

AI Hospitality

Insider

Première édition — Avril, 2024



03

Édito

Par Tiago Araújo,
CEO de HiJiffy

03

04

Success Story

Comment l'IA a
transformé le
Lamington Group

04

08

Le pouvoir de l'IA dans l'hôtellerie

Soutenir au lieu de
remplacer votre équipe 09

Utiliser l'IA pour la gestion
des réservations 11

13

Comment commencer à utiliser l'IA

Choisir la solution d'IA
idéale selon vos besoins 14

Nos 7 conseils pour
implémenter des
solutions d'IA 16

18

La meilleure solution d'IA pour votre hôtel

Solutions spécialisées VS
génériques 19

Les dernières
fonctionnalités et
innovations de HiJiffy 24

25

Dossier

Le guide des réseaux
sociaux pour l'hôtellerie :
comment créer la page de
votre hôtel et en tirer le
meilleur parti pour générer
des revenus ? 26

Contenu

Chers lecteurs, chères lectrices,



Tiago Araújo
CEO de HiJiffy

C'est avec grand plaisir que je vous présente notre toute première édition de l'**AI Hospitality Insider**, un recueil exhaustif explorant les dernières tendances et innovations qui façonnent notre industrie.

Trouver un équilibre entre les fondements traditionnels de l'hôtellerie et les avancées technologiques a toujours été une priorité au sein de l'aventure HiJiffy. On est certains que l'essence même de l'hôtellerie réside dans la personnalisation et les liens humains. Ainsi, notre approche a toujours été de renforcer ces aspects traditionnels plutôt que de les remplacer. C'est pourquoi cette première édition est entièrement dédiée à **l'intelligence artificielle dans l'hôtellerie**.

Vous y découvrirez **une success story** mettant en lumière le pouvoir transformateur de l'IA dans un contexte réel, avec un **taux d'automatisation des interactions de 97 %** et un **score CSAT exceptionnel de 87 %**. Ces résultats illustrent clairement l'impact positif des initiatives novatrices menées par le Lamington Group.

Nous explorerons également **l'équilibre crucial entre technologie et contact humain**, en soulignant notre conviction que nos solutions alimentées par l'IA sont conçues pour compléter et enrichir l'interaction humaine, **libérant ainsi le personnel hôtelier** pour se consacrer à des interactions plus personnalisées avec les clients. Parmi toutes les décisions qui peuvent être prises, cet article vous aidera à **choisir la solution d'IA idéale pour votre hôtel** et à garantir une **intégration et une adaptation fluides pour votre équipe**.

En analysant les différentes **solutions d'IA spécialisées ou génériques adaptées à vos besoins spécifiques**, notre article comparatif vise à vous fournir une information précieuse pour prendre des décisions éclairées. Pour des **conseils pratiques sur les réseaux sociaux**, nous vous proposons des idées sur la manière dont les hôtels peuvent exploiter efficacement ces canaux et adapter leurs stratégies pour répondre aux nouvelles attentes des voyageurs modernes.

Enfin, pour un aperçu plus détaillé de la **solution HiJiffy** et pour comprendre les avantages que vous pouvez en tirer grâce à notre Console, vous découvrirez ses **principales caractéristiques et ses points forts**.

Je vous invite donc à explorer ces pages et à découvrir le potentiel de l'IA.

Bonne lecture,
Tiago Araújo



Success Story

Aperçu

Pour saisir pleinement la qualité et l'efficacité d'un produit ou d'une solution, il est crucial de le voir en action. À travers cette success story, vous découvrirez comment la théorie s'applique dans la pratique. Avec un **taux d'automatisation impressionnant de 93 %** sur les conversations clients et des campagnes WhatsApp affichant un **taux d'ouverture de 87 %**, le Lamington Group illustre parfaitement le potentiel de l'intelligence artificielle conversationnelle. Venez découvrir comment HiJiffy peut vous aider à obtenir des résultats similaires !

Lamington Group

Comment le Lamington Group a atteint 93 % d'automatisation et 87 % de score CSAT grâce à l'IA conversationnelle



[Lire la success story complète](#) ↗

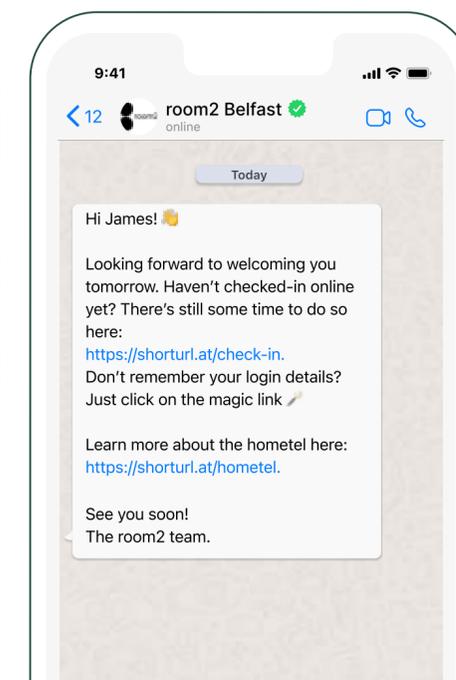
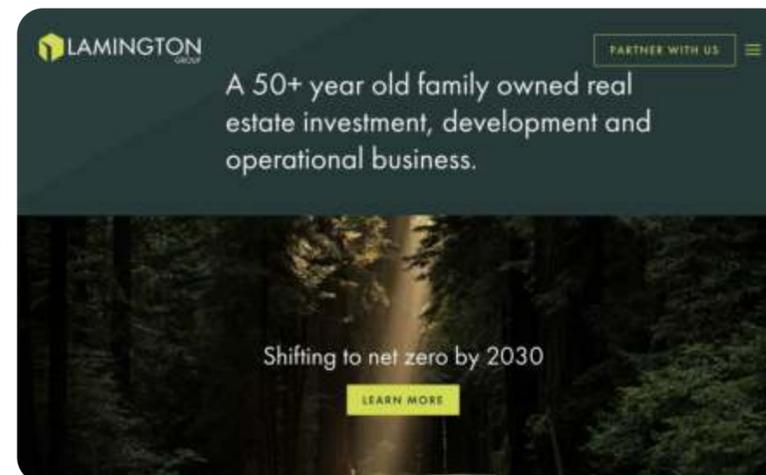
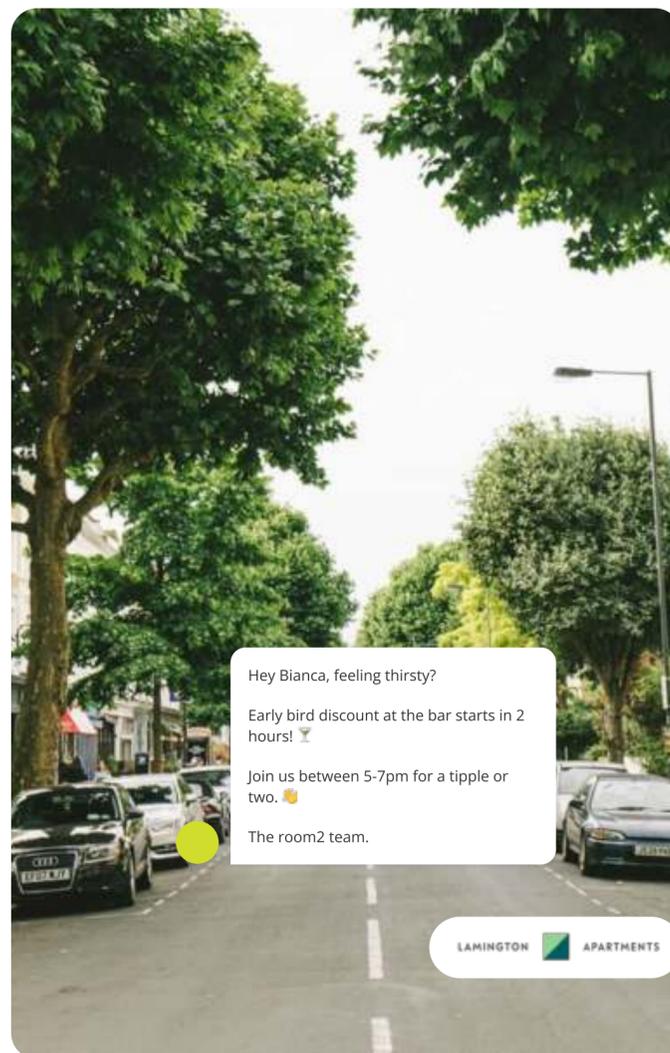


Success Story

Lamington Group

Cette étude de cas illustre le succès qu'a connu Lamington Group en déployant la solution HiJiffy dans ses **quatre hôtels room2** ainsi que dans ses **appartements avec services**. La marque a d'abord commencé avec un modèle hybride (automatisation partielle) dans l'un de ses établissements. Ayant rapidement pris confiance en l'efficacité et la précision de l'IA conversationnelle, l'équipe a décidé de passer à l'automatisation complète et d'utiliser la solution dans l'ensemble de ses établissements.

Comment le Lamington Group a atteint **93 % d'automatisation** et **87 % de score CSAT** grâce à l'IA conversationnelle



« En hôtellerie, on ne peut jamais supprimer la touche humaine. C'est la raison pour laquelle nous avons souvent peur de l'IA dans le secteur, mais nous devrions la considérer comme une extension de notre équipe, qui la soutient dans les tâches très répétitives. Elle peut prendre en charge ces tâches et laisser l'équipe faire ce qu'elle fait le mieux : améliorer l'expérience des clients. »



Alicia van Wyk
Marketing Project Manager
chez Lamington Group

Le Client : Lamington Group

Le Lamington Group est une entreprise familiale qui gère un groupe de marques dont room2, une collection d'*appart'hôtels* respectueux de l'environnement qui combinent le confort et la flexibilité d'une maison avec la sécurité et les services d'un hôtel ; Lamington Apartments, un programme d'**appartements avec services** ; et Missionworks, **une marque de coworking**. L'engagement du groupe en faveur de pratiques durables sur le plan environnemental est reconnu par la certification **B-corp**.



Success Story

Les Défis

Il était également important pour la marque de travailler avec une **solution spécialement conçue pour le secteur de l'hôtellerie**, ainsi qu'avec une entreprise qui comprend ce secteur et qui se base sur l'innovation.

Améliorer l'expérience client

Optimiser les canaux de communication au-delà de l'environnement du site web et introduire un guide automatisé de leurs établissements et services.

Automatiser les communications avec les clients

Une automatisation fiable et fluide, qu'il s'agisse de répondre aux questions avant le séjour, de favoriser les réservations directes ou de traiter les demandes pendant le séjour.

Améliorer le check-in et le check-out en ligne

Avec l'objectif d'améliorer l'expérience des clients tout en réduisant la charge de travail de l'équipe.

Les Solutions

-  Répondre aux FAQ
-  Convertir les réservations directes
-  Campagnes de check-in en ligne sur WhatsApp
-  Augmenter les recettes grâce au cross-selling
-  Augmenter les abonnements aux programmes de fidélisation
-  Envoi de campagnes de check-out



Success Story

Les Résultats

93 %

Taux d'automatisation

87 %

Taux d'ouverture

87 %

Score CSAT

Taux d'automatisation des conversations supérieur à 93 %.

Au cours des premiers mois de déploiement de la solution, **9,3 % des réservations directes** effectuées sur le site web ont été facilitées par l'IA conversationnelle dans le webchat.

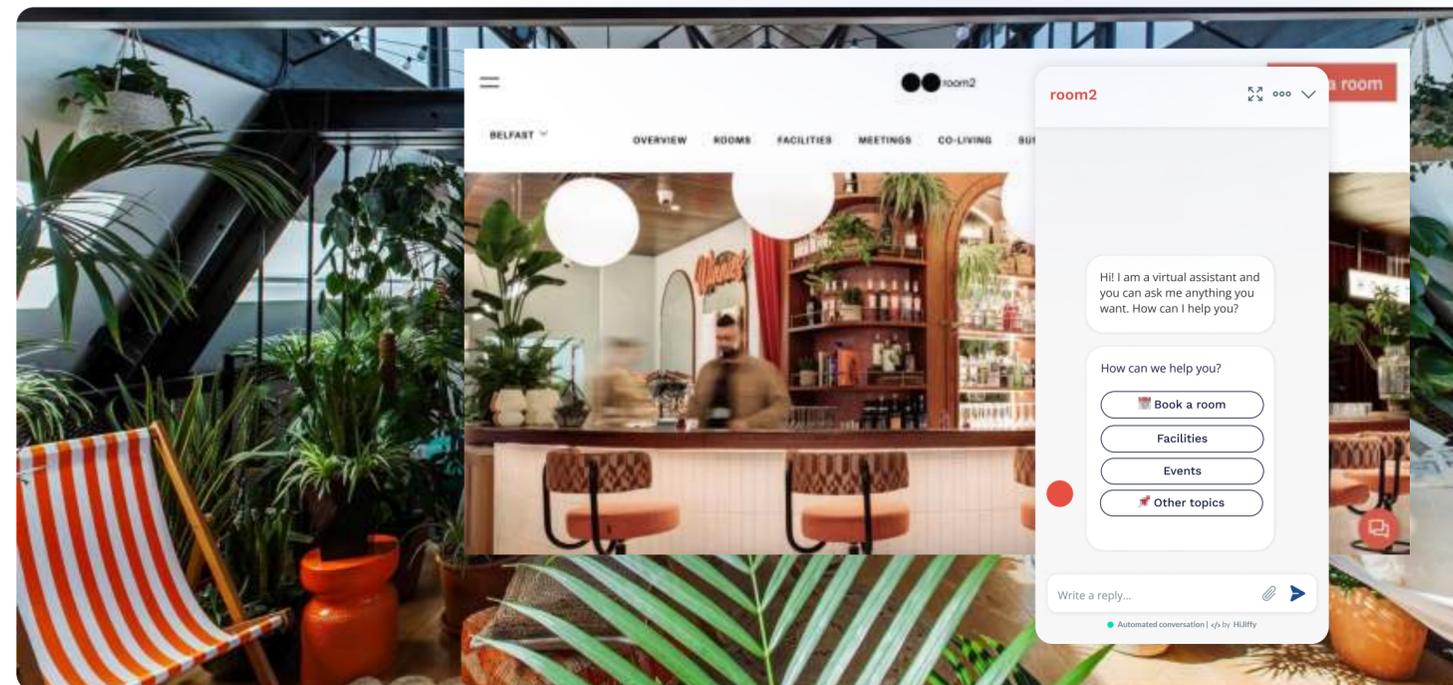
Des campagnes WhatsApp efficaces avec un taux d'ouverture de 87 %

Lamington Group a remarqué un impact positif des campagnes WhatsApp automatisées sur le nombre de check-in en ligne ou d'inscriptions au programme de fidélité.

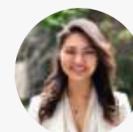
Réduction des tâches répétitives pour l'équipe tout en atteignant un score CSAT de 87 %

Après avoir fourni à l'IA des informations spécifiques sur les services et les équipements des établissements du Lamington Group, l'équipe est passée d'un modèle hybride à un modèle entièrement automatisé.

[Lire la success story complète](#)



« Le process d'implémentation a été excellent. Nous surveillons les conversations, car le chatbot ne peut répondre que dans la mesure où nous l'alimentons avec les réponses correctes aux questions fréquemment posées. Il s'agit d'un process important qui a contribué à un score CSAT élevé ainsi qu'à l'adhésion de l'équipe à la solution automatisée. »



Alicia van Wyk
Marketing Project Manager
chez Lamington Group

« L'outil a certainement réduit le nombre de messages que les équipes recevaient quotidiennement, car l'IA a permis à mes équipes de recentrer plus facilement leurs efforts sur le travail en équipe. Comme le chatbot/l'IA fait le travail pour elles, cela a également généré des revenus pour nous puisqu'il n'y a pas besoin de travail supplémentaire. Dans l'ensemble, nous nous réjouissons de ce changement qui nous fait tourner vers l'avenir. »



Will Calter
Cluster General Manager

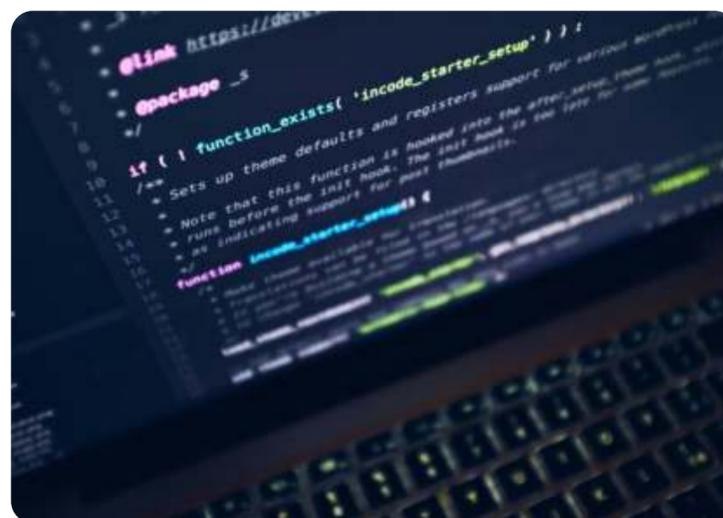


Le pouvoir de l'IA

Aperçu

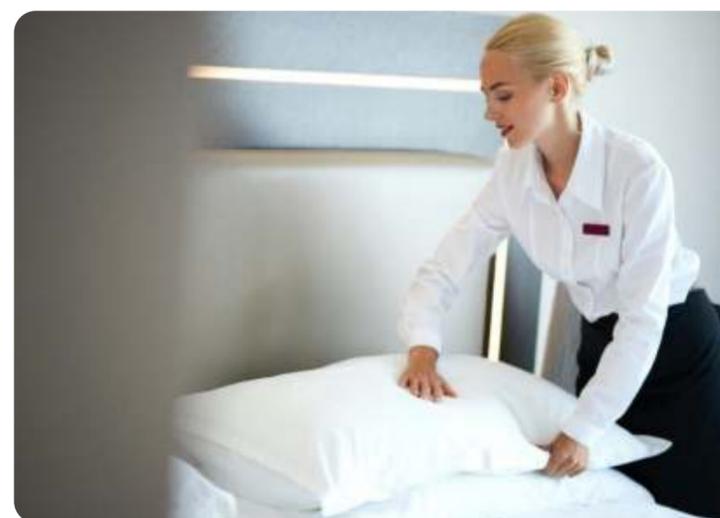
Ces dernières années, l'intelligence artificielle a eu des répercussions importantes, notamment grâce à l'automatisation des process. Bien qu'un certain scepticisme persiste, notamment en ce qui concerne la perte d'emplois, l'IA peut être un outil extrêmement précieux dans le secteur de l'hôtellerie. Cette technologie peut **alléger la charge de travail du personnel**, lui permettant de se concentrer sur des tâches plus importantes. En outre, l'IA devient une ressource cruciale, en particulier pendant les périodes de pénurie de personnel. Découvrez comment l'IA peut améliorer divers services de hôtellerie, notamment comment elle peut **aider les équipes de la gestion des réservations et du back-office.**

Le rôle de l'IA dans l'hôtellerie :
elle vient soutenir votre équipe et non la remplacer



[Lire l'article complet ↗](#)

Pénurie de main-d'œuvre dans l'industrie hôtelière : comment l'IA minimise les défis de la gestion des réservations



[Lire l'article complet ↗](#)



Le pouvoir de l'IA

Le rôle de l'IA dans l'hôtellerie : elle vient soutenir votre équipe et non la remplacer

Avez-vous déjà eu peur que l'intelligence artificielle (IA) vous remplace ? Si c'est le cas, rassurez-vous ! Cet article vous montre comment l'IA dans l'hôtellerie peut vous aider à consacrer plus de temps au principal objectif de votre travail et à être mieux organisé sans vous remplacer !

Une bonne utilisation égale une IA efficace et performante

L'intégration de l'IA dans les hôtels apporte une dynamique complexe qui a des répercussions importantes sur les résultats et l'expérience des employés. La mise en œuvre de ces technologies permet d'automatiser certaines tâches auparavant effectuées par l'homme avec le potentiel non seulement d'accroître l'efficacité, mais aussi d'améliorer la **qualité du travail des employés**.

Le concierge digital : optimisation de la main-d'œuvre

L'utilisation d'un concierge digital, tel qu'un chatbot, qui traite les demandes des clients de manière autonome 24 heures sur 24, non seulement permet une meilleure utilisation des ressources, mais **augmente également la satisfaction et la fidélisation des clients** en répondant rapidement et précisément à leurs demandes.

Au cours de la saison estivale 2023 (de juin à août), l'IA de HiJiffy a traité 1 707 204 conversations de manière autonome. Cette énorme quantité d'interactions aurait autrement été traitée individuellement et manuellement par vos collaborateurs, ce qui aurait pris du temps et des ressources.





Le pouvoir de l'IA

Augmentation du chiffre d'affaires et amélioration de l'expérience client

Planifier des vacances parfaites peut être un défi, surtout lorsque les clients potentiels sont confrontés à un flot d'informations. **Répondre rapidement et en détail à leurs questions** peut faire toute la différence entre une réservation réussie et une occasion manquée. Dans ce contexte, l'intelligence artificielle joue un rôle décisif, non seulement en répondant aux demandes en temps voulu, mais aussi en identifiant et en satisfaisant les besoins individuels. En offrant un process de réservation directe assisté par l'IA, les hôtels améliorent l'expérience de leurs clients tout en **augmentant leur chiffre d'affaires de manière significative**.

De plus, l'utilisation de l'IA dans l'industrie hôtelière ouvre de nouvelles possibilités pour **des campagnes marketing personnalisées**, ce qui permet une meilleure rétention des clients. Des messages de bienvenue automatisés contenant des offres ciblées de ventes additionnelles peuvent augmenter la valeur de chaque réservation. Parallèlement, l'inscription de clients à des programmes de fidélité grâce à l'IA permet de renforcer les liens et d'encourager les clients à revenir séjourner dans votre hôtel.

Plus de personnalisation : anticipez des besoins avant qu'ils ne soient exprimés

L'IA offre la possibilité de **traiter les données plus rapidement et d'identifier des tendances** que les humains pourraient ne pas voir. Elle peut aider à analyser le comportement et les préférences des clients et à proposer des recommandations et des services sur mesure. Grâce à l'enregistrement des données importantes de vos clients, vous pouvez créer un parcours client plus personnalisé et même répondre à des besoins qui n'ont pas encore été exprimés. Mais en fin de compte, c'est le personnel qui apporte cette touche chaleureuse et attention personnelle pour que ces expériences personnalisées se réalisent. Dans une étude d'Oracle offrant des pronostics pour le secteur de l'hôtellerie d'ici 2025, 47 % des consommateurs ont déclaré que des promotions basées sur l'IA et sur les achats antérieurs amélioreraient leur expérience.

Une solution qui vous soutient, vous et votre hôtel.

L'utilisation stratégique de l'intelligence artificielle en complément des compétences humaines permet une collaboration fructueuse. Une utilisation éthique et transparente de l'IA peut apporter des avantages considérables à votre hôtel, sans pour autant remplacer l'être humain. L'objectif de l'IA est de prendre en charge les tâches répétitives et monotones afin de donner aux collaborateurs davantage d'espace pour des interactions créatives et personnelles.

[Lire l'article complet ↗](#)



Le Hub de Communication Client de HiJiffy incarne parfaitement la philosophie derrière l'utilisation optimale de l'IA dans l'hôtellerie. Cet outil a été développé pour **aider les hôteliers à gérer les tâches répétitives et offre divers avantages grâce à l'utilisation de l'IA conversationnelle.**



Le pouvoir de l'IA

Pénurie de main-d'œuvre dans l'industrie hôtelière : comment l'IA minimise les défis de la gestion des réservations

Le département de la gestion de réservations est, comme l'indique son nom, le service responsable de la gestion des demandes de réservation d'un hôtel. Il joue un rôle crucial dans la **maximisation du taux d'occupation de l'établissement** et dans la **génération de revenus** grâce aux réservations directes. Entre autres, un service de réservation non optimal peut entraîner :

- 01 Un service client médiocre
- 02 Une perte de revenus
- 03 Une surcharge de travail et un manque d'efficacité opérationnelle

En somme, le manque de personnel dans le service de réservation de votre hôtel peut avoir de lourdes conséquences, impactant à la fois **le fonctionnement de l'équipe, la satisfaction client et les revenus de votre établissement.**





Comment résoudre ces défis **grâce à l'IA?**

Automatiser et optimiser le process de réservation.

L'un des plus gros défis pour les équipes en charge des réservations est la gestion des demandes en temps réel, surtout en période de pic d'activité. La mise en place d'une solution à base d'IA permet d'aider à gérer l'afflux de demandes, offrant une assistance client personnalisée à tout moment. L'assistant virtuel HiJiffy, non seulement est disponible 24h/7, comme il est capable de répondre dans plus de 130 langues, à plus de 85 % des demandes clients.

Éviter les *overbookings* et les erreurs

En intégrant une solution basée sur l'IA dans la gestion des réservations, vous allez réduire les risques d'overbooking et de réservation en double. Cela se traduit par une expérience client plus fluide, une réduction des erreurs, et une optimisation des revenus pour votre établissement.

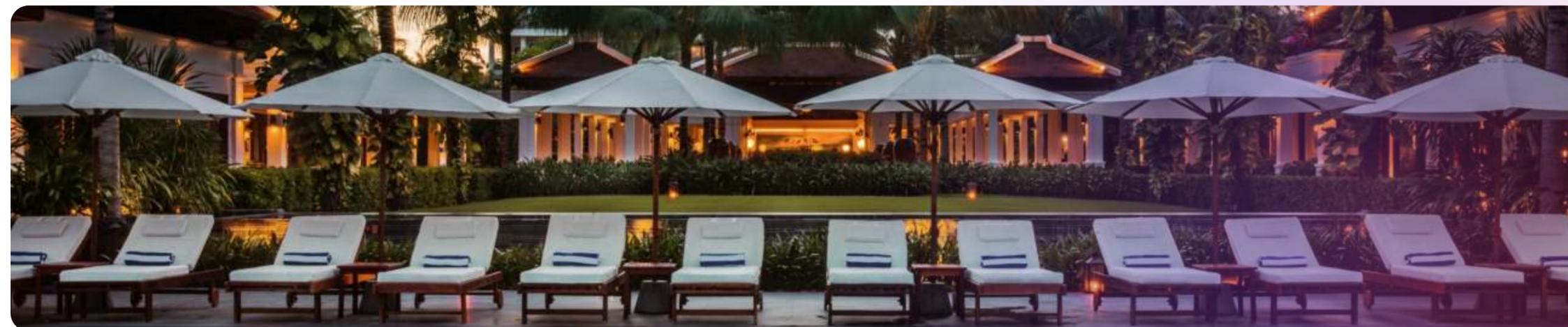
Analyser les données clients pour offrir un service personnalisé

Par exemple, elles peuvent recommander des chambres avec des caractéristiques spécifiques en fonction des préférences passées du client, ou encore suggérer des activités ou des services complémentaires qui correspondent à ses intérêts. Cela permet d'améliorer la satisfaction client, tout en boostant vos revenus grâce à [l'upselling](#).

Gérer efficacement les changements et annulations de réservations

Étant disponible 24h/24, un assistant virtuel alimenté par l'IA peut être utilisé pour gérer les demandes de modifications de réservation, en offrant une assistance rapide et efficace aux clients pour répondre à leurs besoins.

[Lire l'article complet ↗](#)





Comment commencer à utiliser l'IA

Aperçu

Vous êtes prêt à transformer la communication de votre hôtel grâce à l'IA, mais vous vous sentez perdu face à la multitude d'options disponibles ? Ou peut-être vous demandez-vous comment garantir une adoption efficace par votre équipe une fois que vous aurez trouvé la solution qui vous convient ? Alors, ne cherchez plus ! Plongez dans nos deux check-lists conçues pour vous guider vers **la solution d'IA adaptée à votre hôtel**, et assurer une **intégration sans accroc au sein de votre équipe**.

Comment choisir la solution d'IA (idéale) pour votre hôtel ?



[Lire l'article complet ↗](#)

7 astuces pour promouvoir l'adoption des outils d'IA auprès de vos équipes hôtelières



[Lire l'article complet ↗](#)



Comment commencer à utiliser l'IA

Comment choisir la solution d'IA (idéale) pour votre hôtel ?

Accélérée par la pandémie et la pénurie de personnel, l'adoption de la technologie et de l'intelligence artificielle (IA) dans l'hôtellerie est une tendance croissante. Selon le dernier rapport sur la technologie hôtelière, **70% des directeurs d'hôtels se tournent vers des outils technologiques** pour automatiser une partie de leurs opérations et améliorer l'efficacité de leurs employés.

70 %

se tournent vers des outils technologiques



Établissez quels sont vos besoins

Commencer par **comparer vos objectifs avec les fonctionnalités** offertes par la solution.

Vérifiez les possibilités d'intégration

Une fois que vous avez trouvé une solution qui répond à vos besoins, évaluez sa compatibilité avec vos logiciels hôteliers déjà existants.

Jetez un œil à l'interface et testez son degré d'intuitivité

Elle doit être **intuitive, conviviale** et améliorer la satisfaction globale de vos clients, tout en étant simple d'utilisation pour vos équipes.

Vérifiez que vous avez à disposition une équipe Customer Success dédiée et réactive

Il est important que vos équipes soient formées et accompagnées tout au long de son utilisation.



Comment commencer à utiliser l'IA

Optez pour une solution qui mesure et analyse les performances

Recherchez une solution à base d'IA qui fournit des informations et des métriques exploitables.

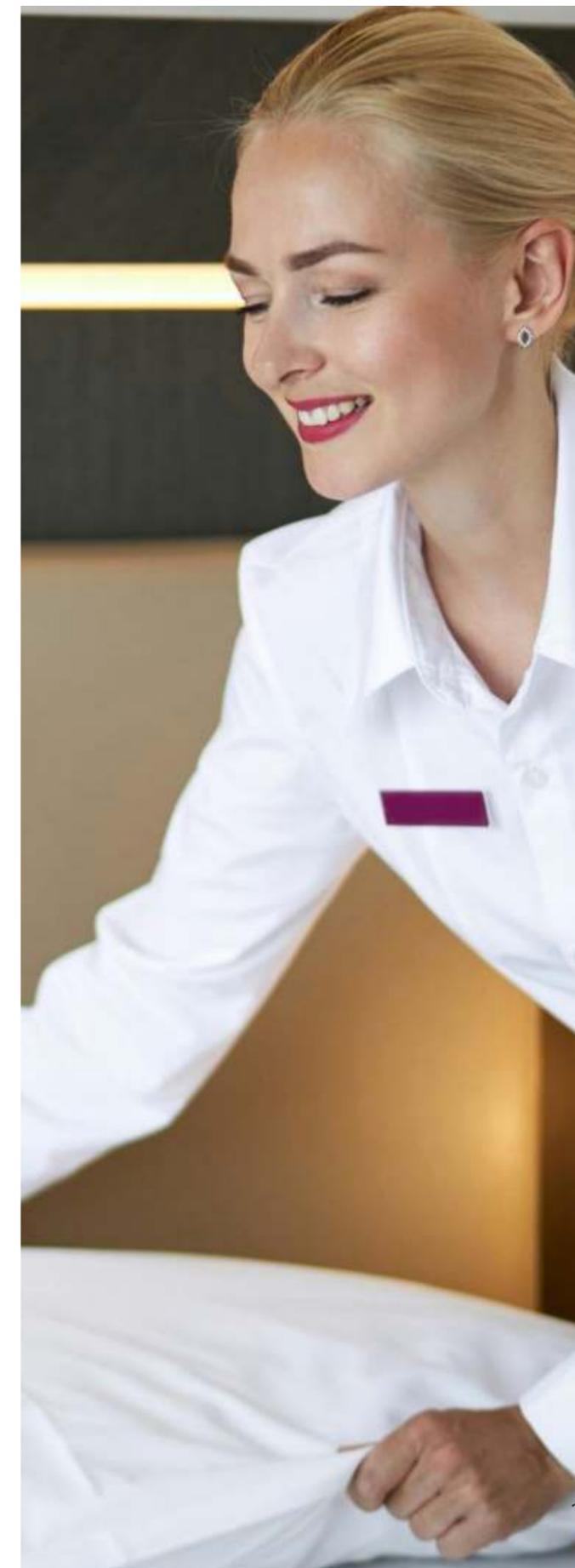
Demandez des avis et retours autour de vous

Enfin, avant de prendre votre décision finale, pensez à recueillir les avis d'hôtels qui utilisent la solution que vous envisagez. Sont-ils satisfaits ? Le **bouche à oreille** demeure la meilleure des recommandations, donc n'hésitez pas à parler de la ou les solution(s) que vous envisagez de prendre avec d'autres hôteliers pour comprendre s'il s'agit d'un bon match. Vous pouvez toujours parcourir nos [témoignages de clients](#) réels. Vous pouvez également baser votre opinion sur des **plateformes d'avis indépendantes** comme [Hotel Tech Report](#). Tout comme vous consultez TripAdvisor ou La Fourchette avant de réserver dans un restaurant, pourquoi ne pas en faire autant pour choisir votre prochain logiciel hôtelier ?

[Lire l'article complet](#) ↗



Nous sommes convaincus que HiJiffy répond à tous les critères. Découvrez comment notre solution peut être adaptée spécifiquement à votre hôtel lors d'une démo personnalisée.





Comment commencer à utiliser l'IA

7 astuces pour promouvoir l'adoption des outils d'IA auprès de vos équipes hôtelières

Obtenez le soutien de la Direction

Ressources hors budget : Veillez à ce que la Direction s'accorde sur le fait que les ressources nécessaires comprennent également du temps pour la formation et le support continu.

Engagement en faveur de l'innovation : Essayez de comprendre le niveau de prise de risque et d'expérimentation avec lequel la direction se sent à l'aise afin de vous assurer de son soutien.

Soutien visible : Demandez à ce que la solution soit activement défendue.

Définissez les grandes lignes de la nouvelle infrastructure numérique

S'appuyer sur la familiarité : D'autres outils alimentés par l'IA sont-ils utilisés dans votre hôtel ?

Remplacement des outils existants : La nouvelle solution remplace-t-elle des outils existants ?

Intégrations : Vérifiez comment la nouvelle IA s'intégrera aux systèmes existants (par exemple, votre moteur de réservation, votre PMS ou CRM) et faites-en la démonstration au reste de l'équipe.

Formez votre équipe

Une session d'introduction : Ne vous lancez pas directement dans la formation. Commencez par une perspective plus large et discutez du rôle de l'IA dans l'hôtellerie.

Offrir la possibilité de poser des questions : Dans un contexte où l'on peut exprimer ses préoccupations et clarifier d'éventuels doutes, votre équipe se sentira plus impliquée.

Fournir une formation adéquate : Veillez à prendre en compte les différents rôles et niveaux de connaissances technologiques.

Présenter des études de cas : Si le fournisseur de technologie met à votre disposition de telles ressources, présentez-les à l'équipe pour illustrer les avantages du nouvel outil.

Vos équipes **hésitent-elles à intégrer une technologie de plus dans leur journée de travail ?** Avez-vous remarqué une hésitation face à l'adoption de l'IA dans le secteur de l'hôtellerie ? Cet article propose une liste d'astuces pour une mise en œuvre réussie de l'IA dans votre hôtel.



Comment commencer à utiliser l'IA

Partagez la stratégie de déploiement

Programme pilote : Est-il préférable de commencer par mettre en œuvre l'IA dans un seul établissement afin de recueillir des informations et de procéder à des ajustements avant de l'introduire dans d'autres établissements ? Ou préférez-vous lancer la solution dans tous les établissements à la fois ?

Participation active : Veillez à ce que les nouveaux outils soient utilisés activement par tous dès le premier jour afin de les mettre à l'épreuve et de recueillir rapidement un grand nombre d'informations en retour.

Suivi : Suivez les mesures et les indicateurs de performance clés (KPI) qui déterminent la réussite de la mise en œuvre de l'outil.

Apprentissage en continu

Faites des points réguliers avec le fournisseur de la technologie : Établissez un lien entre votre équipe et le responsable du support client. Apprenez à utiliser les nouvelles fonctionnalités et optimisez votre utilisation de l'outil.

Demander l'avis de l'équipe : Les utilisateurs quotidiens de l'outil d'IA peuvent vous fournir les informations les plus précieuses pour améliorer votre utilisation actuelle ou identifier les problèmes potentiels.

Célébrez les efforts

Récompense et reconnaissance : exprimez votre appréciation pour les efforts déployés par l'équipe pour apprendre le nouvel outil.

[Lire l'article complet](#) ↗





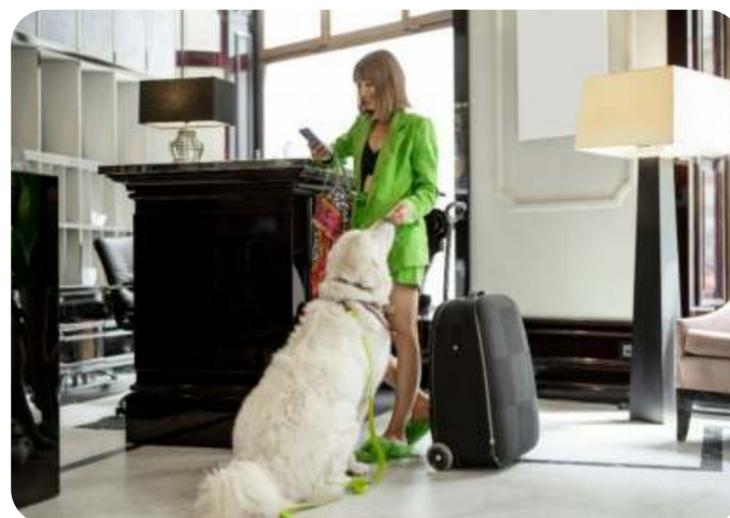
La meilleure solution d'IA

Aperçu

Une fois que vous avez exploré tous les bénéfices de l'intelligence artificielle et que vous avez pris la décision d'intégrer une solution d'IA dans votre établissement hôtelier, il ne vous reste qu'à choisir celle qui répond le mieux à vos besoins. Nous comprenons que cette décision peut être complexe, c'est pourquoi nous sommes là pour vous guider à travers **les principales fonctionnalités, tarifs, intégrations et autres caractéristiques des logiciels de communication client les plus prisés**. Même si vous utilisez déjà une solution, mais que vous avez des doutes sur son adéquation, nous vous aiderons à discerner les différences entre les solutions spécialisées et génériques, afin de vous **assurer d'offrir la meilleure expérience à vos clients**.

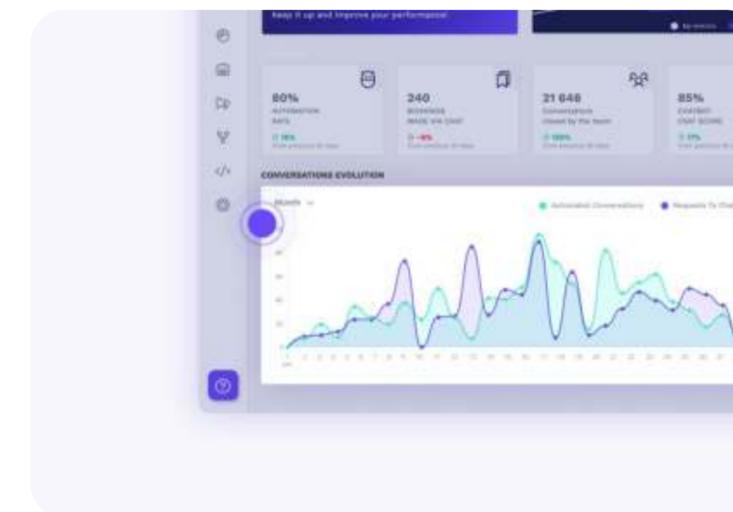
Quelle est la meilleure plateforme de communication client pour hôtel en 2024 ?

Comparaison entre les solutions spécialisées et les solutions génériques les plus populaires



[Lire l'article complet ↗](#)

Nouveautés Produit : les dernières avancées de HiJiffy



[Découvrez les fonctionnalités HiJiffy ↗](#)



La meilleure solution d'IA

Quelle est la meilleure plateforme de communication client pour hôtel en 2024 ?

Comparaison entre les solutions spécialisées et les solutions génériques les plus populaires

Découvrez pourquoi HiJiffy est la **meilleure solution** pour votre hôtel.

Dans cet article, nous avons passé au crible cinq entreprises - **Zendesk**, **Salesforce**, **Intercom**, **Drift** et **HiJiffy** - en évaluant leurs fonctionnalités, leurs intégrations et leurs prix, afin de déterminer laquelle correspond à vos priorités.



La meilleure solution d'IA

Fonctionnalités essentielles : Quels sont les points forts de chaque solution ?

Les produits **Zendesk** se divisent en deux domaines distincts : le service client et les ventes. Les fonctions essentielles du service client consistent en la messagerie, l'IA et l'automatisation et le centre d'assistance.

Salesforce propose différentes solutions basées sur le cloud, dont Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud et bien d'autres. Parmi les fonctionnalités offertes par Salesforce on retrouve la gestion des contacts et des comptes, souvent connu sous le nom de CRM (Customer Relationship Management), qui garantit l'accès aux données des clients et à l'historique des interactions.

Intercom propose un service d'assistance, un chatbot alimenté par l'intelligence artificielle et un support proactif. Le helpdesk relie la boîte de réception, les tickets et le centre d'aide en un seul endroit. Le chatbot alimenté par l'IA aide l'équipe en fournissant des réponses précises et en orientant les clients vers des collaborateurs réels si nécessaire.

Les principales fonctionnalités de la plateforme **Drift** comprennent le chat en direct, les chatbots, le marketing par email et la planification de réunions.

HiJiffy est connu et apprécié pour son chatbot hôtelier personnalisable pour communiquer avec vos clients ainsi que pour sa console qui fait office de concierge digital. Le chatbot répond automatiquement à 9 demandes client sur 10 sans intervention humaine, tout en conservant le ton de votre hôtel. Il peut également être intégré aux réseaux sociaux et à d'autres canaux. La console du Hub de Communication Client permet de créer des campagnes personnalisées, d'accéder à des tableaux de bord et à des rapports importants ou encore d'exporter des contacts.

Intégrations : Vos logiciels hôteliers peuvent-ils être intégrés ?

	1 503
	305
	150
	+80 <small>(spécifique à l'hôtellerie)</small>
	variable

1 503 intégrations sont disponibles sur le **Zendesk Marketplace**.

Le nombre exact d'intégrations de **Salesforce** peut varier, car c'est une plateforme ouverte qui permet aux entreprises de développer des intégrations personnalisées afin de répondre à des besoins spécifiques.

La plateforme **Intercom** peut être reliée à plus de 350 applications et intégrations performantes qui vous permettent un déploiement adapté à votre entreprise.

La plateforme **Drift** comprend plus de 150 intégrations natives avec des outils marketing, de vente et de CRM tels que Salesforce, Hubspot, Marketo, etc.

HiJiffy propose plus de 80 intégrations compatibles avec les différents systèmes hôteliers, notamment les moteurs de réservation, les systèmes de gestion des hôtels, les logiciels de gestion de la maintenance, les plateformes marketing, les CRM, les passerelles de paiement et de financement et les logiciels d'automatisation des services.



La meilleure solution d'IA

Prise en charge d'autres canaux : S'agit-il d'une solution omnicanale ?



Abonnement externe avec Octopods

	HiJiffy	Zendesk	salesforce	INTERCOM	DRIFT
Chat sur le site	✓	✓	✓	✓	✓
Email	✓	✓	✓	✓	✓
SMS	✓	✓	✓	✓	✓
Whatsapp	✓	✓	✓	⊕	○
Facebook Messenger	✓	✓	✓	⊕	✓
Instagram	✓	✓	○	⊕	○
Google Business	✓	○	○	⊕	○
WeChat	✓	✓	○	○	○
LINE	✓	✓	○	⊕	○
Telegram	✓	○	○	⊕	○
X (anciennement Twitter)	○	✓	○	⊕	○



La meilleure solution d'IA



Tarifs et nombre d'utilisateurs : Quel plan correspond à votre budget et à vos exigences ?

Pour comparer les tarifs, considérons une **équipe de 5 employés** :

		De 99 à 319 €
		De 275 à 575 €
		De 195 à 659 \$
		De 125 à 2 500 € (Plan Sales)
		À partir de 2 500 \$

IA générative pour l'hôtellerie : À quel point l'IA est-elle intelligente ?

Zendesk a intégré des fonctionnalités d'IA générative dans son offre afin de libérer les équipes internes des demandes répétitives. Les capacités de l'IA comprennent notamment les réponses génératives aux demandes des clients, le regroupement des appels et la réécriture de contenus.

Salesforce a introduit l'IA pour l'automatisation dans tous les domaines, mais les capacités spécifiques de l'IA générative peuvent être limitées. La solution Einstein comporte un supplément et n'est ni spécialisée dans l'hôtellerie ni entraînée d'avance.

Le chatbot alimenté par l'intelligence artificielle d'**Intercom** promet de répondre instantanément à 50 % des questions grâce à des conversations avec un langage naturel, mais facture 0,99 € par question résolue.

Drift utilise l'IA et l'apprentissage automatique pour comprendre les intentions des clients, mener des conversations significatives et recommander les meilleures réponses.

L'IA de **HiJiffy** peut traiter automatiquement les demandes, gérer les réservations directes et assister les clients tout au long de leur séjour. Avec plus de 200 sujets spécifiques issus de FAQ spécialisées dans le domaine de l'hôtellerie, votre chatbot est parfaitement entraîné. L'IA conversationnelle de HiJiffy répond à 85 % des questions posées par les clients, un chiffre impressionnant qui est dû à notre expertise sectorielle et à une base de données contenant des informations spécifiques.

L'IA de HiJiffy
+200 sujets de FAQ
 Répond à **85%** des questions posées par les clients



La meilleure solution d'IA

Multi-établissements : Gestion de plusieurs établissements hôteliers

	✓
	✗
	✗
	✗
	✗

Cet attribut est propre à **HiJiffy**, car tant le chatbot de l'hôtel que le concierge digital ne sont ni facturés ni déployés par collaborateur ou par équipe, mais peuvent également être utilisés par les différents établissements de l'hôtel. Nous vous invitons à découvrir comment Hotel Gran Bilbao ou encore Kora Living gèrent deux établissements chacun avec notre solution. Cela vous permet de réduire vos coûts et de maximiser vos **ventes dans autant d'établissements hôteliers que vous le souhaitez, d'envoyer des campagnes personnalisées ou de répondre à des questions spécifiques à chaque établissement**. Vous pouvez ainsi vous détendre et consacrer toute votre attention aux tâches qui sont plus importantes.



Langues: 你好

	+130
	45
	20
	17
	4

Le chatbot **Zendesk** prend en charge plus de 20 langues, Salesforce offre une prise en charge de plus de 17 langues pour ses bots Einstein, et le chatbot IA d'Intercom est disponible dans 45 langues.

Pour **Drift**, le nombre de langues prises en charge pour le chatbot n'est pas spécifié. Les informations disponibles concernent principalement le support linguistique par email en anglais, allemand, espagnol et français.

Le chatbot **HiJiffy** peut répondre dans plus de 130 langues. Ce support linguistique étendu permet d'atteindre et de servir un large éventail d'utilisateurs dans le monde entier. Vous n'avez pas à vous inquiéter si les clients venant du monde entier se sentent bien chez vous.

Les besoins spécifiques des hôtels exigent une solution adaptée

Selon notre analyse de différents fournisseurs, alors que Zendesk, Salesforce, Intercom et Drift proposent des solutions très diversifiées pour différents secteurs, **HiJiffy comprend les défis uniques du secteur** et propose des fonctionnalités sur mesure visant à optimiser la communication entre les hôtels et leurs clients.

[Lire l'article complet ↗](#)



La meilleure solution d'IA

Bienvenue dans notre rubrique des "Nouveautés Produit", où nous vous présentons les dernières avancées et les mises à jour remarquables de la solution HiJiffy. Notre équipe d'experts en intelligence artificielle consacre un temps considérable et met tout en œuvre pour garantir une amélioration continue, afin de vous offrir la solution la plus performante possible.

Vous y découvrirez non seulement les toutes dernières fonctionnalités, mais vous aurez également une vision approfondie de l'étendue et de la **profondeur des capacités offertes par la solution HiJiffy.**

[Explorez les fonctionnalités HiJiffy ↗](#)

🔍 Search Product Highlights...



Chatbots

Votre configuration personnalisée

[En savoir plus](#)



Widgets

Personnalisez l'interface pour vos utilisateurs

[En savoir plus](#)



Canaux

Simplifiez la communication avec vos clients

[En savoir plus](#)



Campagnes

Faites passer vos campagnes marketing au niveau supérieur.

[En savoir plus](#)



Rapports

Des informations exploitables.

[En savoir plus](#)



Boîte de réception

Optimisez la gestion de la communication avec vos clients.

[En savoir plus](#)



Assistant IA de rédaction

Adaptez et améliorez vos messages grâce à l'IA pour gagner du temps.

[En savoir plus](#)



Analyse des sentiments

Découvrez les émotions de vos clients lors de l'évaluation de leurs avis

[En savoir plus](#)



Dossier

Aperçu

Désormais, maîtriser les réseaux sociaux est devenu essentiel pour tout hôtelier ambitieux. Cependant, exploiter pleinement les réseaux sociaux pour accroître la visibilité et stimuler les revenus de votre établissement peut s'avérer être un défi de taille. Mais pas de panique !

Notre guide spécialisé pour les hôteliers regorge de conseils d'experts et de stratégies indispensables pour transformer la présence en ligne de votre établissement en une véritable machine à générer des profits.

Le guide des réseaux sociaux pour l'hôtellerie : comment créer la page de votre hôtel et en tirer le meilleur parti pour générer des revenus ?



[Lire l'article complet ↗](#)



Le guide des réseaux sociaux pour l'hôtellerie : comment créer la page de votre hôtel et en tirer le meilleur parti pour générer des revenus ?

Ce guide des réseaux sociaux spécialisé dans le secteur de l'hôtellerie vous accompagne de manière experte à travers les étapes essentielles, vous permettant ainsi de tirer pleinement profit de ces plateformes. Entre autres, cette publication répondra aux questions suivantes :

Quel est l'impact des réseaux sociaux dans l'hôtellerie ?

Comment créer et optimiser les réseaux sociaux de votre hôtel ?

(Facebook, Instagram et Google Business Profile)

Comment en tirer parti pour booster vos revenus ?

L'impact des réseaux sociaux dans l'industrie hôtelière

En 2023, les réseaux sociaux rassemblent 4,88 milliards d'utilisateurs actifs dans le monde, représentant ainsi 60,6% de la population mondiale (BDM, 2023). Dans l'industrie hôtelière et du tourisme, les réseaux sociaux ne se limitent plus à être de simples plateformes de partage de souvenirs photos, ils deviennent progressivement des **moteurs de recherche à part entière pour la planification des voyages.**

Être activement présent sur les réseaux sociaux représente un avantage stratégique majeur dans le secteur de l'hôtellerie, susceptible d'accroître significativement l'attraction de votre hôtel auprès des voyageurs. Cependant, la simple présence ne suffit pas.

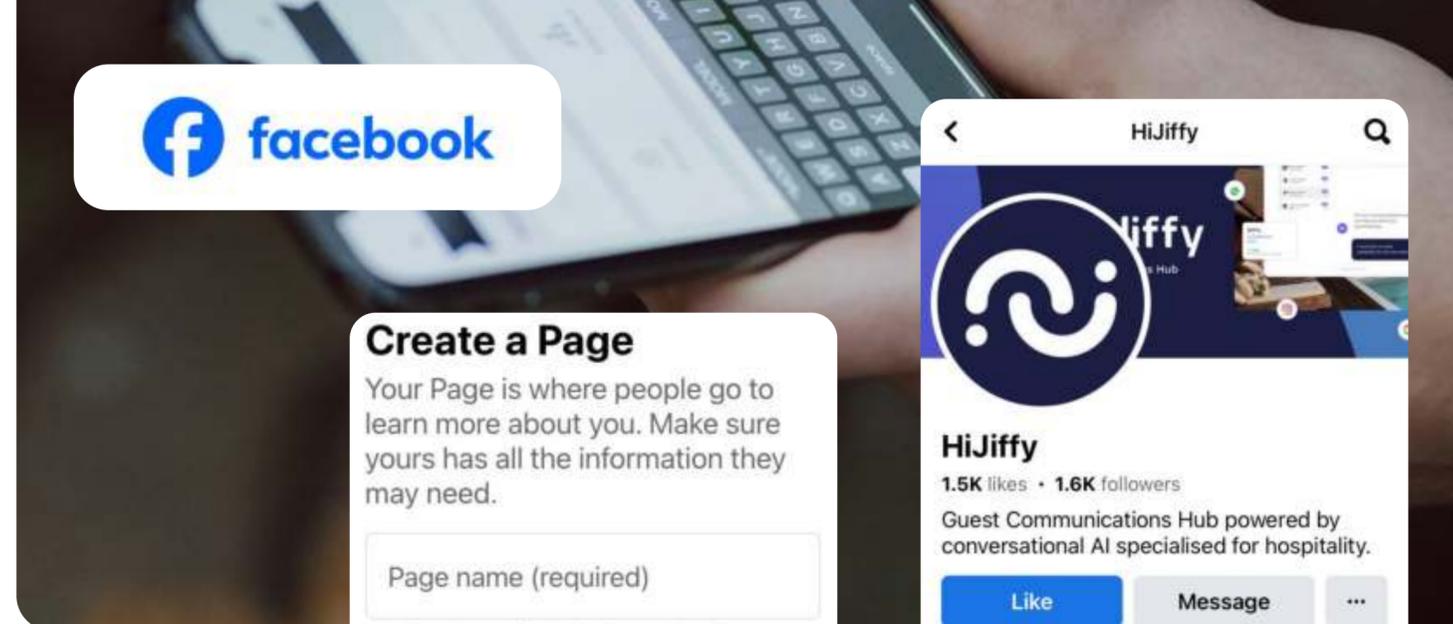


Dossier

Comment créer et optimiser les réseaux sociaux de votre hôtel ?

Facebook

Facebook demeure la principale plateforme de réseaux sociaux. Avec 40 millions d'utilisateurs actifs mensuels rien qu'en France ([Digimind](#), 2023), vos clients potentiels sur Facebook sont significatifs et nécessitent une attention particulière.



Publiez régulièrement du contenu visuel attrayant et engageant. Partagez des photos et des vidéos de qualité mettant en valeur les caractéristiques uniques de votre hôtel, comme la vue panoramique, les chambres élégantes ou encore les expériences uniques que vous proposez.

Utilisez des hashtags pertinents et taguez d'autres pages pour augmenter votre visibilité. Utilisez des hashtags pour indiquer des mots-clés et toucher des personnes intéressées par ce sujet. Vous pouvez éventuellement rejoindre des groupes Facebook et y partager vos publications. Mais attention, évitez le spam !

Diversifiez le contenu proposé. Ne vous limitez pas à publier des photos et des vidéos, explorez les différentes fonctionnalités offertes par Facebook, telles que la création d'événements, de sondages et de vidéos en direct, pour diversifier votre contenu et attirer l'attention.

Interagissez avec votre audience. Soyez réactif aux commentaires et aux messages directs. La rapidité de réponse renforce la relation avec vos clients potentiels et améliore la crédibilité de votre établissement. Pour cela, vous pouvez avoir recours à des solutions à base d'intelligence artificielle (IA) et ainsi automatiser le traitement de plus de 90% de vos messages entrants. Une autre façon d'augmenter l'interaction avec votre audience est de proposer des réductions exclusives ou des concours. Cela incitera l'engagement et encouragera les utilisateurs à partager votre page.

Mettez régulièrement à jour votre page avec des informations pertinentes sur les événements à venir, les promotions et les différents services que vous proposez : restaurant, spa, workshops, etc.

[Lire l'article complet ↗](#)



Instagram

Avec 2 milliards d'utilisateurs à l'échelle mondiale, Instagram est le troisième réseau social le plus populaire au monde, derrière Facebook et YouTube. Pour l'industrie hôtelière, Instagram revêt une importance stratégique, émergeant comme le réseau social par excellence pour susciter l'envie de voyager chez ses abonnés.

En effet, selon le dernier rapport de [Kolsquare](#), cette plateforme concentre 63% des engagements dans le secteur du voyage et le hashtag #travel à lui seul regroupe plus de 674 millions de publications.

Misez sur les Reels. Les vidéos courtes sont essentielles dans le secteur du voyage, offrant un storytelling impactant avec le taux d'engagement le plus élevé : 3,4%, contre 2% pour un post ([Kolsquare](#), 2023).

Favorisez la proximité avec les Stories. Créez un lien direct avec vos abonnés grâce aux Stories, moins virales que les reels mais propices à entretenir une relation proche avec votre audience. D'ailleurs, pensez à varier les formats pour un bon équilibre entre engagement et viralité.

Utilisez toujours des hashtags. Les publications qui en contiennent suscitent 12,6% d'engagement en plus que celles sans hashtag ([Sprout Social](#), 2023).

Exploitez les balises de localisation. Renforcez votre visibilité en utilisant des balises de localisation. Les posts qui en comportent ont 79% de chances supplémentaires d'être vus que les posts qui n'en comportent pas ([Jemsu](#), 2023).

Créez des espaces "instagrammables". Aménagez des espaces dans votre hôtel pour des selfies et des photos de groupe, encourageant ainsi le partage spontané par vos clients.

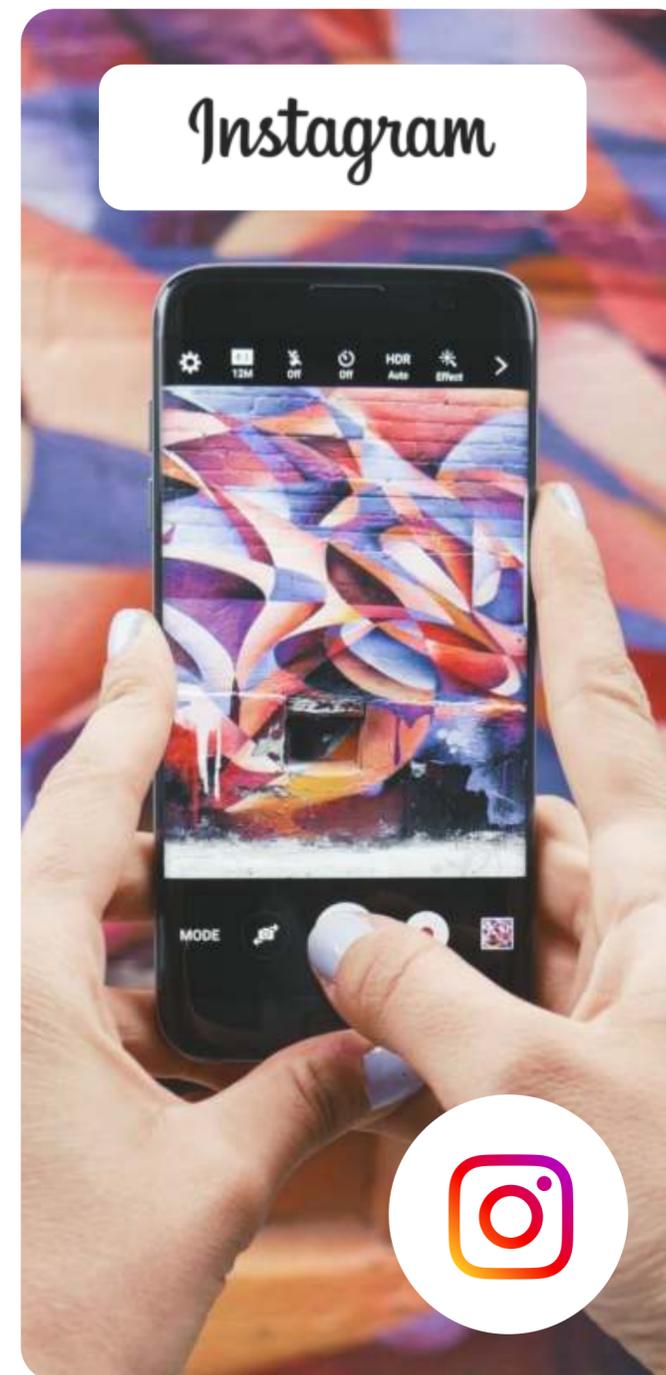
Créez un hashtag spécifique et encouragez vos clients à l'utiliser. Cela vous permettra de savoir combien de personnes parlent de votre hôtel ou partagent votre contenu et, surtout, de créer un répertoire photo et vidéo facilement accessible par les personnes intéressées par votre hôtel.

Repartagez les publications de vos clients. Le contenu généré par vos clients est une publicité gratuite pour votre établissement.

Analysez les statistiques. Utilisez les statistiques de votre profil professionnel pour comprendre votre audience et adapter votre contenu en conséquence.

Promouvez vos publications les plus performantes. Identifiez et promouvez directement depuis l'application mobile vos publications les plus performantes pour atteindre une audience élargie.

[Lire l'article complet ↗](#)





Dossier

Google Business Profile (anciennement Google My Business)

Google Business Profile (GBP), anciennement Google My Business, est un outil incontournable pour les hôteliers, offrant une gestion complète de leur présence en ligne sur les plateformes Google, notamment le moteur de recherche (Google Ads inclus) et Google Maps. La création d'une fiche GBP constitue un levier stratégique essentiel, boostant la visibilité de votre établissement et favorisant les réservations directes : plus de la moitié des interactions avec le profil GBP génèrent des visites sur le site web ([The Media Captain, 2023](#)) et plus de 5% des consultations aboutissant à une conversion ([Search Engine Journal, 2019](#)).

Assurez-vous que la fiche GBP de votre hôtel présente l'ensemble des éléments suivants :

Titre. Il s'agit du nom de votre établissement.

Description. Ajoutez une description concise mais mettant en avant les points forts de votre hôtel.

Catégorie principale et catégories secondaires. Définissez soigneusement la catégorie principale de votre établissement (hôtel) ainsi que les catégories secondaires pour une description précise de votre activité.

Horaires. Incluez vos horaires d'ouverture habituels ainsi que ceux des jours fériés. Cela est apprécié par Google.

Adresse. Vérifiez que votre adresse est correcte et à jour.

Services et description des services. Décrivez les services offerts par votre hôtel de manière détaillée.

FAQ. Exploitez la section des questions et réponses pour anticiper les interrogations fréquentes de vos futurs clients.

Fonction de messagerie. Activez la fonction de messagerie pour faciliter la communication avec vos clients.

Attributs. Précisez tous les services supplémentaires, comme l'accessibilité en fauteuil roulant, le parking, et les moyens de paiement acceptés dans votre établissement.

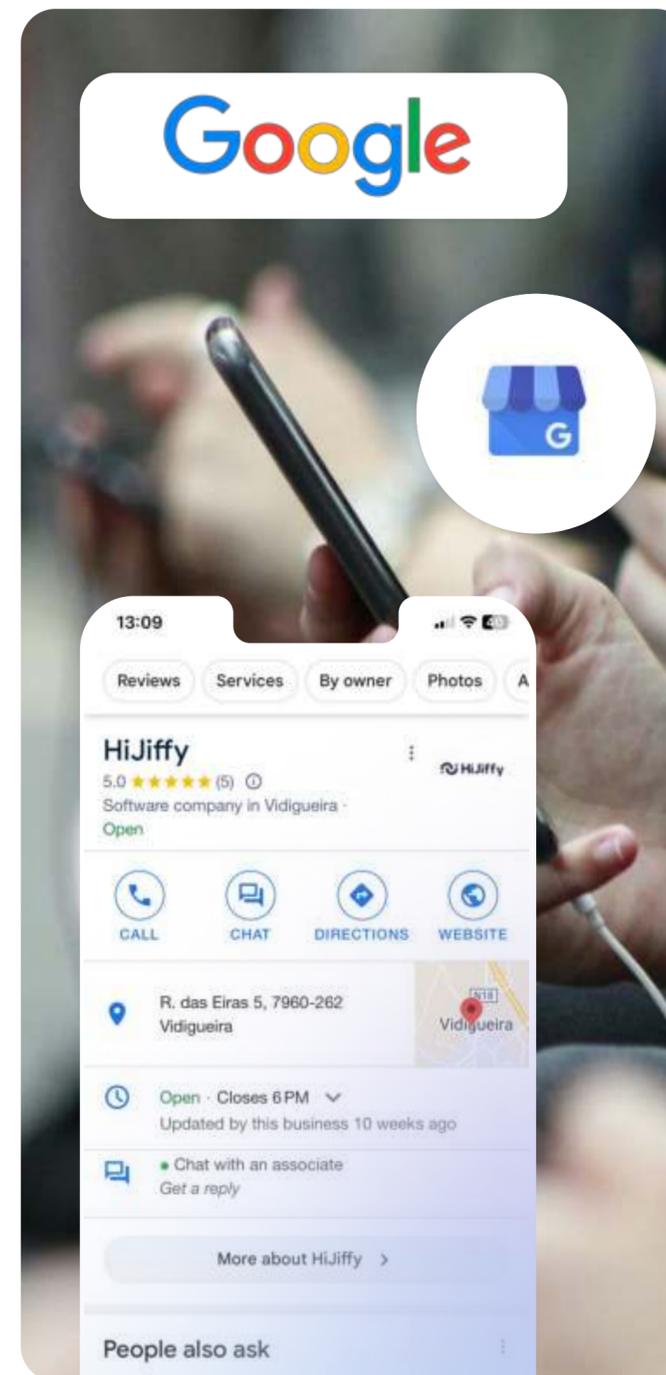
Photos ou vidéos de votre établissement. Ajoutez des médias de qualité pour enrichir votre fiche, suscitant la confiance et augmentant l'engagement des utilisateurs : les entreprises dont la fiche comporte des photos reçoivent 42% de demandes d'itinéraires supplémentaires et 35% de clics en plus que celles qui n'en ont pas ([Thrive, 2021](#)).

Enfin, voici deux recommandations bonus qui permettront de vous démarquer de la concurrence :

Publiez des Google posts pour annoncer des événements spéciaux, des offres, des réductions, ou d'autres services particuliers directement depuis Google.

Ajoutez les liens vers vos réseaux sociaux pour établir une passerelle directe vers vos plateformes de partage de contenu, renforçant ainsi votre présence en ligne.

[Lire l'article complet ↗](#)





Comment tirer parti des réseaux sociaux pour booster vos revenus ?

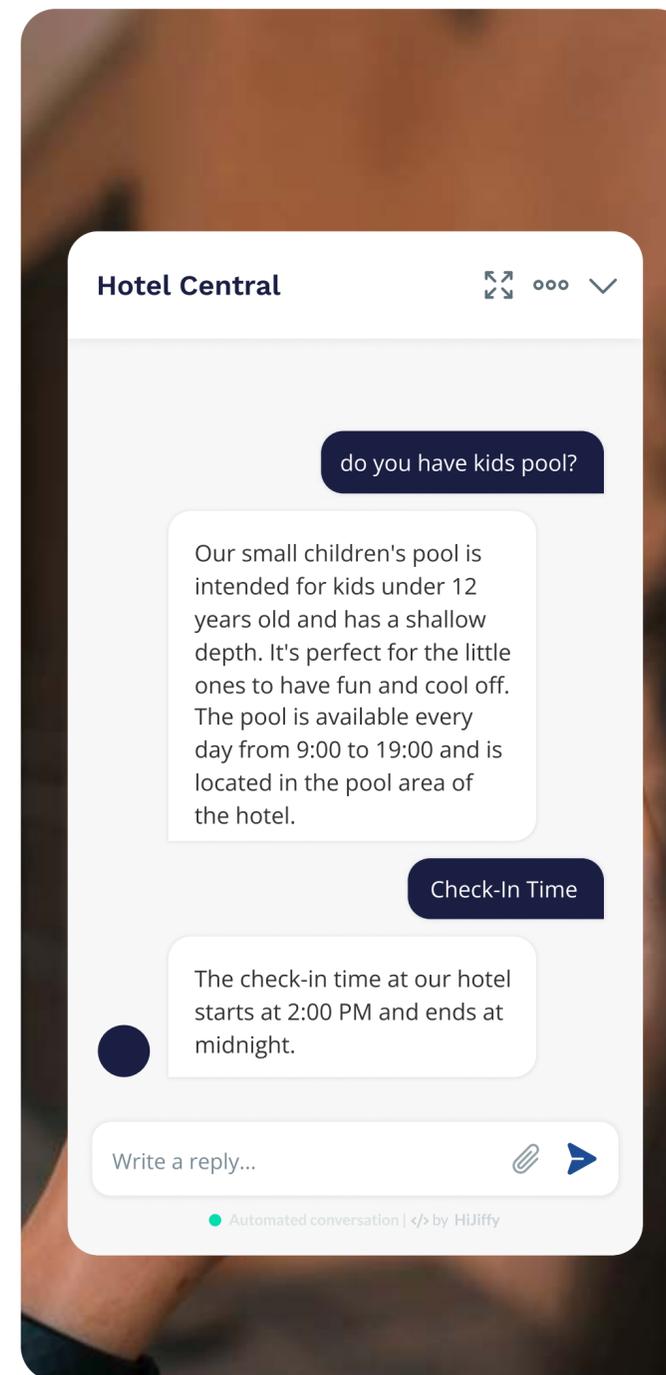
L'application de l'IA dans le secteur hôtelier offre des avantages indéniables pour maximiser votre chiffre d'affaires. Voici deux points clés à considérer pour transformer vos réseaux sociaux en véritables moteurs de revenus :

Une interaction instantanée et personnalisée avec vos clients

Une fois que vos réseaux sociaux optimisés et attractifs ont capté l'attention des voyageurs, ces derniers vont chercher à en savoir plus sur les aménagements de votre hôtel, les politiques ou encore les services spéciaux offerts, comme le démontre l'étude de HiJiffy publiée en 2023 sur les principales questions des clients des hôtels. Intégrer un chatbot se révèle alors essentiel pour répondre à plus de 80% des demandes clients de manière autonome, 24h sur 24 et 7 jours sur 7. Ces chatbots performants peuvent être déployés non seulement sur le site web de votre hôtel, mais aussi sur ses réseaux sociaux, tels que Facebook Messenger, Instagram, Google Business Profile et d'autres plateformes de messagerie.

De plus, les chatbots jouent un rôle clé dans la collecte rapide et efficace des données clients. Cette fonctionnalité permet non seulement de répondre de manière proactive aux besoins des clients mais également de proposer des recommandations personnalisées alignées sur leurs préférences. En entretenant l'intérêt des clients à travers des interactions pertinentes, vous augmentez considérablement les chances de conversion vers la réservation.

Choisissez une solution centralisant toutes les interactions clients dans une boîte de réception omnicanale. Cette approche simplifie radicalement le process, en éliminant le jonglage entre différentes plateformes pour répondre aux demandes clients. Résultat : une charge de travail allégée pour votre personnel, une gestion plus efficace des demandes et une réponse rapide et cohérente, le tout, depuis une seule plateforme.

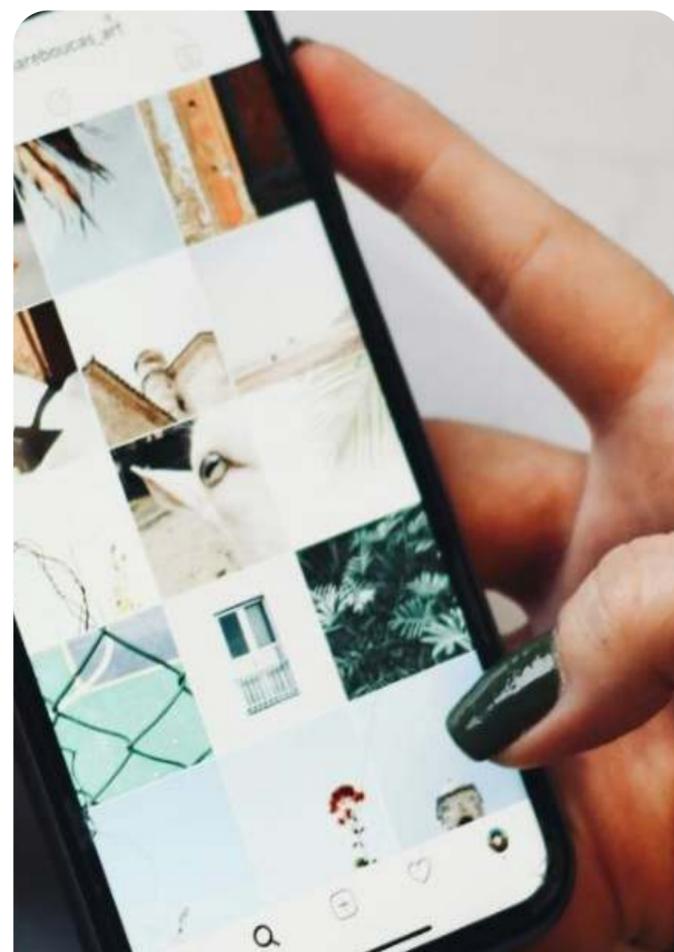




Simplification du process de réservation et augmentation de la conversion

Une fois que vous avez répondu à toutes les questions de vos futurs clients, facilitez-leur le process de réservation en offrant la possibilité de le faire directement via les réseaux sociaux qu'ils utilisent. D'après les données de [WebFX](#), plus de la moitié des hôtels ont adopté un moteur de réservation ou un widget sur leur page Facebook afin de simplifier le process de réservation. Cette approche élimine le besoin de passer sur d'autres interfaces, comme votre site web, pour finaliser une réservation, entraînant ainsi une amélioration significative de votre taux de conversion, et par conséquent, de votre chiffre d'affaires.

L'idéal c'est de vous procurer une solution à base d'IA qui s'intègre facilement avec votre moteur de réservation et votre PMS : cela vous permet d'afficher efficacement la disponibilité et les tarifs de vos chambres. La solution omnicanale HiJiffy s'intègre parfaitement avec les principaux logiciels hôteliers du marché, simplifiant l'implémentation du chatbot sur vos réseaux sociaux.



Synthèse des idées clés :

Créer des réseaux sociaux pour votre hôtel est indispensable pour renforcer votre visibilité et vous démarquer de vos concurrents. Mais il ne suffit pas d'être présent sur ces plateformes, il faut les optimiser pour les rendre facilement accessibles et attractives.

Au-delà de leur rôle de vitrine, les réseaux sociaux représentent une réelle opportunité d'accroître vos revenus et de stimuler le chiffre d'affaires de votre établissement.

L'IA est un outil puissant pour vous aider à booster vos revenus sur les réseaux sociaux, en facilitant l'interaction instantanée et personnalisée avec vos clients et en simplifiant le process de réservation.

L'intégration d'un chatbot spécialisé en hôtellerie, utilisant l'IA conversationnelle, permet de traiter efficacement plus de 80% des questions de vos futurs clients directement sur leurs réseaux sociaux préférés. Optez pour une solution centralisée, telle que la Console HiJiffy, qui vous offre la flexibilité de gérer l'ensemble des messages entrants provenant de divers réseaux sociaux à partir d'une unique plateforme.

Rendez-vous dans la
prochaine édition pour
de nouveaux insights
sur l'hôtellerie !

[Réserver une démo ↗](#)

Connectons-nous !

info@hijiffy.com

+351 21 123 0217

hijiffy.com/fr

