

The logo for Sunlife, featuring the word "sun" in a bold, orange, sans-serif font and "life" in a thin, orange, cursive font, all contained within a white rounded rectangle.

sunlife

The HiJiffy logo, consisting of a white circular icon with a stylized 'i' and 'j' inside, followed by the word "HiJiffy" in a white, bold, sans-serif font.

HiJiffy

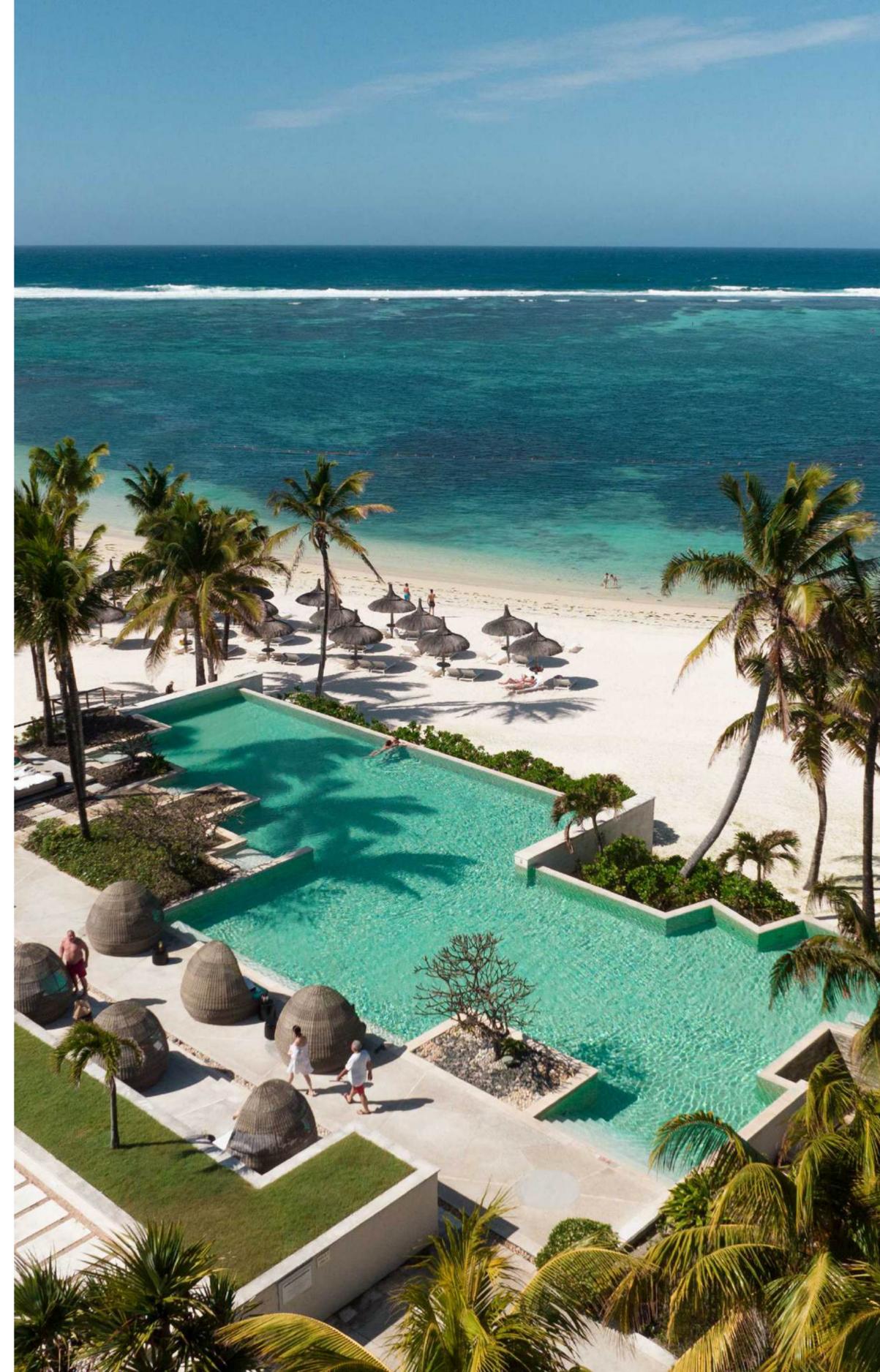
# Témoignage Client

Comment un groupe hôtelier à l'île Maurice génère 494 000 € de réservations directes grâce à un assistant de réservation IA

# sunlife

Depuis près de 50 ans, les resorts Sunlife **contribuent à faire de l'île Maurice une destination** reconnue pour ses expériences chaleureuses et authentiques. Lorsque le groupe a évolué de Sun Resorts à Sunlife en 2022, il a renouvelé une promesse qui fait revenir génération après génération de voyageurs : aider chaque hôte à « **prendre vie** » grâce à des moments soigneusement orchestrés, un service sincère et une connexion profonde avec la culture locale.

Mais à mesure que les attentes des voyageurs grandissaient, les équipes de Sunlife devaient relever de nouveaux défis. Aujourd'hui, les clients s'attendent à obtenir des réponses rapides et claires, sur le canal de leur choix. Les équipes de réservation et d'hôtel se sont retrouvées à devoir **concilier cette exigence de réactivité avec la touche personnelle** qui rend l'hospitalité mauricienne si unique. En s'associant à HiJiffy, Sunlife a trouvé un moyen plus intelligent et plus efficace d'accompagner ses clients, tout en libérant ses équipes pour qu'elles puissent se concentrer sur ce qui compte vraiment : créer des souvenirs inoubliables.





#comealive Tournois de Golf

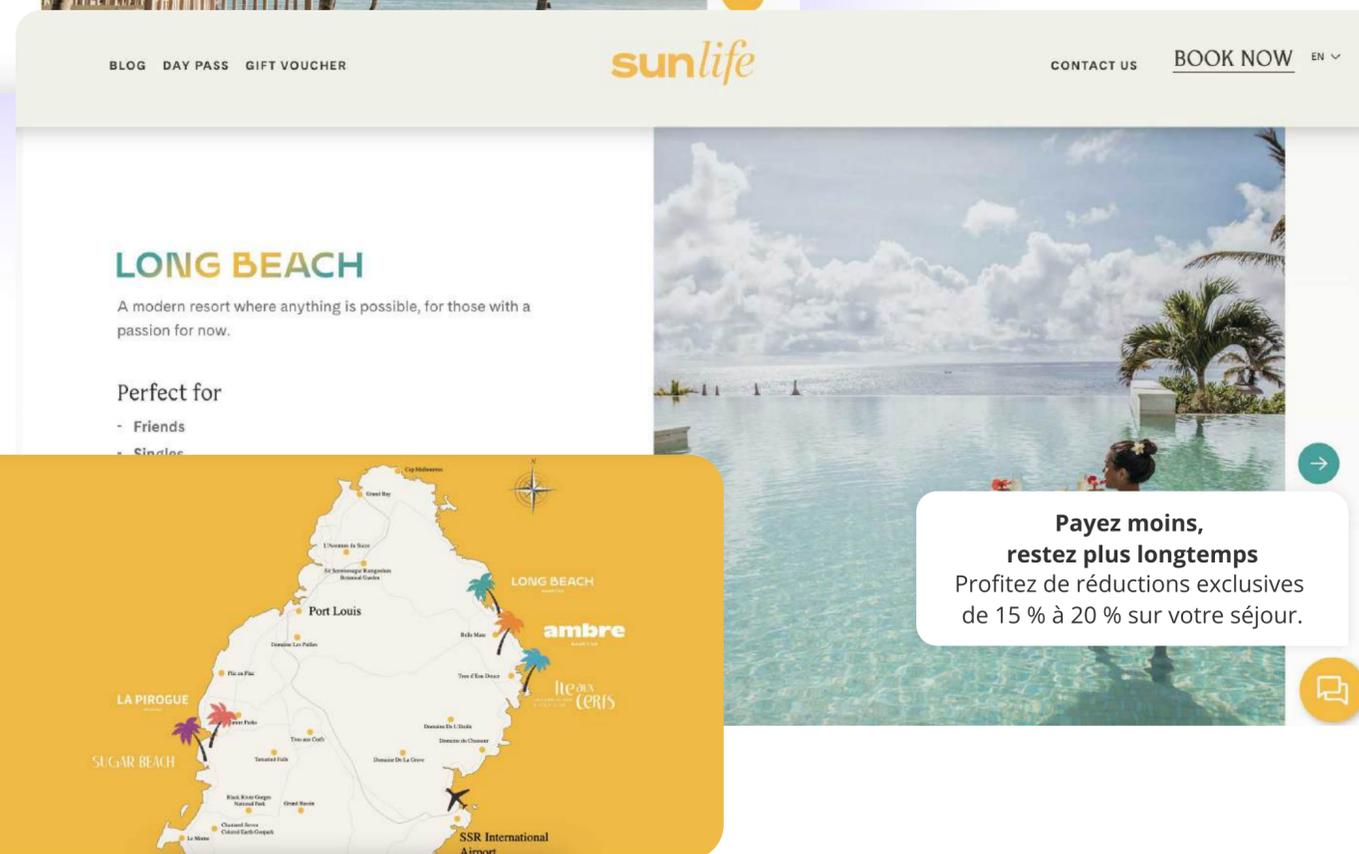
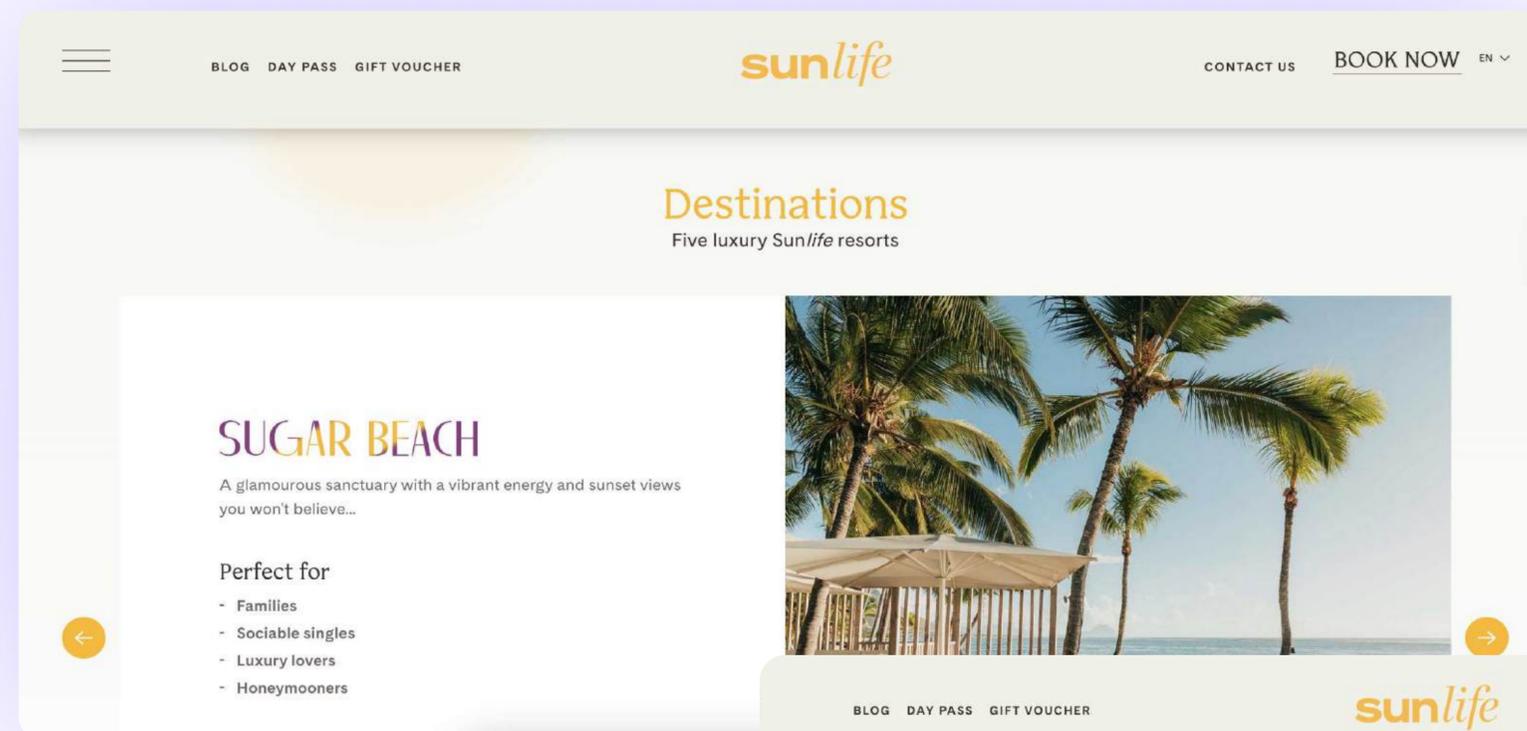


Mariages & Lunes de Miel



## Le Client: *sunlife*

Fondé en 1976, Sunlife est l'un des groupes hôteliers les plus établis de l'île Maurice. **Son premier resort, La Pirogue Mauritius, s'apprête à fêter son 50e anniversaire**, témoignage de décennies de dévouement au service et à l'authenticité. Le portefeuille du groupe compte cinq resorts emblématiques : **Sugar Beach, La Pirogue, Long Beach, Anahita (nouvellement intégré) et Ambre**, chacun offrant une atmosphère et des expériences distinctes.



LA PIROGUE

ambre

ILE AUX  
CERFS  
GOLF CLUB

ANAHITA  
GOLF CLUB

5

stations  
distinctives

Contrairement à de nombreuses marques hôtelières qui reproduisent le même concept partout, Sunlife valorise la singularité. Sa philosophie « **Come Alive** » (prendre vie, en français) s'exprime à travers une **variété d'expériences uniques** : créer son propre parfum à Sugar Beach, rejoindre un marché local à vélo depuis Long Beach, ou encore savourer un petit-déjeuner sur un bateau à La Pirogue. Les **terrains de golfs d'exception de l'Île aux Cerfs et d'Anahita**, viennent compléter cette palette, garantissant aux hôtes de vivre une nouvelle aventure à chaque séjour. Offrir une telle diversité exige une communication **rapide, claire et personnalisée, bien avant l'arrivée à l'hôtel, et c'est précisément ce que HiJiffy rend possible.**

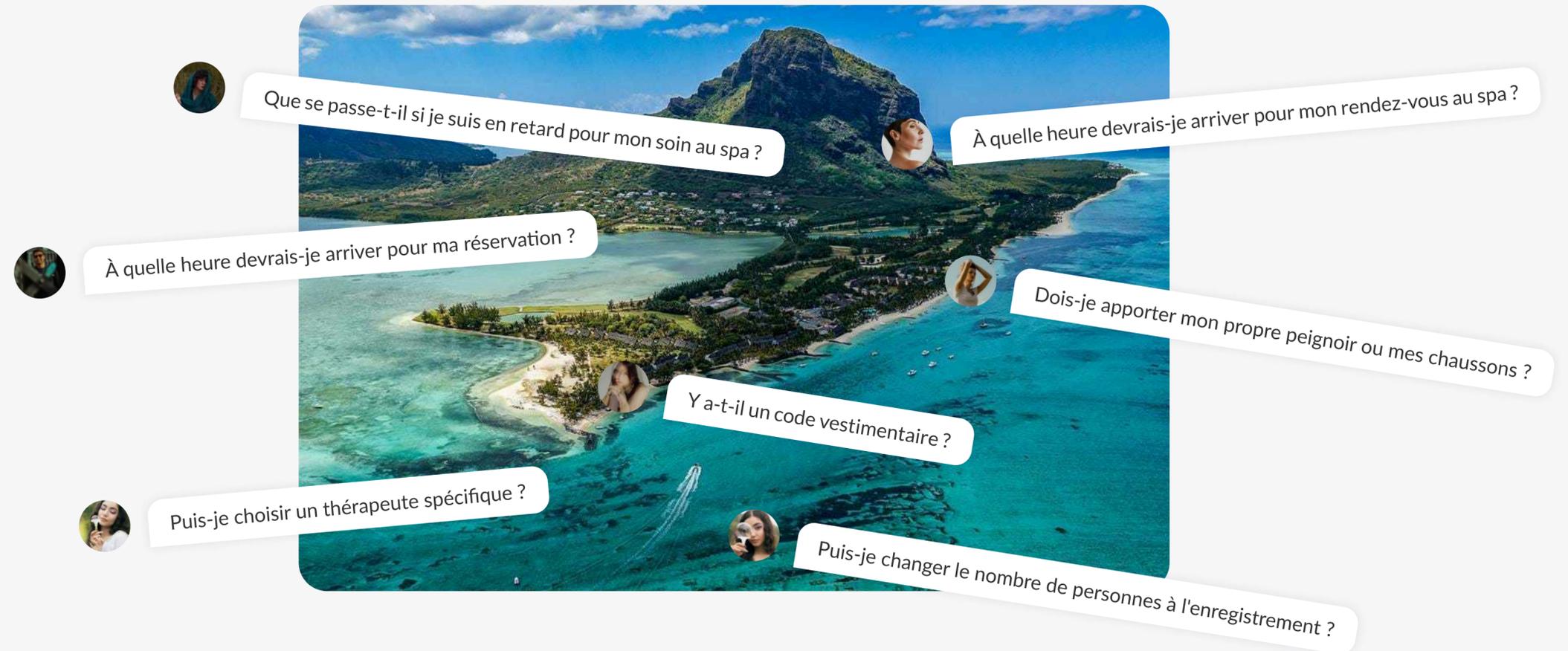


# Les challenges

## Une charge de travail répétitive qui limite l'impact

L'équipe centrale de réservations recevait plus de **15 000 e-mails par mois**, et les équipes hôtelières devaient gérer un volume similaire. **Beaucoup de demandes** étaient simples (horaires de check-in, restaurants, procédures de réservation du spa), mais chacune **nécessitait une réponse humaine**. Résultat : un temps précieux qui aurait pu être consacré aux tâches à forte valeur ajoutée comme l'upselling ou le traitement des demandes complexes. Cette masse de travail répétitive réduisait la capacité de l'équipe à offrir le service attentionné attendu par les clients.

14 998  
14 999  
15 000 e-mails par mois



# Des canaux dispersés qui ralentissaient les réponses

Les clients contactaient Sunlife via **WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger ou le chat de leur site web**, souvent en dehors des horaires de bureau. Comme ces conversations étaient **éparpillées dans différents systèmes**, les équipes devaient jongler entre plusieurs boîtes de réception, avec un **risque accru de messages manqués ou doublons**. Les clients devaient parfois se répéter, ce qui **générât de la frustration** et des délais de réponse plus importants.



The screenshot shows a customer service dashboard with a sidebar on the left containing navigation icons. The main area is titled 'Conversations' and lists several messages from customers:

- Lorenzo Vargas** (Messenger, Sunlife) at 9:00 AM: "Dois-je confirmer ma réservation avant mon arrivée ?"
- Carmen Rodrigues** (Instagram, Sunlife) at 8:00 AM: "Dois-je apporter quelque chose avec moi, comme une pièce d'identité ou une confirmation ?"
- Junior Doe** (Whatsapp, Sunlife) at 1 day: "Le service est-il inclus, ou dois-je donner un pourboire séparément ?"
- Claire Smith** (Booking.com, Sunlife) at 1 day: "Puis-je réserver plusieurs traitements consécutifs ?"

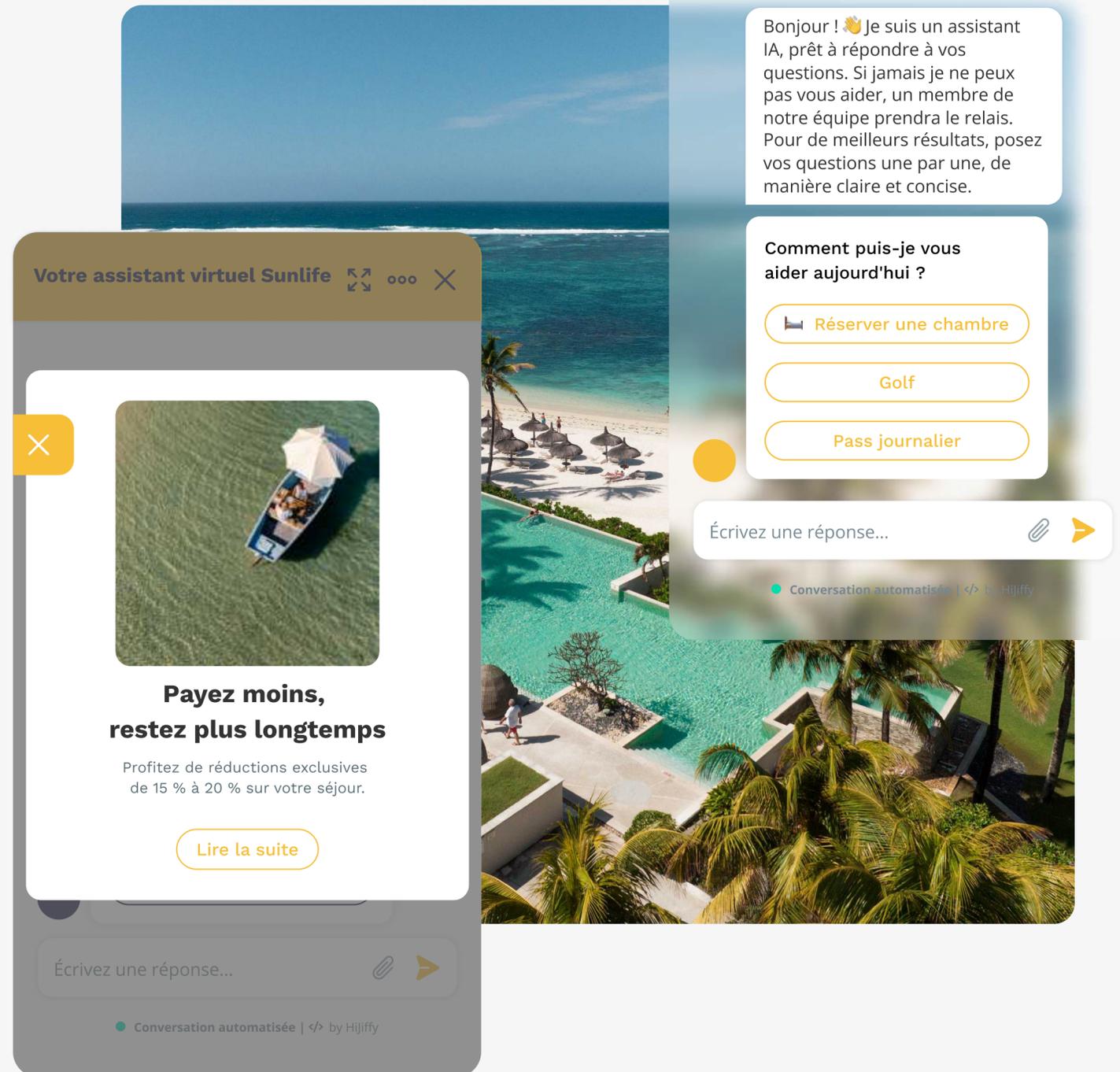
Below the list, a chat window displays the following questions from a customer:

- "Y a-t-il des frais supplémentaires dont je devrais être conscient ?"
- "Est-ce que quelqu'un d'autre peut se charger de mon enregistrement ?"
- "Avez-vous un service de consigne à bagages si j'arrive avant l'heure d'enregistrement ?"

On the right side of the chat window, there is a profile for **Lorenzo Vargas** with contact information and a list of tags: "Contexte", "Sunlife", "Étiquettes", "Langue : Français", "Durant le séjour : Sunlife", "Demandes (6)", "Changer de serviette", "Chambres", "Ventes Hijiffy (8)".

# Des opportunités de réservation directe perdues

Une simple question restée sans réponse au moment décisif pouvait conduire un client à abandonner sa réservation ou à passer par une OTA. Cela signifiait **perte de revenus directs, commissions plus élevées et moins d'occasions de bâtir une relation durable avec le client.**



# Des transferts manuels freinant l'upselling

Les demandes spéciales (soins au spa, dîner romantique, activités) **nécessitaient l'intervention des équipes opérationnelles.** Les réservations étaient transférées manuellement par e-mail, sans garantie de suivi rapide. Les clients pouvaient attendre plusieurs jours et de **précieuses opportunités d'upsell échappaient à l'hôtel.**

# Des données limitées pour s'améliorer en continu

Avec des messages dispersés et des processus manuels, il était **difficile d'avoir une visibilité sur les questions les plus fréquentes, la rapidité des réponses ou les meilleures pratiques**. Les spams et les demandes non pertinentes d'influenceurs compliquaient davantage la situation. L'équipe avait besoin de **données consolidées et claires pour mesurer le ROI, optimiser les workflows** et prendre de meilleures décisions.

The image displays three overlapping screenshots of the Sunlife customer service interface. The top screenshot shows a chat window with a customer named 'Claire Smith' and a status of 'Agent : Non attribué'. The middle screenshot shows a dashboard with various metrics and charts, including a line graph for 'ÉVOLUTION DES CONVERSATIONS' and a donut chart for 'ACTIVITÉ DES UTILISATEURS'. The bottom screenshot shows a list of conversations and a profile card for 'Claire Smith' with contact information and a button to 'Ajouter un nouveau contact'.

The screenshot shows the Sunlife website interface. At the top, there is a navigation bar with 'BLOG', 'DAY PASS', and 'GIFT VOUCHER' on the left, and 'CONTACT US' and 'BOOK NOW EN' on the right. The main content area features a large image of a woman in a black swimsuit looking out at the ocean, with the text '#ComeAlive' overlaid. Below this, there are two property cards: 'Ambre' and 'Sugar Beach'. The 'Ambre' card includes a description and a 'Sélectionner cette propriété' button. The 'Sugar Beach' card includes a description and a 'Sélectionner cette propriété' button. Overlaid on the website are several chatbot interaction elements: a yellow button 'Heure d'enregistrement' at the top; a white chat bubble with text about registration time and an email address; a white chat bubble with the title 'Explorer les options' and two buttons: 'Envoyer un e-mail' and 'Ok, merci'; a yellow button 'Avez-vous un spa ?' on the right; a white chat bubble with text about the spa and a 'Sélectionner cette propriété' button; and a white chat bubble with the title 'Explorer les options' and two buttons: 'Spa' and 'C'est bon'.

# Instaurer la confiance des clients dans l'IA

Certains voyageurs restaient sceptiques face à un chatbot, préférant parler à un humain, même pour des demandes simples. La nouvelle solution à adopter devait donc prouver sa fiabilité : **fournir des réponses précises et passer sans friction à un agent réel lorsque nécessaire.**

Le déploiement a débuté à Ambre et Long Beach, avant de s'étendre à Sugar Beach, La Pirogue et au site principal de Sunlife. Les équipes d'Onboarding et de Customer Success de HiJiffy ont travaillé main dans la main avec Sunlife pour **enrichir les réponses aux FAQ, mettre en place les workflows et créer des campagnes** adaptées au ton et aux attentes de chaque resort.

L'intégration fluide avec leur **moteur de réservation (Namastay)** et leur **PMS pour la gestion des données clients (Oracle OPERA Cloud PMS)**, garantit la cohérence de leur écosystème technologique. Automatisation et service humain s'articulent désormais naturellement, permettant aux équipes de préserver l'expérience authentique Sunlife au cœur de chaque interaction, sans la lourdeur du suivi manuel.



# Mise en place de la solution HiJiffy

# Automatisation intelligente des questions fréquentes

L'Assistant de Réservation alimenté par IA de HiJiffy prend désormais en charge des milliers de questions clients répétitives qui surchargeaient la boîte mail des réservations. Avec l'aide de l'Onboarding Manager, les équipes Sunlife ont conçu des FAQ détaillées et spécifiques à chaque propriété, reflétant l'identité de chaque resort. L'IA comprend le langage naturel et répond 24/7. Si une intervention humaine est nécessaire, **la demande est automatiquement transférée au bon interlocuteur avec le contexte complet de l'échange**. Résultat : des réponses rapides et claires pour les clients, et plus de temps pour des échanges à forte valeur ajoutée.

The image shows a screenshot of the Sunlife website with a virtual assistant chat window overlaid on the left. The chat window is titled "Votre Assistant Virtuel Sunlife" and contains the following text:

Bonjour ! 🌻 Je suis un assistant IA, prêt à répondre à vos questions. Si jamais je ne peux pas vous aider, un membre de notre équipe prendra le relais. Pour de meilleurs résultats, posez vos questions une par une, de manière claire et concise.

Comment puis-je vous aider aujourd'hui ?

- Réserver une chambre
- Golf
- Pass journalier

Écrire une réponse... [attach icon] [send icon]

Conversations automatisées | </> par HiJiffy

The background of the chat window shows a portion of the Sunlife website. The website header includes the Sunlife logo, navigation links (BLOG, DAY PASS, GIFT VOUCHER, CONTACT US), and a "#ComeAlive" hashtag. The main content area features a sunset background with a person standing in the water. A yellow callout box labeled "Golf" points to a text box that reads:

Les clients de l'hôtel bénéficient de droits de jeu gratuits et illimités sur deux superbes parcours : le Tamarina Golf Club et le célèbre Île aux Cerfs Golf Club. L'Île aux Cerfs se situe à environ 90 minutes en voiture de la jetée, suivies d'une traversée en bateau de 10 minutes. Le transfert en bateau est gratuit et inclut une initiation quotidienne au golf ainsi que des options de déjeuner. Le Tamarina Golf Club se trouve à environ 20 minutes en voiture. Des balles de golf sont en vente et des sacs sont disponibles à la location au Pro-Shop. Pour réserver vos parties, vous pouvez nous envoyer un e-mail. Nous proposons également une offre de golf spécifique. Souhaitez-vous en savoir plus sur le code vestimentaire du golf ?

Another yellow callout box labeled "Oui, s'il vous plaît" points to a text box that reads:

Pour le golf, la tenue recommandée comprend des pantalons ou des shorts ajustés, des polos ou des chemises à col, et des chaussures de golf appropriées avec des pointes souples ; des chaussettes sont également requises, tandis que les vêtements de plage, les jeans, les chaussures de sport et les t-shirts ne sont pas autorisés. Pour réserver un créneau horaire, veuillez envoyer un e-mail à [guest.service@sugarbeachmauriti.us.com](mailto:guest.service@sugarbeachmauriti.us.com).

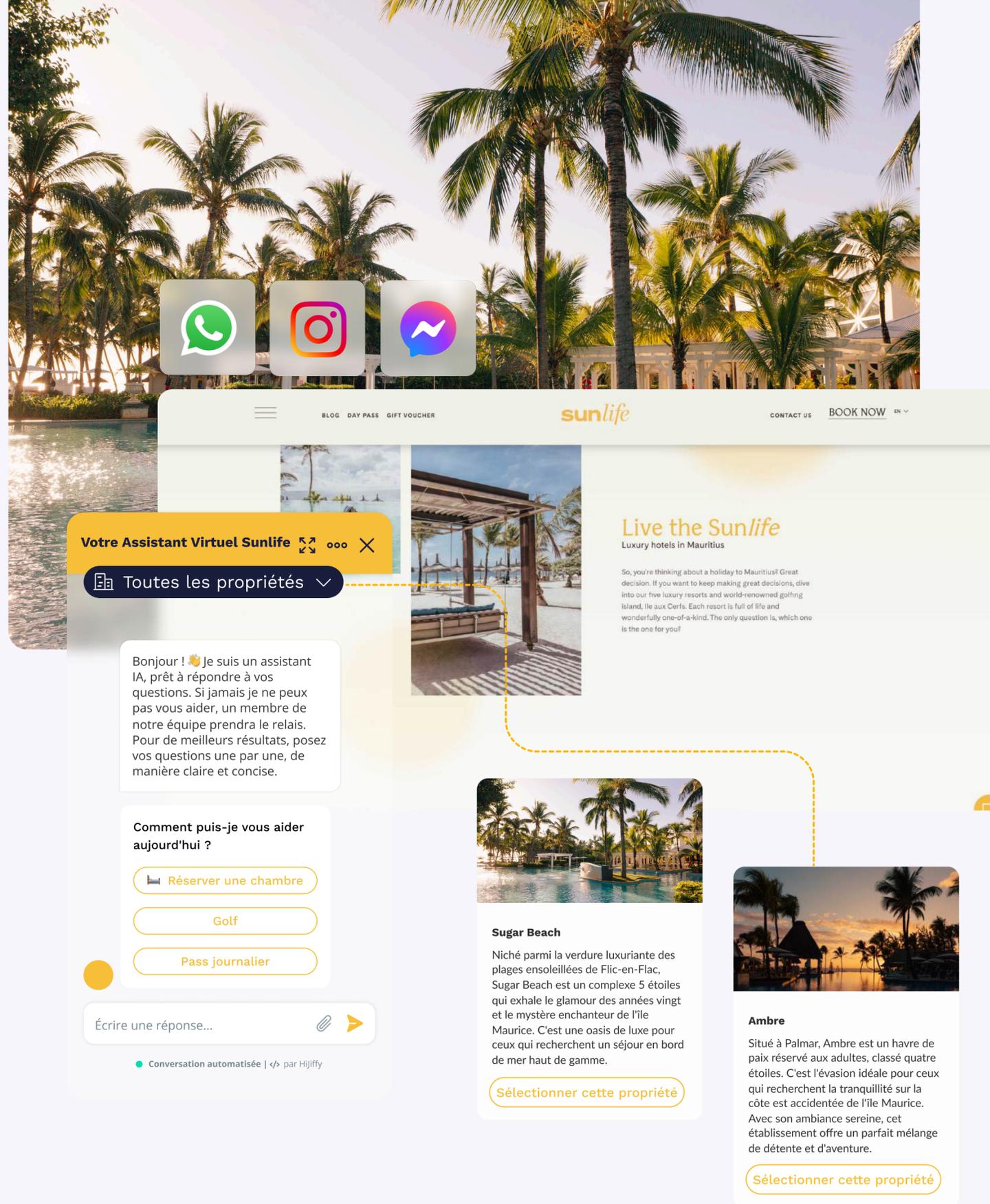
A third yellow callout box labeled "Merci !" points to a feedback form that asks:

Comment évalueriez-vous le support que vous avez reçu ?

The feedback form includes two buttons: "Bien 😊" and "Mauvais 😞".

# Toutes les conversations clients au même endroit

**WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger et le chat du site web sont désormais centralisés sur une seule plateforme.** Plus besoin de passer d'un compte à l'autre : l'Assistant de Réservation IA traite les questions courantes, pendant que l'équipe se consacre aux demandes plus complexes, assurant une communication fluide et cohérente.

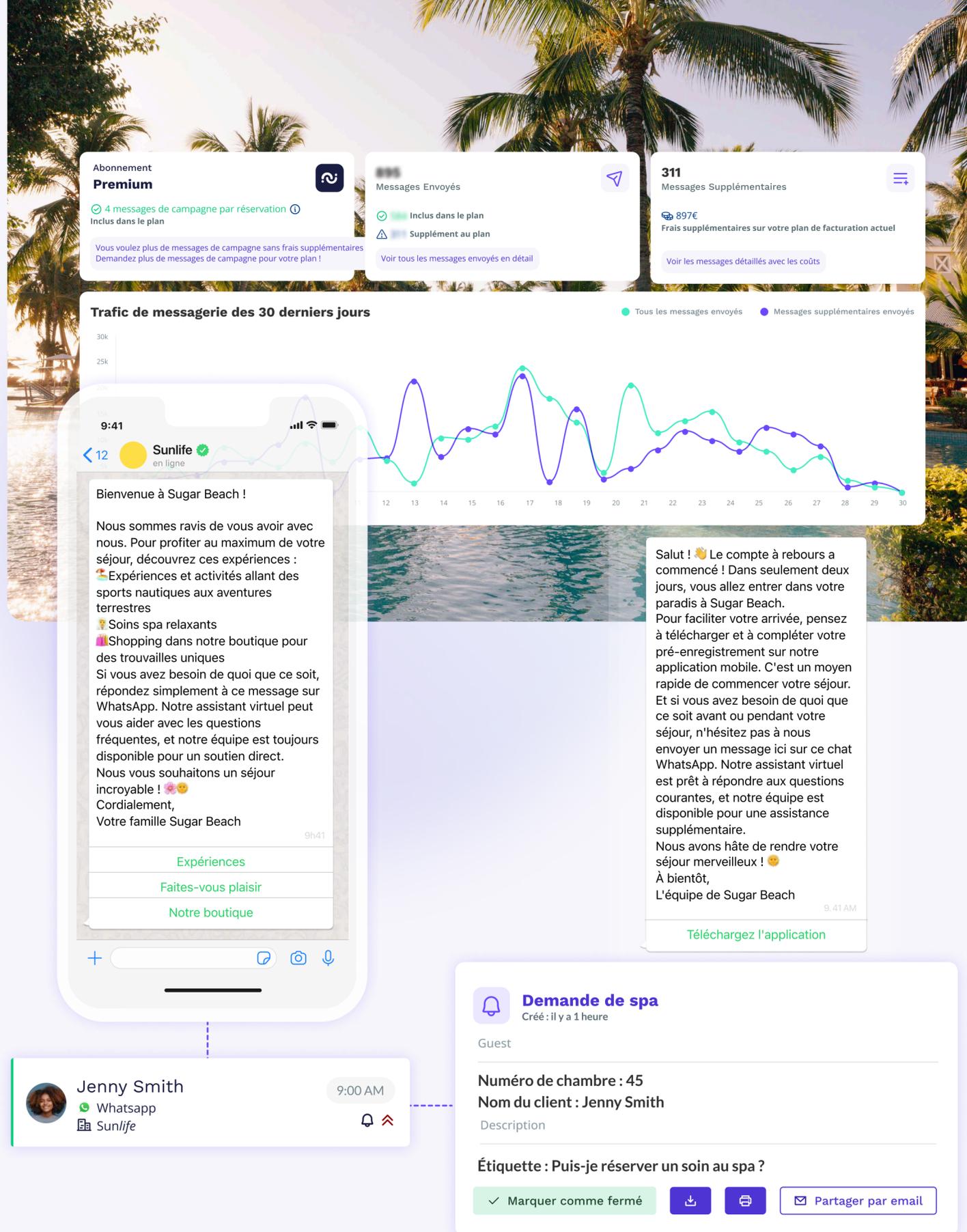


# Maximiser les réservations directes

Pendant le processus de réservation, l'assistant de réservation IA répond instantanément aux questions, au moment décisif. Si le client est prêt à réserver, il est redirigé vers le logiciel Namastay, qui finalise la réservation rapidement, sans quitter le site de Sunlife. Cela **réduit les fuites vers les OTA et renforce la relation directe avec le client.**

# Un transfert automatique qui stimule l'upselling

Les demandes liées aux soins, dîners spéciaux ou activités **sont désormais directement transmises aux bonnes équipes avec des notifications en temps réel**. Fini les demandes oubliées dans une boîte mail : **les clients obtiennent des confirmations rapides, ce qui augmente les chances de ventes additionnelles et d'upgrades**.



# Des campagnes proactives tout au long du parcours client

Grâce au **Gestionnaire de Campagnes de HiJiffy**, les équipes Sunlife conçoivent des campagnes WhatsApp personnalisées, envoyées **avant et pendant le séjour**. Ces messages mettent en avant les offres du spa et de la boutique, ainsi que les activités uniques que les clients ne découvriraient pas forcément seuls. L'intégration **avec Oracle OPERA Cloud PMS permet d'envoyer des messages pertinents et opportuns, basés sur des données clients actualisées**. Flexible, le Gestionnaire de Campagnes permet d'ajuster les communications en fonction de la saison ou du taux d'occupation. Les taux d'ouverture élevés confirment que les clients apprécient ces échanges utiles et directs.

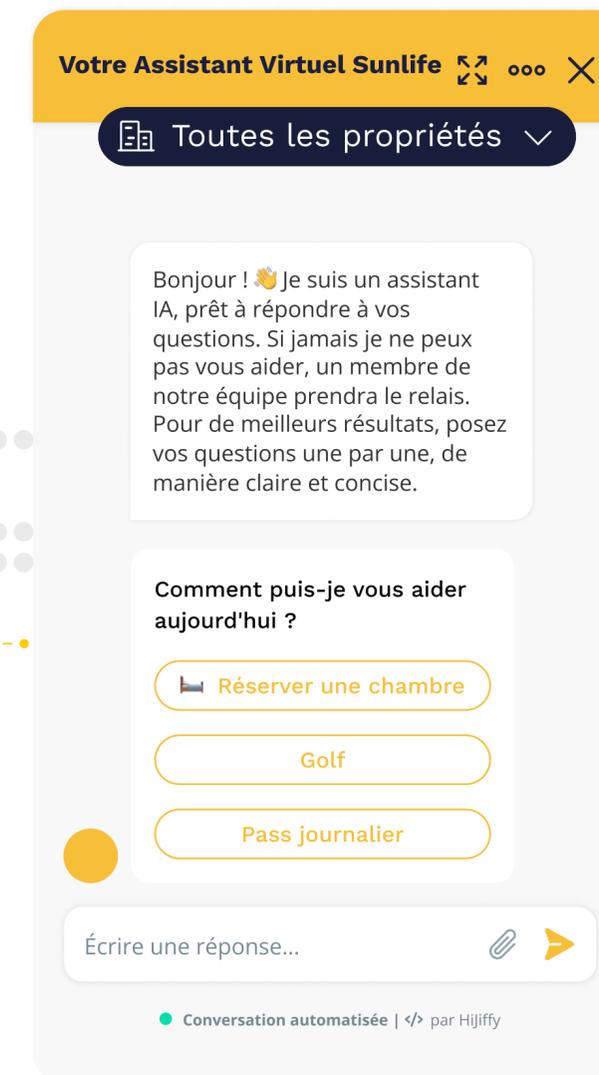


# Résultats

# Un gain de temps considérable pour de vraies connexions avec les clients

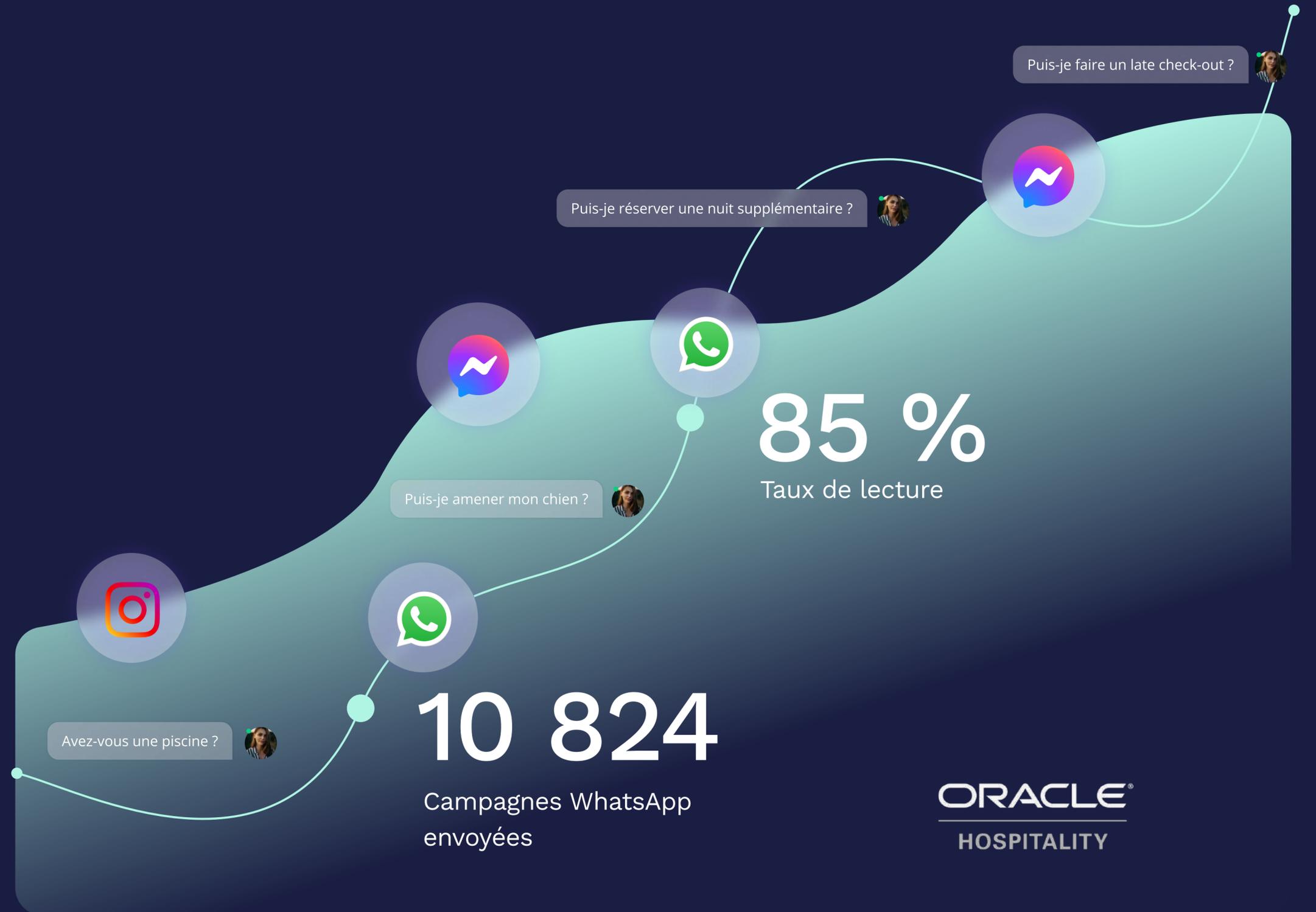
En douze mois, **l'assistant de réservation IA de HiJiffy a géré 39 815 conversations avec les clients, dont 80 % résolues automatiquement après au moins une interaction.** Cela a allégé la charge de l'équipe de réservations en réduisant le travail répétitif et en libérant du temps pour des interactions personnalisées, l'upselling, et la résolution de demandes complexes. Les clients bénéficient de réponses plus rapides, tandis que les équipes peuvent se concentrer sur la création de séjours mémorables. Elles disposent aussi de plus de temps pour accompagner les voyageurs souhaitant un séjour sur mesure.

## Assistant de réservation IA



# Plus aucun message manqué, quel que soit le canal ou l'heure

Tous les messages des clients (WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger ou chat du site) arrivent désormais dans un espace de travail unique. Plus besoin de vérifier plusieurs boîtes ou de répéter les réponses. **Les campagnes WhatsApp à elles seules ont permis d'envoyer plus de 10 824 messages, avec un taux de lecture de 85 %**, largement supérieur aux taux d'ouverture des e-mails (souvent inférieurs à 30 %), depuis octobre 2024. La solidité de l'intégration avec **Oracle OPERA Cloud PMS** assure une communication claire, directe et fiable, là où les clients sont les plus présents.



## Des revenus directs protégés, moins de pertes vers les OTA

L'assistant de réservation IA apporte des réponses immédiates aux clients au moment où ils en ont besoin, réduisant ainsi les abandons de réservation. **Résultat : 177 réservations directes sécurisées, près de 494 000 € de revenus directs générés, qui, autrement, auraient pu partir vers les OTA.** En complément de la stratégie de revenus de Sunlife, HiJiffy s'intègre parfaitement à l'écosystème technologique du groupe et contribue à une **croissance exceptionnelle : +46,9 % de nuitées, +2,6 % d'ADR (taux journalier moyen), et +50 % de revenus chambres et packages** par rapport à l'année précédente. Cela améliore non seulement les marges, mais permet aussi de garder la relation client en interne, ouvrant la voie à une fidélisation durable.

## Réservations directes

177

HiJiffy a contribué à **+46.9 % de nuitées** et **+2,6 % d'ADR** ↗

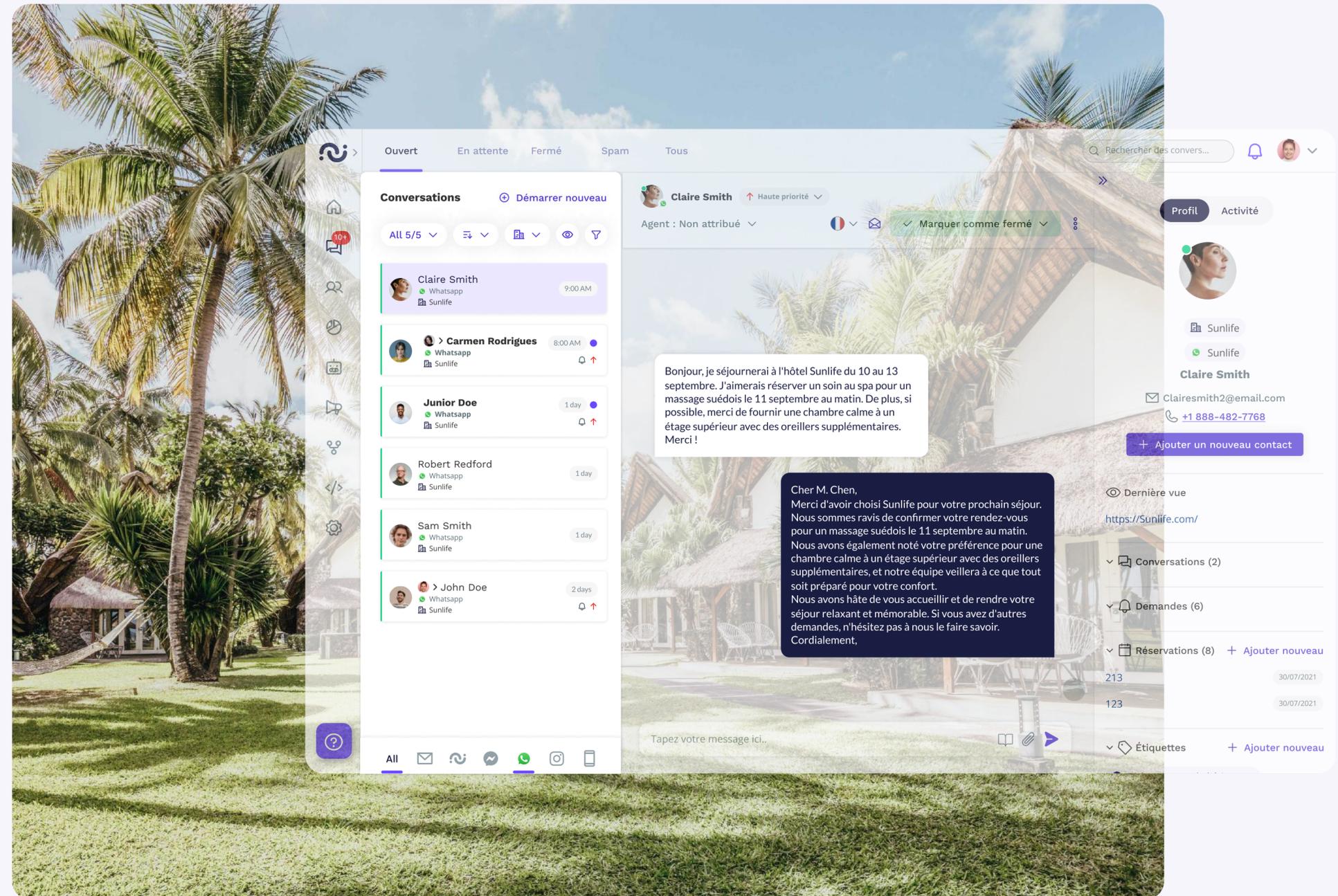
€494 000

Du 1er juillet 2024 au 30 juin 2025 ↗



# Un transfert plus rapide, plus d'opportunités d'upsell

Les demandes d'activités spéciales et d'upgrades arrivent désormais immédiatement auprès des équipes concernées. **Les clients reçoivent des confirmations plus rapides et acceptent plus volontiers les recommandations pour des services additionnels.** Cette fluidité renforce à la fois les revenus d'upsell et l'expérience globale.



\*Example of a special activities

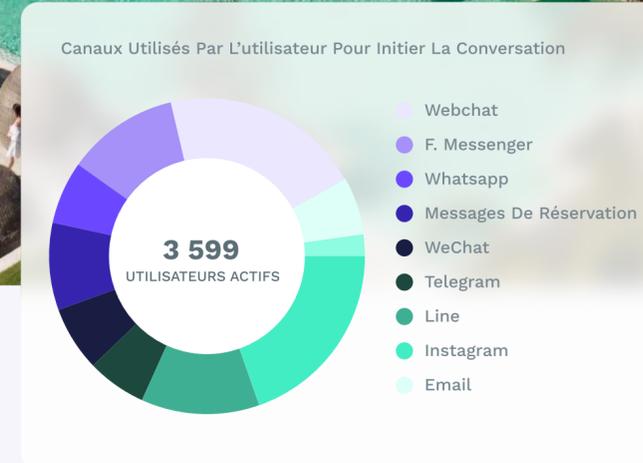
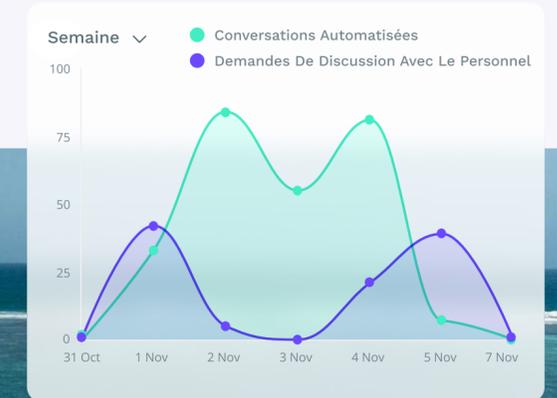
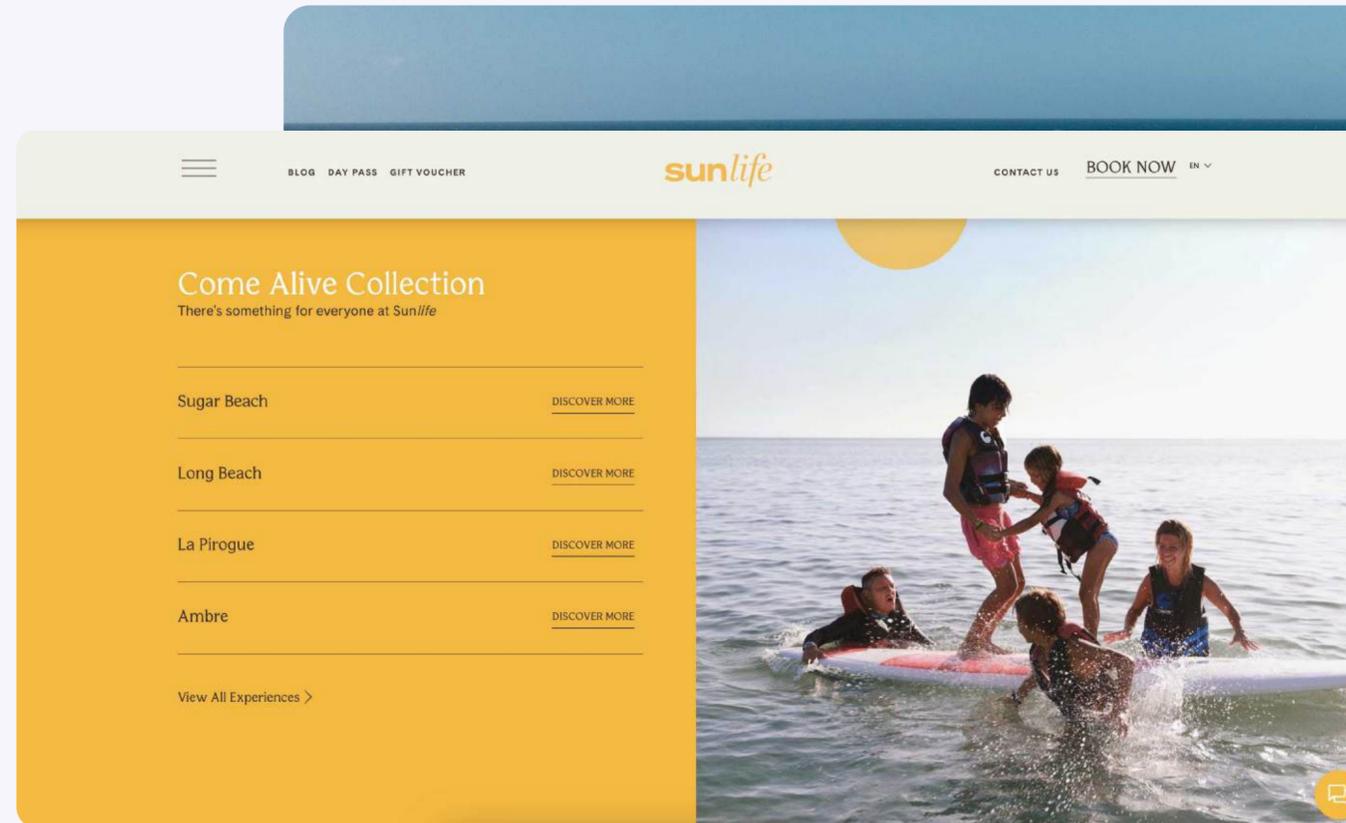
# Hausse des check-ins avant l'arrivée

Les campagnes WhatsApp proactives incitent les clients à compléter leur **pré-enregistrement en ligne avant leur arrivée**. Résultats : moins d'attente à la réception et un début de séjour sur une note positive. Pendant le séjour, les messages mettent en avant des offres exclusives, soins spa ou articles de boutique que les clients auraient pu manquer. Grâce à leurs taux d'ouverture élevés, les **campagnes WhatsApp assurent que ces offres sont vues** et déclenchent plus d'actions que les e-mails. Par exemple, Sugar Beach envoie à ses clients des messages WhatsApp incitant à finaliser leur enregistrement avant l'arrivée et a observé **un volume nettement supérieur par rapport aux resorts qui ne l'ont pas encore mis en place.**

The collage illustrates the Sunlife customer experience. At the top left, a WhatsApp chat shows messages from Claire Smith (9:00 AM), Carmen Rodrigues (8:00 AM), and Junior Doe (7:34 AM). The central image is the Sunlife website, featuring a navigation bar with 'BLOG', 'DAY PASS', 'GIFT VOUCHER', 'CONTACT US', and 'BOOK NOW'. The main content area displays 'Destinations' with 'Five luxury Sunlife resorts' and a featured resort, 'SUGAR BEACH', described as 'A glamorous sanctuary with a vibrant energy and sunset views'. Below the website is a dashboard titled 'Tableau de bord' with various metrics: 'Bienvenue de nouveau John Doe!', 'TEMPS MOYEN POUR LA PREMIERE REPONSE' (11:45 h), 'APERÇU' (TAUX D'AUTOMATISATION, RÉSERVATIONS FAITES VIA CHAT, SCORE CSAT DU CHATBOT, Conversations closes par l'équipe), 'ÉVOLUTION DES CONVERSATIONS' (line graph showing automated vs. manual chat requests), 'ACTIVITÉ DES UTILISATEURS' (donut chart showing 3,599 active users across various channels), and 'INSIGHTS SUR LES FAQ'. To the right, a mobile phone displays a WhatsApp message from Sunlife: 'Bienvenue à Sugar Beach ! Nous sommes ravis de vous avoir avec nous. Pour profiter au maximum de votre séjour, découvrez ces expériences : Expériences et activités allant des sports nautiques aux aventures terrestres, Soins spa relaxants, Shopping dans notre boutique pour des trouvailles uniques. Si vous avez besoin de quoi que ce soit, répondez simplement à ce message sur WhatsApp. Notre assistant virtuel peut vous aider avec les questions fréquentes, et notre équipe est toujours disponible pour un soutien direct. Nous vous souhaitons un séjour incroyable ! Cordialement, Votre famille de Sugar Beach'. Below the phone is a 'Check-In' confirmation card with the status 'Campagne envoyée', a calendar showing arrival dates 'D L M M J V S' from 08:00 to 10:00, and a '3 jours avant' registration reminder.

# De meilleures données pour de meilleures décisions

Chaque conversation, campagne et transfert est **désormais suivi en un seul endroit**. L'équipe peut identifier **les tendances, mesurer les temps de réponse et affiner les FAQ ou offres selon les résultats**. Cette visibilité permet à Sunlife **d'optimiser le parcours digital client, de quantifier le ROI**, tout en protégeant la dimension humaine qui fait la force de la marque.



# Témoignages



« Nous avons choisi HiJiffy plutôt que d'autres fournisseurs pour leur expertise hôtelière, leurs intégrations fluides et leur IA intelligente, proche de l'humain. Leur chatbot gère les demandes multilingues 24/7, allège la charge des équipes et augmente les réservations directes. La mise en place a été simple, le support est remarquable et leur innovation nous maintient en avance. C'est un outil puissant qui améliore réellement l'expérience client et l'efficacité opérationnelle - je le recommande vivement. »

Jason Noordine, *Head of Digital Marketing*, Sunlife Mauritius

**sun**life



« Le chatbot HiJiffy offre des performances fiables, répondant aux attentes en matière de chatbots basés sur l'IA et de messagerie client. La plateforme est non seulement efficace, mais aussi parfaitement adaptée à la collaboration, notamment pour la gestion du live chat avec l'équipe. Ce qui distingue vraiment HiJiffy, c'est son équipe support exceptionnelle : toujours réactive, efficace dans la résolution des problèmes et ouverte aux retours et suggestions pour s'améliorer en continu. »

Vincent Lecordier, *Digital Marketing Executive*, Sunlife Mauritius

**sunlife**

« Travailler avec Sunlife a été une expérience très enrichissante. Vincent et Jason avaient une vision claire dès le départ : utiliser la technologie pour simplifier et accélérer l'expérience des clients, sans jamais perdre la chaleur humaine qui fait la renommée de Sunlife. Ils ont été impliqués à chaque étape, veillant à ce que la personnalité de chaque resort transparaisse dans l'assistant de réservation IA et que chaque campagne soit personnelle et pertinente. C'est formidable de voir comment cela a transformé les opérations quotidiennes : moins de tâches répétitives, toutes les conversations centralisées, et plus de temps pour créer les séjours que les clients n'oublient jamais. »

Joana Rodrigues, *Customer Success Team Lead*, HiJiffy



## À propos des partenaires technologiques



### **Oracle OPERA Cloud PMS**

Oracle Hospitality met à profit plus de 45 ans d'expérience dans les solutions technologiques pour les hôteliers indépendants, chaînes mondiales et régionales, croisiéristes et casinos. Ses logiciels et services permettent d'exploiter la richesse des données pour offrir des expériences personnalisées, maximiser la rentabilité et fidéliser les clients.

Basée sur le cloud, mobile et ouverte via API, la suite Oracle inclut OPERA Cloud (PMS et distribution), Symphony (POS), le reporting et l'analytique, ainsi que Nor1 (solutions d'upsell). Ensemble, elles accélèrent l'innovation, augmentent les revenus, réduisent les coûts IT et optimisent l'efficacité opérationnelle.

[oracle.com/Hospitality](https://oracle.com/Hospitality)

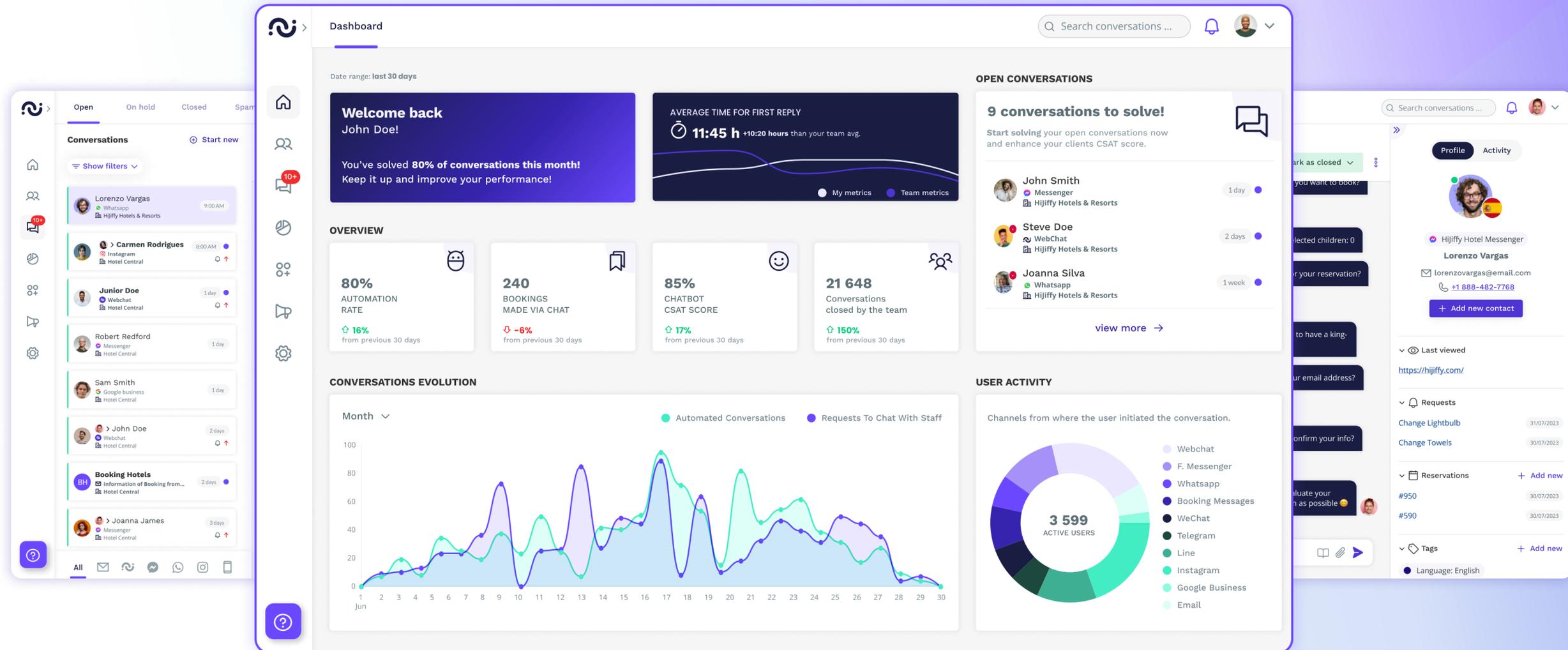


### **Namastay – Moteur de réservation**

Namastay simplifie les réservations et paiements en ligne pour les hôtels comme pour leurs clients. Sa solution augmente les revenus directs, prend en charge les moyens de paiement modernes (wallets numériques, paiement différé, etc.) et garantit une expérience fluide de bout en bout, directement sur le site des hôtels.

Déjà adopté par des centaines d'établissements à travers le monde, d'hôtels boutiques indépendants aux groupes hôteliers internationaux de luxe, Namastay est un partenaire de confiance pour les marques hôtelières tournées vers l'avenir.

# L'expérience client gérée en un seul endroit



Centralisez, automatisez et mesurez votre service client et vos communications sur une seule plateforme puissante



Réservation

Arrivée

Séjour

Départ

Post-séjour

# Réservation

- Réponse aux FAQ
- Réservation via le chat
- Campagnes pop-up sur votre site
- Génération de leads

## Intégrations

- Moteur de Réservation
- Marketing Digital
- CRM

Canaux



Réservation

Arrivée

Séjour

Départ

Post-séjour

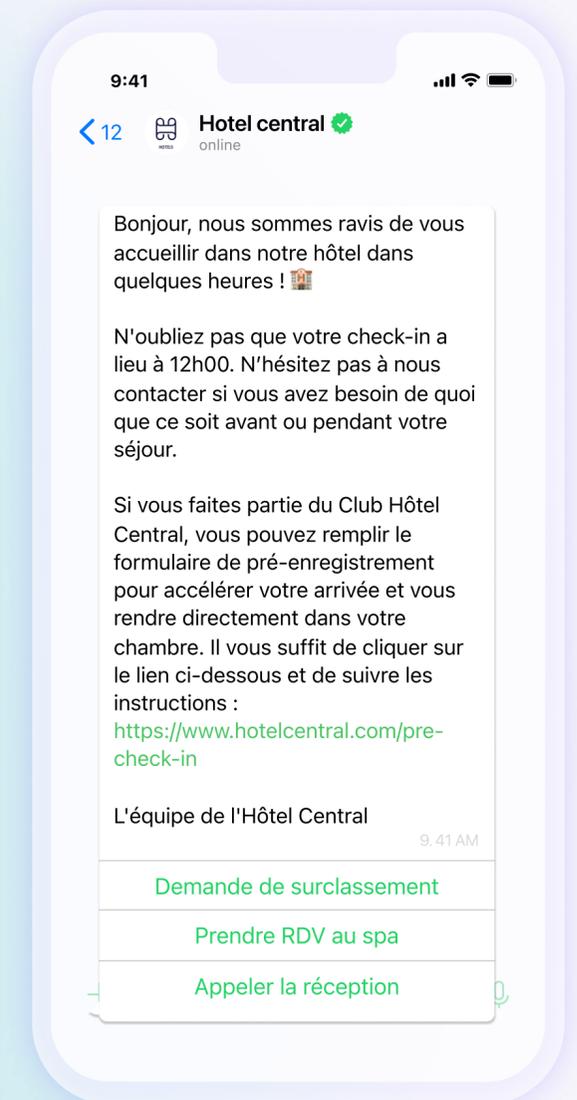
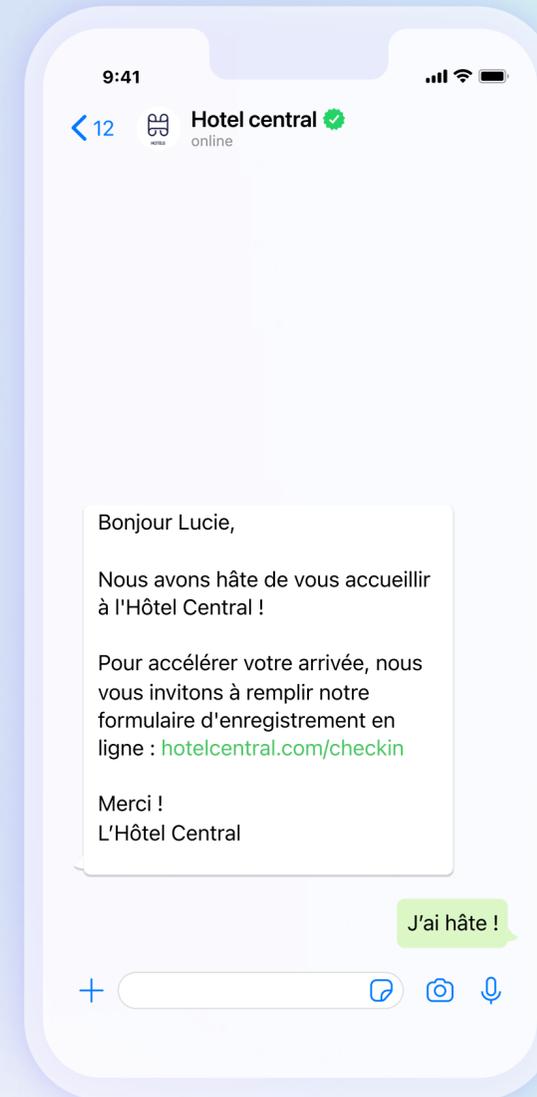
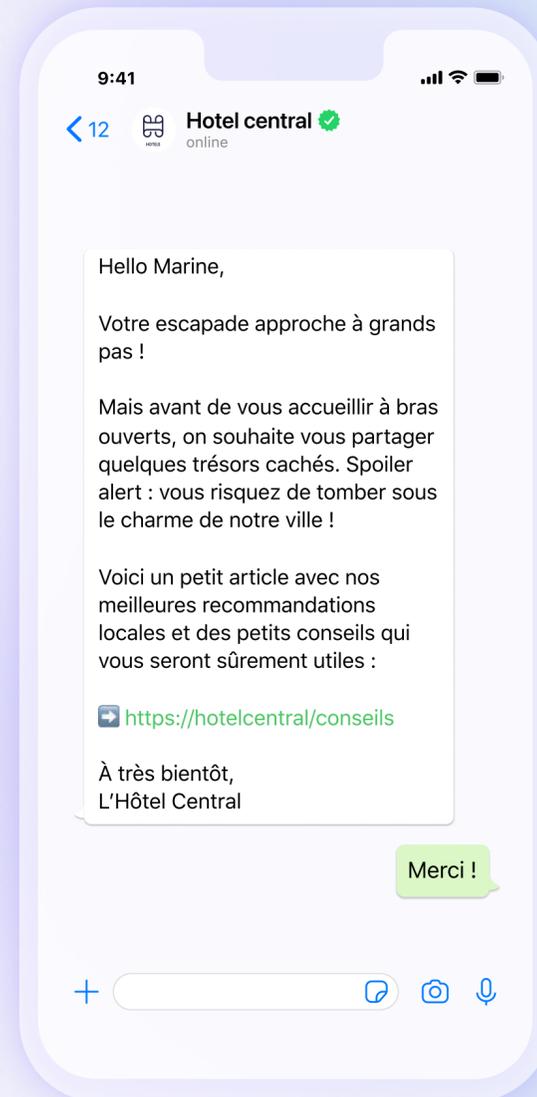
# Arrivée

- Message de bienvenue
- Check-in en ligne
- Promotion du programme de fidélité

## Intégrations

- PMS
- Check-in
- CRM
- App de l'hôtel
- Upselling
- Maintenance
- Check-out
- Avis clients

Canaux



Réservation

Arrivée

Séjour

Départ

Post-séjour

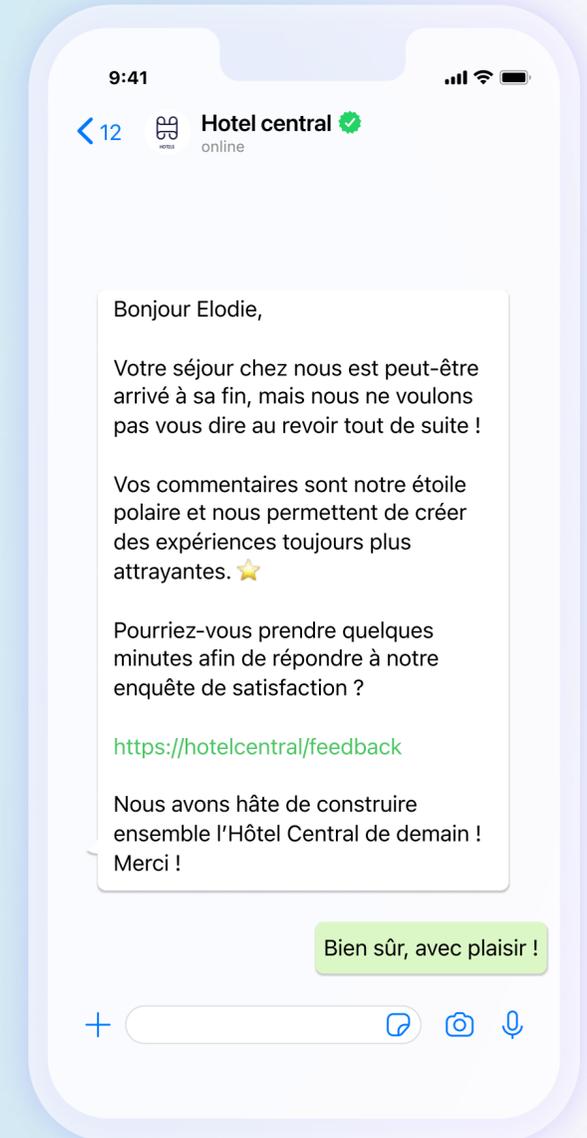
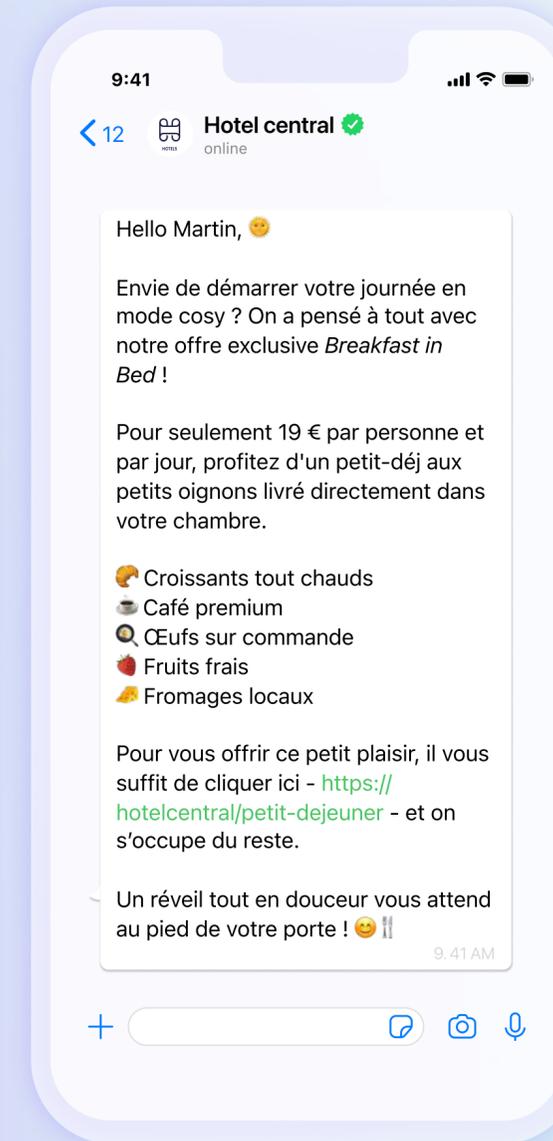
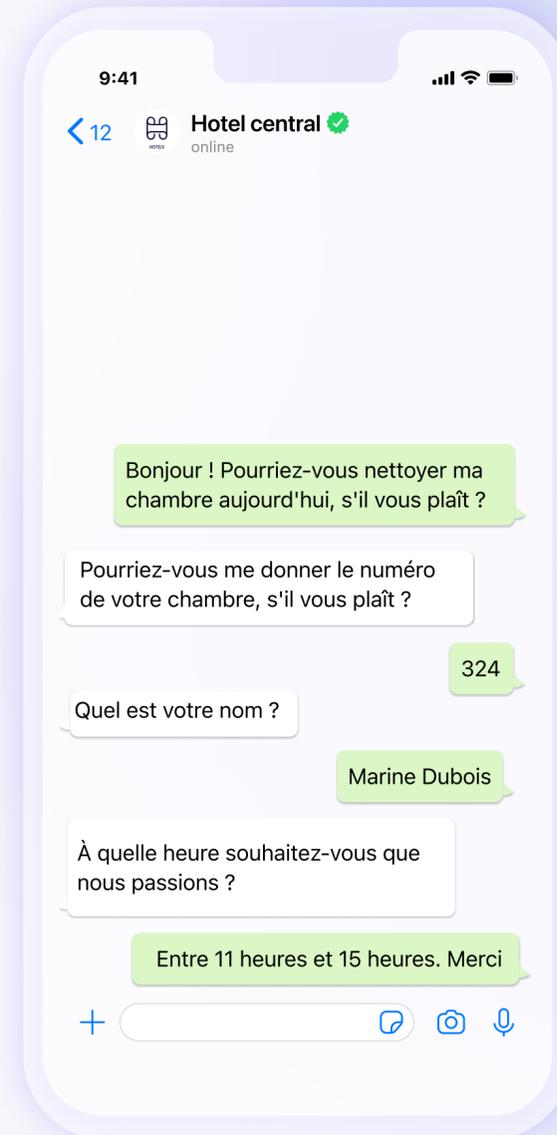
# Séjour

- Demandes internes
- Campagnes d'upsell et cross-sell
- Questionnaires de satisfaction

## Intégrations

- PMS
- Check-in
- CRM
- App de l'hôtel
- Upselling
- Maintenance
- Check-out
- Avis clients

Canaux



Réservation

Arrivée

Séjour

Départ

Post-séjour

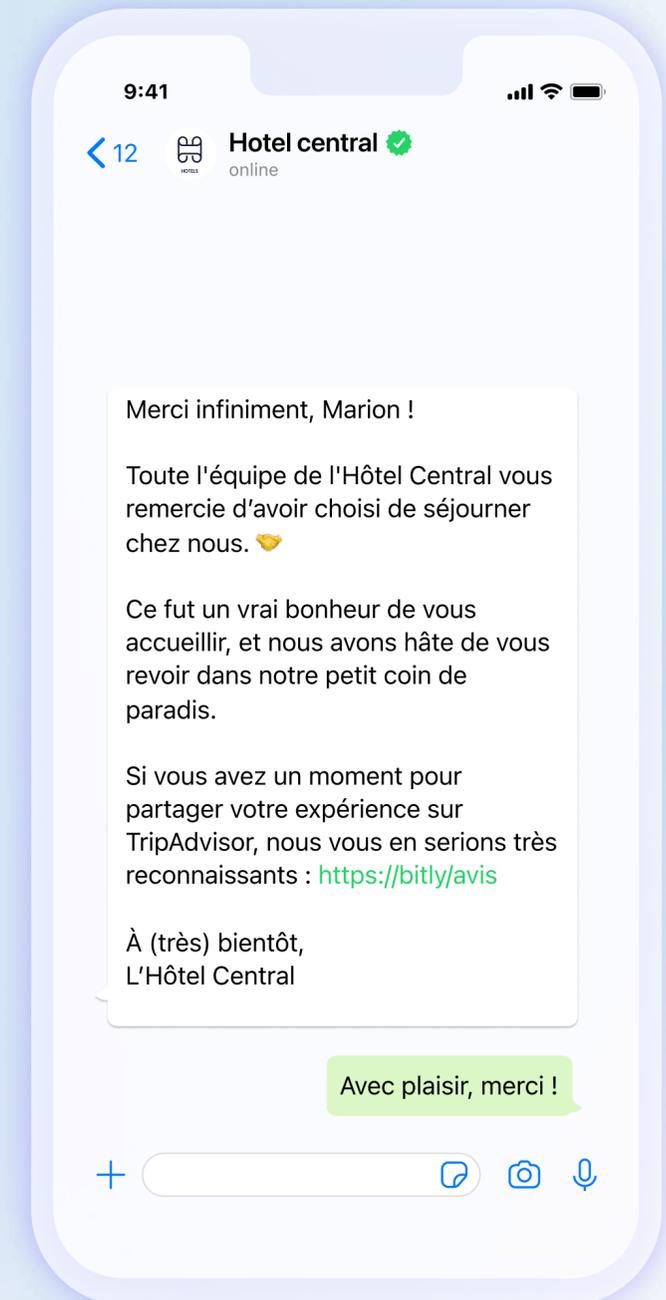
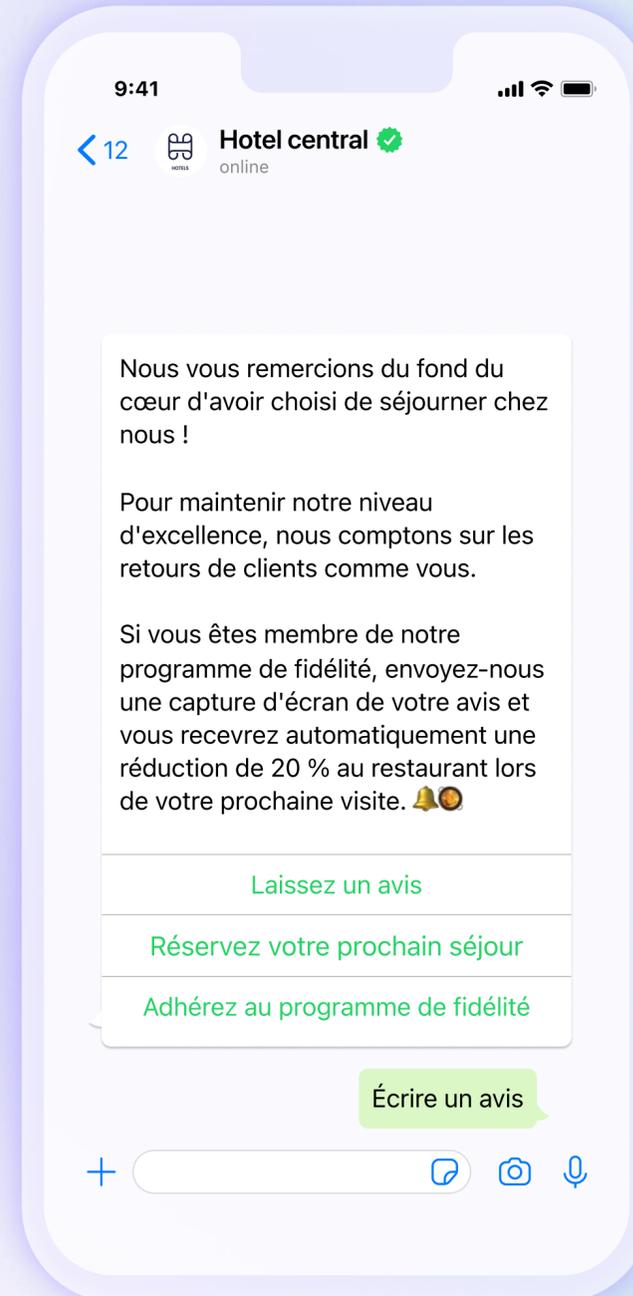
# Séjour

- Campagnes de check-out
- Campagnes d'avis clients

## Intégrations

- PMS
- Check-in
- CRM
- App de l'hôtel
- Upselling
- Maintenance
- Check-out
- Avis clients

Canaux



Réservation

Arrivée

Séjour

Départ

Post-séjour

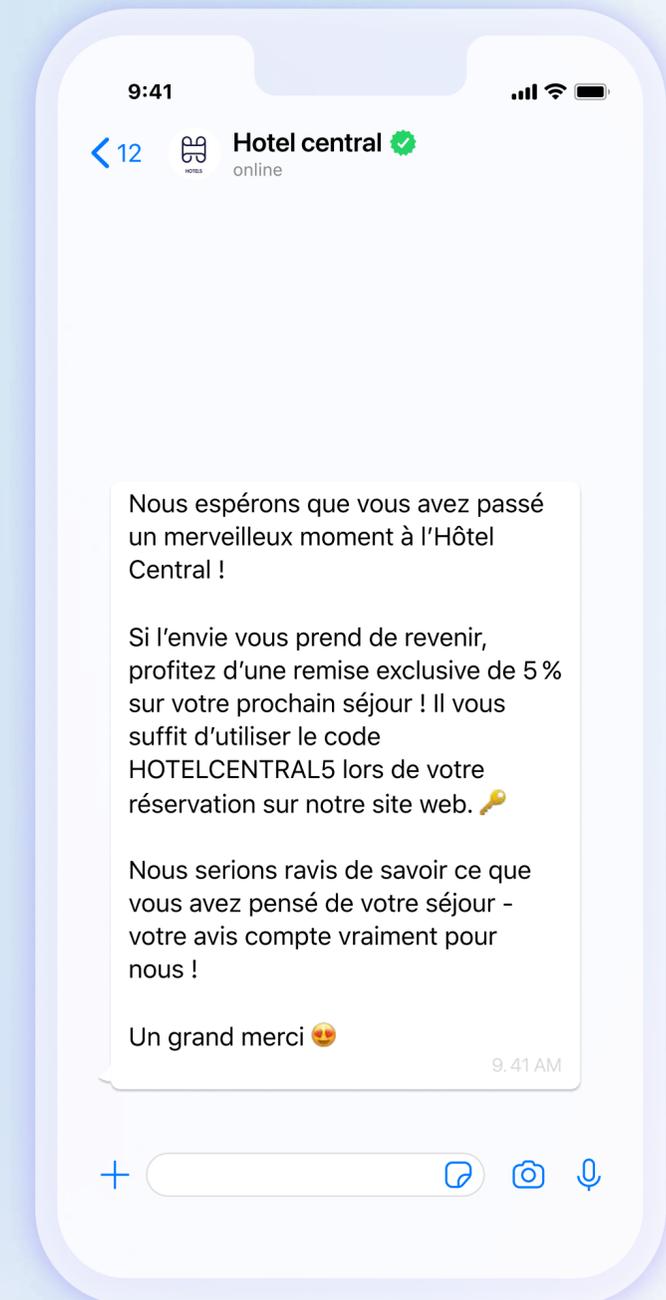
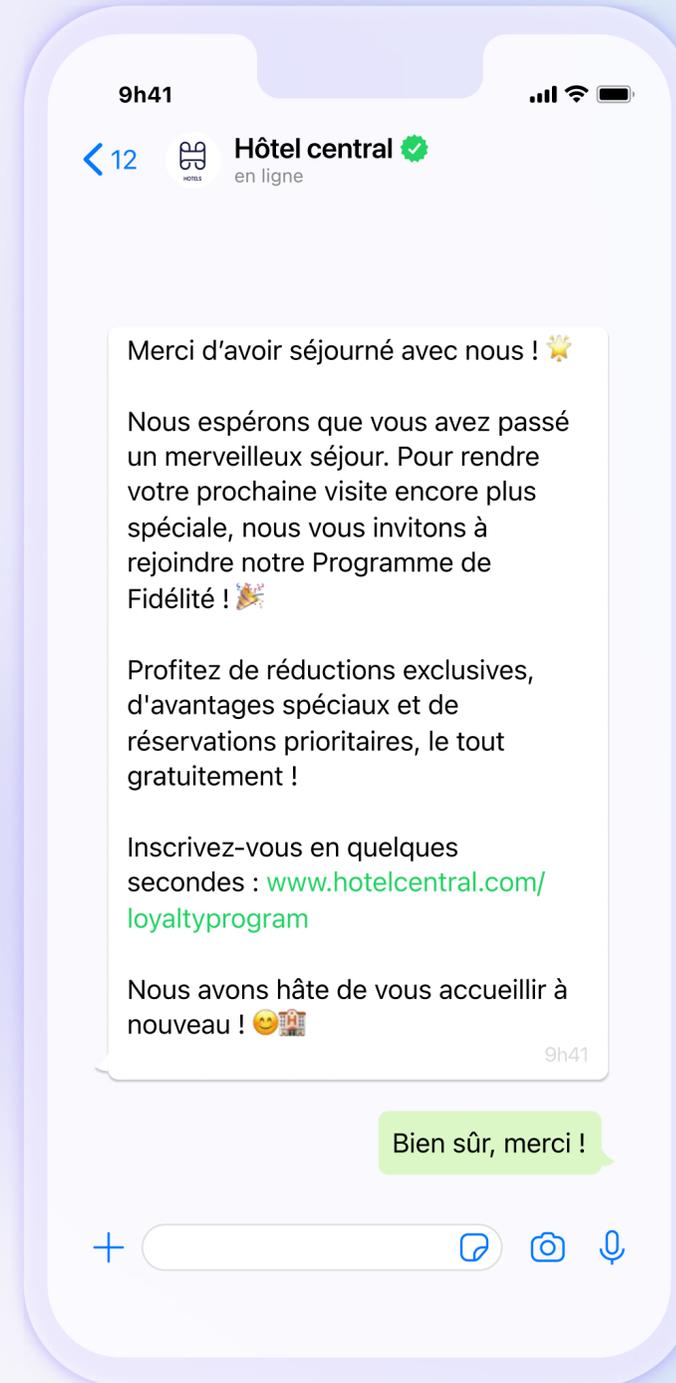
# Post-séjour

- Mises à jour du programme de fidélité
- Campagnes promotionnelles

## Intégrations

- PMS
- Check-in
- CRM
- App de l'hôtel
- Upselling
- Maintenance
- Check-out
- Avis clients

Canaux



# Témoignage Client

**sun***life*

**Connectons-nous!**

+351 21 123 0217

[info@hijiffy.com](mailto:info@hijiffy.com)

[Réserver une démo](#)