



Technologies en hôtellerie : ce que le client veut

publié le 25/03/2017

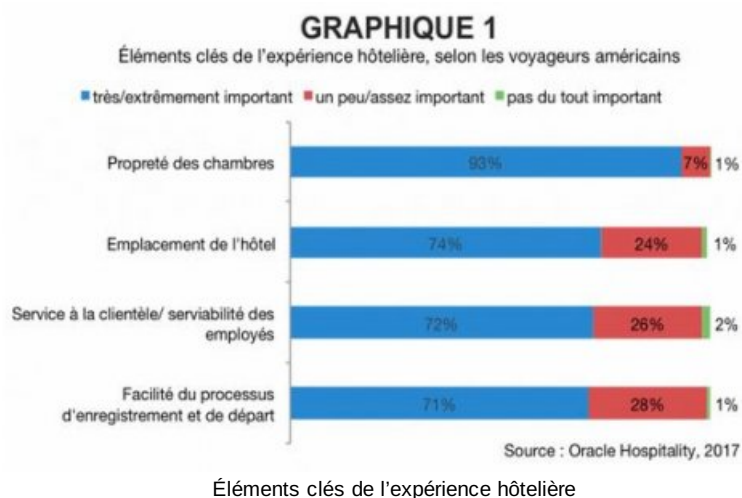
Descriptif :

Le facteur humain est la clé de l'expérience client en hôtellerie, selon un récent sondage. Mais les voyageurs souhaiteraient un plus grand accès à des outils technologiques pour améliorer leur séjour.

Le facteur humain est la clé de l'expérience client en hôtellerie, selon un récent sondage. Mais les voyageurs souhaiteraient un plus grand accès à des outils technologiques pour améliorer leur séjour.

En septembre 2016, Oracle Hospitality, fournisseur de solutions technologiques, a fait appel à Phocuswright pour mener un sondage auprès de 777 voyageurs américains ayant séjourné dans un hôtel dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 derniers mois. Le but était de comprendre comment les technologies influencent l'expérience de la clientèle hôtelière. Mesurer la satisfaction à l'égard de ces outils aide l'hôtelier à évaluer le retour sur investissement. En effet, si la technologie contribue à offrir une expérience mémorable, elle favorise la fidélisation de la clientèle. De plus, en identifiant les attentes de cette dernière en matière de technologie l'hôtelier peut investir judicieusement où le besoin se fait le plus ressentir.

L'humain reste le facteur de satisfaction numéro 1 [1](#)



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.