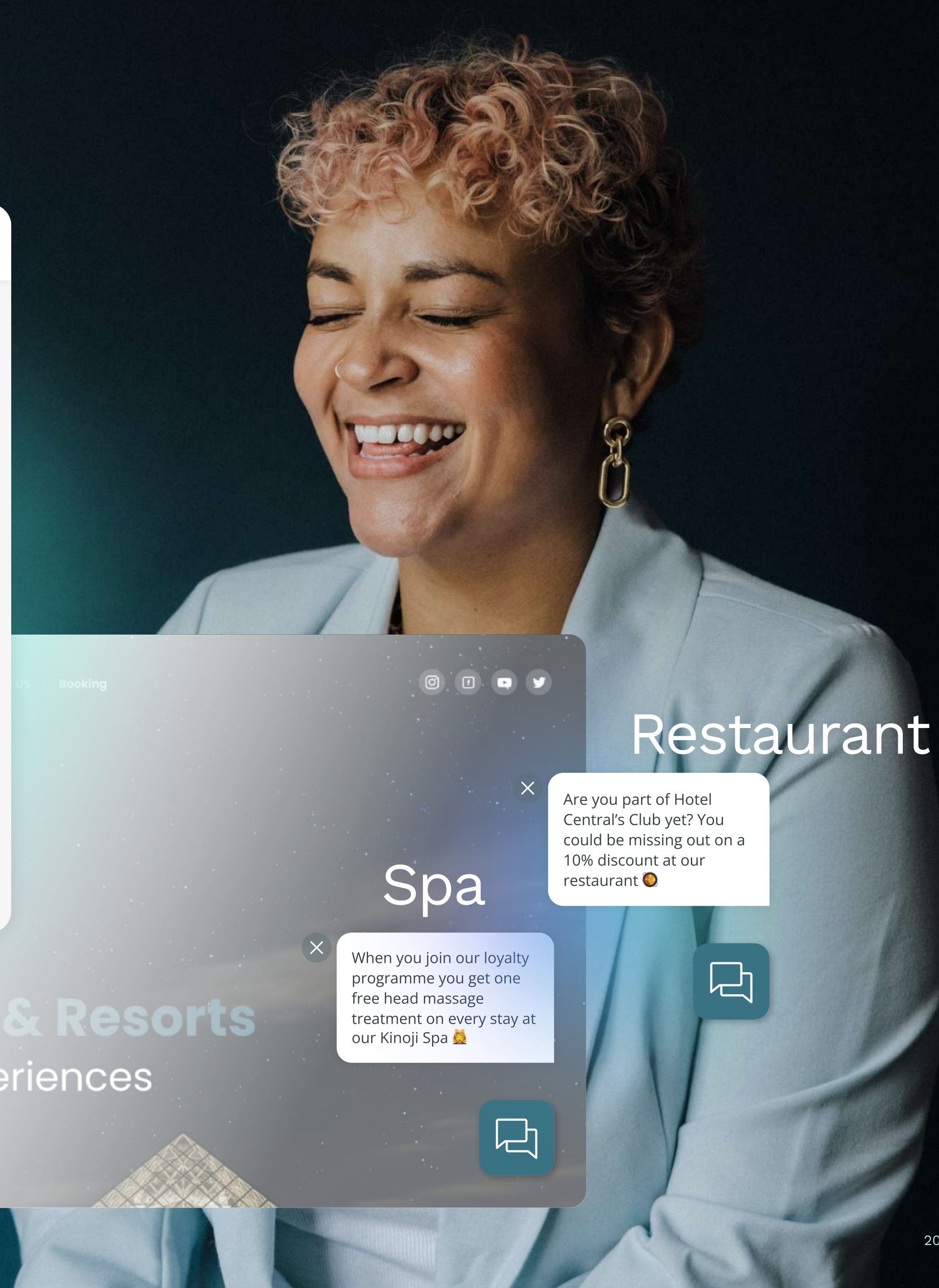
Le programme de fidélité de l'Hôtel Central offre des avantages exclusifs à ses membres. Au fur et à mesure que vous progressez à travers les différents niveaux, vous débloquez des avantages supplémentaires :

- 🥉 Bronze : Réduction de 5% sur votre réservation
- 🥈 Argent : Réduction de 10% sur votre réservation et sur les réservations de restauration et de spa
- 🥇 Or : Réduction de 15% sur votre réservation Executive Lounge Access, 10% sur les réservations de restauration et de spa et accès Wi-Fi Premium.

[Inscription au programme de fidélité](#)

Write a reply...

Automated conversation | </> by HIJiffy



## Au moment de la réservation

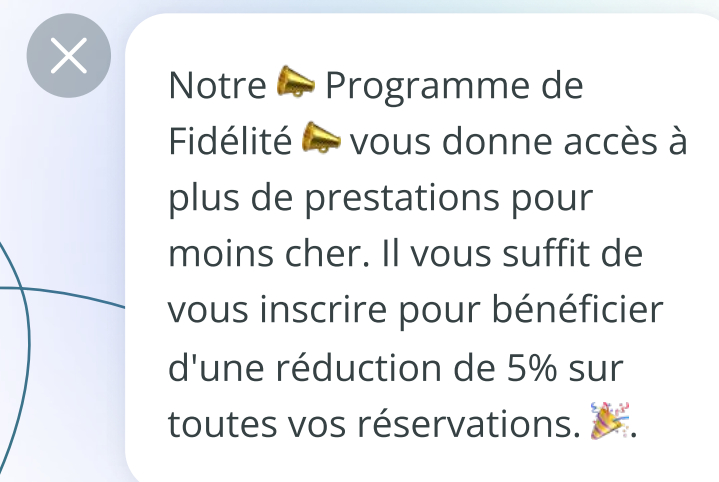
**Explication:** Plutôt que de demander à vos clients d'accéder directement à vos formulaires de réservation, vous pouvez leur expliquer à l'aide d'un bouton ce qu'ils risquent de manquer s'ils ne s'inscrivent pas au **programme de fidélité juste avant de réserver.**

### Exemple 1:



**Explication:** Vous pouvez également demander au **chatbot d'afficher un message pop-up** lorsque votre client arrive sur la page de réservation du site. Cela pourrait à nouveau stimuler leur besoin d'adhérer au programme de fidélité.

### Exemple 2:



## Avant l'arrivée

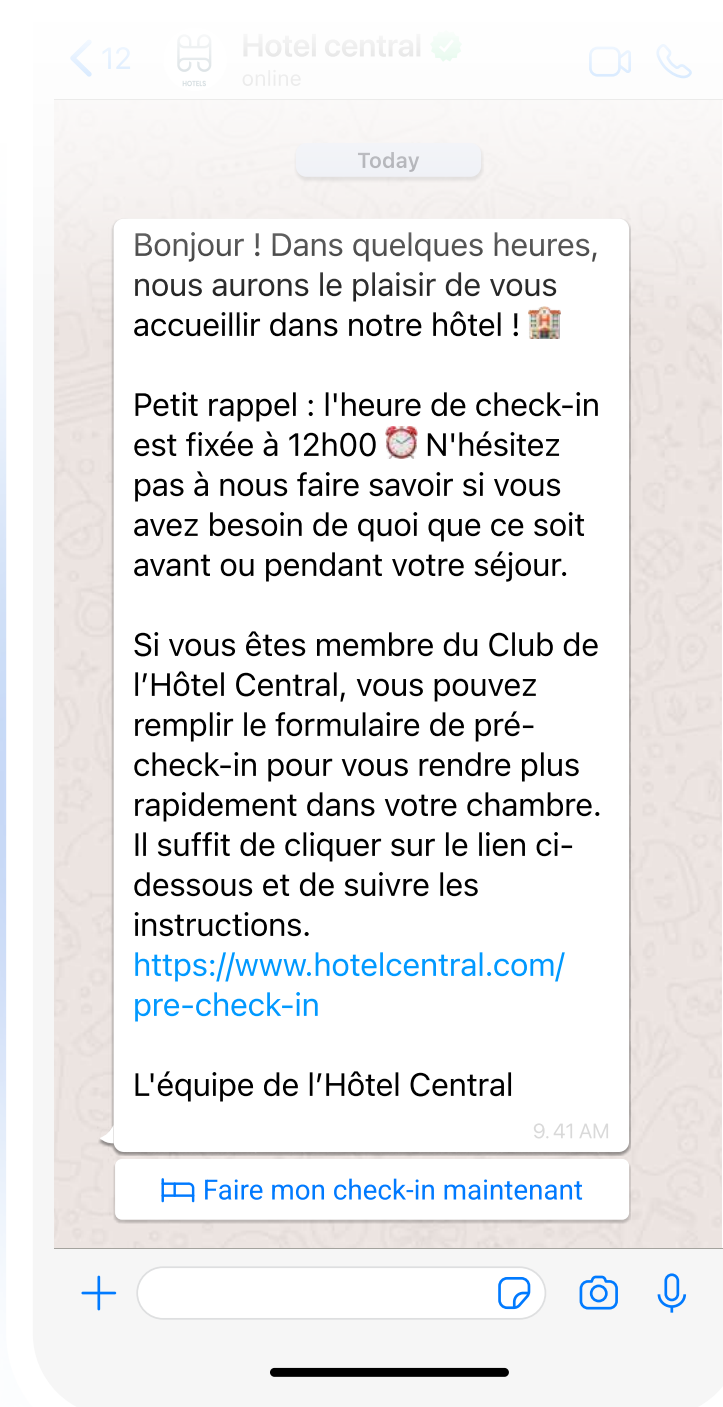
Partagez un avant-goût des événements, des services ou des équipements exclusifs réservés aux membres du programme de fidélité.

### Exemple 1 - Une semaine avant l'arrivée :



Veillez à mettre en avant les avantages de votre programme de fidélité dès le départ. Une bonne expérience lors du check-in, un moment où les clients sont fatigués de leur voyage et souhaitent simplement s'installer, peut faire toute la différence. C'est un **moyen sûr de faire gagner du temps à vos clients fidèles et à votre personnel de réception**. Il n'est pas toujours nécessaire d'avoir des boutons d'inscription au programme de fidélité. Le **simple fait de créer un peu de FOMO** (Fear Of Missing Out en anglais, ou la "peur de rater quelque chose", en français) pour vos clients non fidèles contribuera grandement à les inciter à se renseigner davantage sur votre programme.

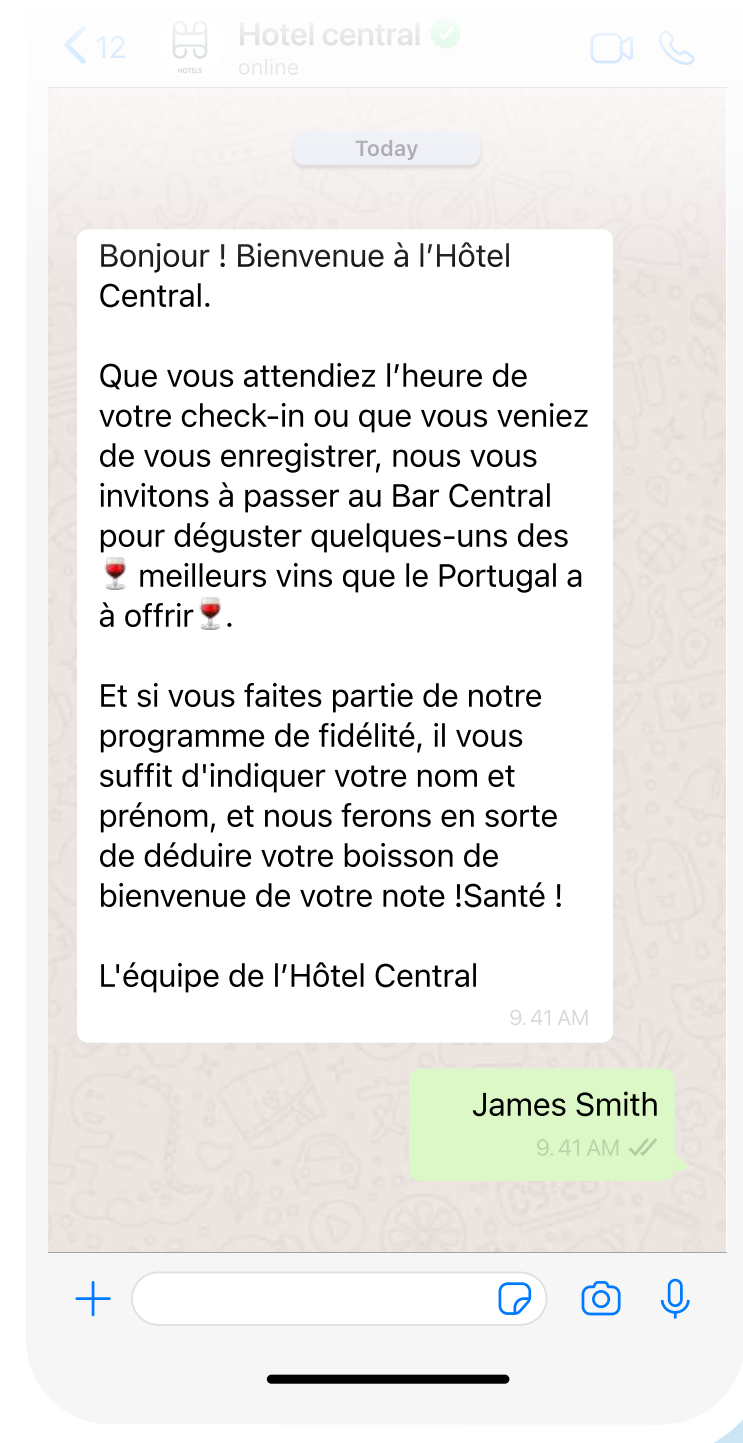
### Exemple 2 : Un jour avant l'arrivée - Campagne d'early check-in



## Pendant le séjour

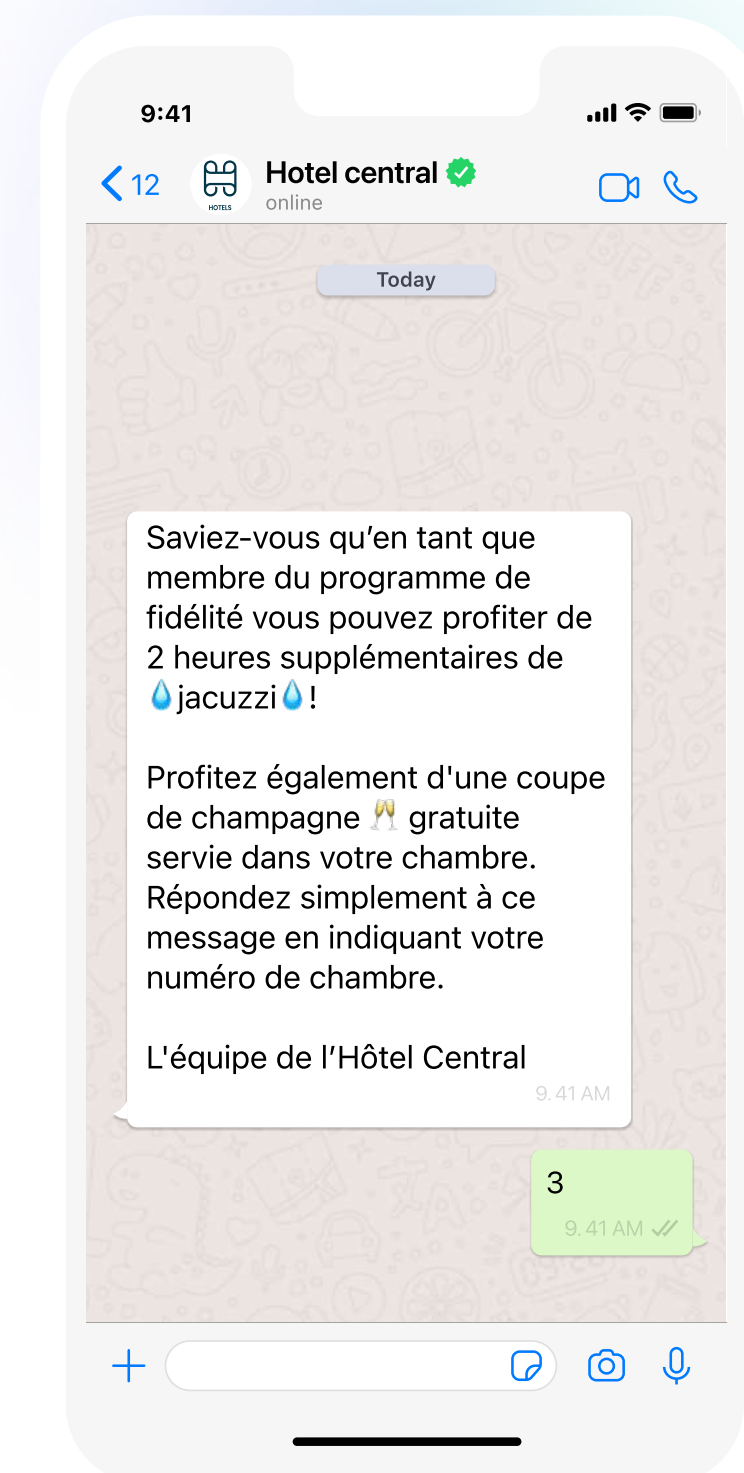
Déployez une campagne de check-in en ligne informant que les membres du programme de fidélité ou les clients effectuant une réservation directe ont droit à une boisson de bienvenue gratuite. Veillez à ce que l'avantage crée une expérience unique et mémorable pour le client qui l'utilise, car cela a un impact réel sur la façon dont le programme et la marque de l'hôtel sont perçus. Il s'agit de faire en sorte que les clients se sentent membres de votre communauté.

### Exemple 1 : Offre spéciale pour les membres du programme de fidélité ou les clients effectuant une réservation directe



Utilisez une campagne déployée durant le séjour pour suggérer des services exclusifs aux membres comme des soins au spa, des offres spéciales au restaurant ou des événements.

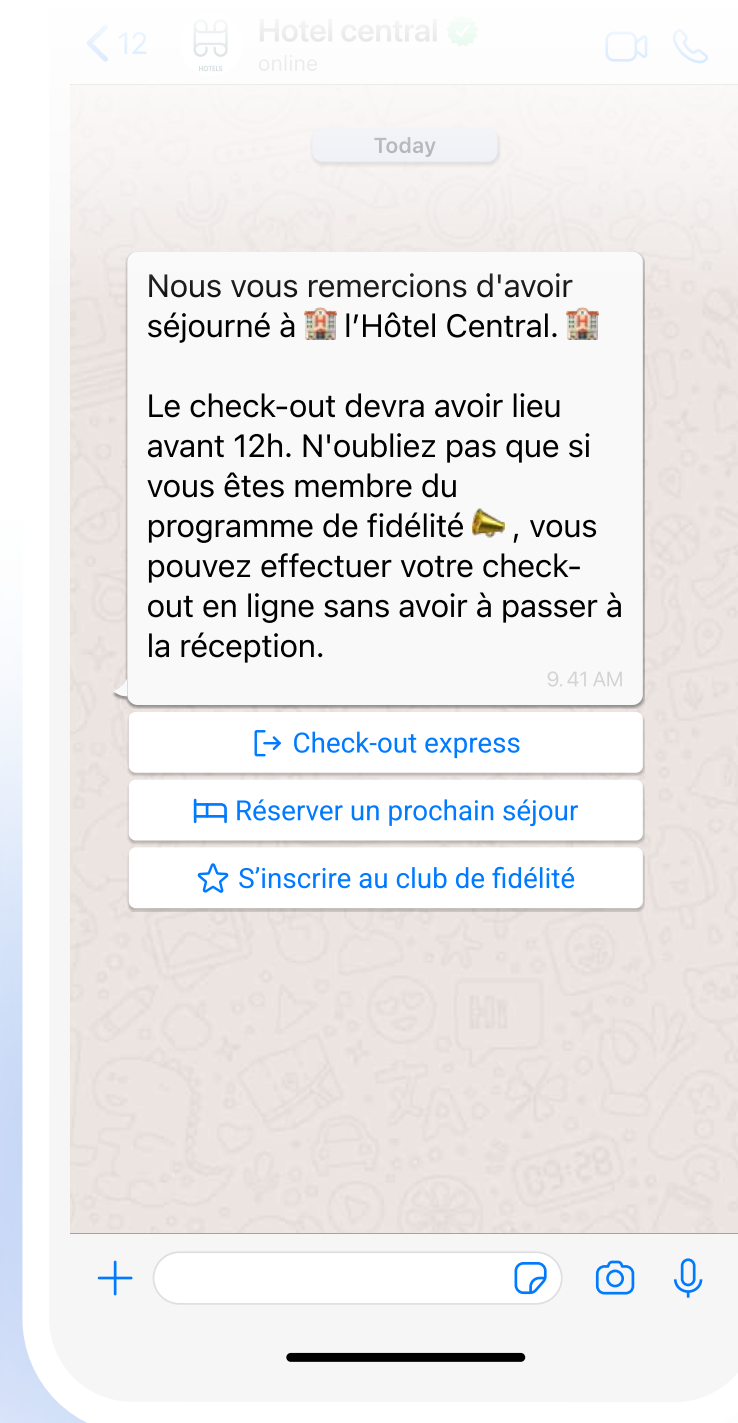
### Campagne exclusive de fidélisation ou d'upselling pour les réservations directes :



## Avant le départ

Proposer un check-out express ou sans contact aux membres du programme de fidélité est un bon moyen d'inciter les clients à s'inscrire ou au moins de les convaincre que la prochaine fois qu'ils le feront, ils devront réserver en tant que membres du programme de fidélité. Une expérience fluide pour le client lors du check-out est un excellent moyen d'assurer une impression finale positive et durable.

### Exemple 1 : Checkout simplifié exclusif grâce à l'IA



## Départ

Soulignez l'importance des commentaires clients et proposez des points bonus comme un bon moyen d'incitation. Incitez les membres fidèles à laisser des avis en échange de points de fidélité bonus ou de réductions sur certains services si vous êtes plus connu localement. Les hôtels dotés d'un spa en sont un bon exemple, puisqu'ils attirent davantage de clients régionaux ou de visites récurrentes.

### Exemple 1 : Encourager les commentaires en échange de récompenses

