

## La révolution des concierges

La nouvelle tendance en matière d'innovation hôtelière est de porter le service client à son paroxysme. L'ère est aux concierges virtuels. Dans ce but, plusieurs chaînes d'hôtels comme Hyatt, Marriott ou encore Novotel ont revisité les tâches du concierge.

Cette nouvelle technologie permet aux hôtels d'entrer en contact avec les voyageurs avant, pendant et après leur séjour. Le concierge 2.0 permet d'offrir aux clients un nouveau type de services. Il transmet des informations touristiques, prépare un séjour personnalisé et envoie des offres promotionnelles des différents services de l'hôtel. Euromonitor prévoit que les services de conciergerie mobile se généralisent dans tous les secteurs de l'industrie touristique.

Le concierge 2.0 est un être à part. Il se spécialise, devient virtuel, mobile et branché sur les réseaux sociaux. Le but de ce dernier est de rendre le séjour du client inoubliable en s'adaptant à ses besoins et ses attentes. Tout au long du séjour, il accompagne ses clients et devient un assistant personnel. Il utilise les médias sociaux pour être en contact non seulement avec la clientèle de leur hôtel mais aussi avec l'ensemble des internautes.

Les chaînes d'hôtels sont de plus en plus actives dans le domaine. Four Seasons a créé un outil de planification de voyages sur l'application Pinterest. Les clients sont invités à s'abonner au tableau Pin.Pack.Go sur l'application et à y épingler leurs préférences en matière de visites. Un employé de la chaîne hôtelière propose aussi des suggestions en insérant sur le tableau des activités qui pourraient plaire au client.

Les jeunes vont davantage consulter les recommandations des voyageurs en ligne que frapper à la porte du concierge lors de leur séjour à l'hôtel. Devant cette constatation, la chaîne Marriott a engagé un adolescent pour tenir le rôle de concierge dans chacun de ses établissements situés en Australie.

Pour contrer l'aspect impersonnel du concierge, certains hôteliers lui ont inventé une personnalité. Par exemple, le Lutetia, à Paris, a créé de toutes pièces le personnage «Le Discret», un concierge mystérieux dont tout le monde parle, mais que personne n'a jamais vu, et qui alimente un blogue où il fait découvrir des adresses parisiennes.

Hyatt a invité les internautes à partager leur séjour de rêve sur différents médias sociaux avec son concept « We Are Listening ». Aimable, le concierge 2.0 d'Hyatt, répondait à certains d'entre eux par des capsules de vidéo humoristiques sur Twitter. Le but est de mettre en scène sa culture, son sens de l'écoute et son attention. Un concours a été mis sur pied pour que les utilisateurs de divers réseaux sociaux puissent exprimer leur rêve. Sept d'entre eux ont été choisis par Aimable et ont gagné

un séjour dans un hôtel de la chaîne en France afin que leur rêve devienne réalité. Le grand challenge de cette activation, c'est la conversation en temps réel, ou presque. Aimable s'adresse au plus grand nombre, et quand il est vraiment inspiré, il répond en vidéo !

Concernant la Suisse, la chaîne Novotel a déployé le concept du concierge 2.0 dans cinq de ses hôtels. Lancé en juin 2013, le service du concierge virtuel est disponible sur un écran installé dans le lobby. Les clients peuvent découvrir diverses informations sur la marque et ainsi trouver des recommandations quant aux activités à proximité de l'hôtel. Des informations pratiques telles que la météo ou encore les horaires de vols sont aussi mis à disposition. Par la suite, une application a été créée en septembre 2013, téléchargeable sur les produits Android et Apple. Elle permet d'accéder aux services du concierge virtuel en toute mobilité.

### **Sources**

Wearesocial.fr (2013). Un rêve de concierge avec Hyatt. Récupéré sur <http://wearesocial.fr/blog/2013/10/hyattadream/>

Veilletourisme.ca (2014). La révolution des concierges. Récupéré sur <http://veilletourisme.ca/2014/03/19/la-revolution-des-concierges>

Travelinside.ch (2013). Succès du concierge virtuel de Novotel. Récupéré sur [http://www.travelinside.ch/travelinside/fr/notdArchiv.php?we\\_objectID=28070](http://www.travelinside.ch/travelinside/fr/notdArchiv.php?we_objectID=28070)