

Les nouvelles technologies sont aujourd'hui largement présentes dans tous les compartiments de notre vie...

## Et elles s'invitent maintenant aussi dans les hôtels !



Nous en avons déjà parlé à plusieurs reprises, les nouvelles technologies sont de plus en plus présentes dans les hôtels, surtout dans les grandes chaînes. Il suffit pour s'en convaincre de fréquenter des établissements aux quatre coins du monde, le recours aux cartes électroniques, smartphones et autres applications en tous genres facilite partout nos accès à certaines commodités, le contact avec les hôtes étant de plus en plus souvent réduit au strict minimum.

Cette réalité - de plus en plus rencontrée donc dans le secteur hôtelier de par le monde - n'est toutefois pas encore trop répandue chez nous, dans les petites structures de notre paysage. Mais ça ne saurait sans doute tarder ! Rappelez-vous, il y a un peu plus d'an, nous avons présenté en ces lignes l'application « *myGroomy* », développée par une start-up de la province, une 'app' spécialisée dans la conciergerie en ligne désormais plus connue sous « *GroomService* » que certains hôteliers luxembourgeois utilisent déjà à qui mieux mieux. Et quid du reste, nous direz-vous ! Ben oui, quid ? Au-delà de l'aspect purement 'tendance', il est tout à fait compréhensible, voire normal, que

l'hôtelier que vous êtes s'interroge sur l'apport réel de toutes ces avancées technologiques en termes de services utiles et/ou complémentaires. Avant de vous engager, voyons brièvement ce que recouvre l'une ou l'autre de ces technologies, juste pour juger de son intérêt pour votre business...

### Votre smartphone vous ouvre la porte de votre chambre d'hôtel...

Et commençons par les technologies pour smartphones. Eh oui, c'est le must actuel auquel succombent les grandes chaînes. Leur credo : plus besoin ni de clé, ni de carte magnétique ! Le Groupe Hilton l'a encore annoncé récemment à grand renfort de publicité, précisant qu'ils ont ajouté une nouvelle fonctionnalité à leur application pour smartphones... désormais au-

torisés à également ouvrir les portes de votre chambre. Plus largement même, l'application va permettre au client d'être en lien avec un tas d'autres services, lui permettant d'accéder aussi aux espaces communs ou à différents lieux et services réservés (parking, wellness, salles de réunion...). Ajoutez à cela d'autres possibilités, telles que le 'check-in' (la veille de son arrivée) ou encore la possibilité de choisir sa chambre au numéro près... Presqu'une révolution d'ailleurs, puisqu'à l'instar de ce qui se fait déjà couramment pour les réservations en ligne d'une voiture, d'un train ou d'un avion, l'ensemble ne requiert plus désormais de contact avec un personnel de faction à la réception de jour comme de nuit. Vous l'aurez compris, à travers le monde, l'objectif du Groupe Hilton est de rendre l'expérience client encore plus fluide à travers une application mobile renforcée, offrant la possibilité à chacun de mieux gérer, et de personnaliser, son séjour.

### La montre connectée...

Pareil pour la fameuse montre connectée ! Rappelez-vous, dès l'annonce de la sortie de l'Apple Watch, la ruée des 'addicts' avait créé un besoin. Un besoin vite comblé par les grands groupes hôteliers dont beaucoup s'étaient infiltrés dans la brèche, indiquant à leur clientèle la mise en place de dispositifs supposés leur faciliter l'accès aux établisse-

ments comme aux services. Sauf qu'avec un peu de recul, et vu le succès relatif du produit, la vraie question qui se pose touche à l'utilité de ce nouveau virage technologique. En 2016, la montre connectée est-elle un véritable atout pour l'hôtellerie ou est-ce un simple gadget ? Chacun jugera... Il n'empêche, certains de ces grands groupes ont tout de même élargi leurs applications pour que les fonctionnalités soient aussi accessibles sur la montre connectée. Ainsi, le Groupe Accor l'utilise, par exemple, comme canal de diffusion supplémentaire pour son application IOS AccorHotels. On y accède à des tas de services, dont l'heure exacte du check-in, des informations sur les services de l'hôtel, la consultation du solde de points de la carte de fidélité... D'autres ont carrément apporté la fonction « clé » à la montre connectée, ce qui permet au voyageur de contrôler sa réservation et d'accéder à sa chambre sans passer par la réception. Un plus certainement, mais est-ce fondamentalement utile ?

### Et le bracelet...

Comme d'ailleurs les bracelets aujourd'hui eux aussi connectés ! Oui, vous avez bien lu, on parle des bracelets en tous genres que l'on vous scelle au poignet pour tout et pour rien. De nos jours, c'est devenu un rituel, que vous assistiez à un festival de musique ou que vous séjourniez dans un cam-



ping, à votre arrivée, vous recevez un bracelet. Qu'il soit en tissu ou en silicone importe peu, la fonction première de l'objet est d'identifier rapidement les droits qui sont liés à ce précieux sésame. D'un simple coup d'œil, il est en effet facile de déterminer si vous avez le « pass » vous autorisant à assister au festival complet, ou seulement à une journée de spectacles, si vous êtes en demi-pension ou en formule « all-in »... Et comme tout évolue, sachez que, depuis peu, la technologie a aussi intégré ces bracelets de reconnaissance qui sont donc également devenus



connectés. Pour les professionnels, cette avancée permet tous les espoirs, les bracelets pouvant devenir eux aussi des clés d'accès à différents services, différentes commodités, différents plaisirs. Et pourquoi ne pourraient-ils pas bientôt être, eux aussi, prisés dans l'hôtellerie ?

### À quand les bracelets connectés dans l'hôtellerie ?

C'est vrai ça... quand des bracelets connectés vont-ils investir le secteur hôtelier ? On vient de le voir, cette technologie pourrait vite se généraliser (accès, achats, paiements... le tout retranscrit sur la facture). En simplifiant les démarches imposées aux clients durant leur séjour, ce système incite notamment... à la dépense ! Normal, il permet de générer des achats - et donc des revenus supplémentaires ! - même si le client n'a ni sa clé, ni son

portefeuille à portée de main. Sans compter que cet appareil intelligent est en mesure de récolter des données sur les habitudes des clients (heure de repas, produits et services les plus consommés...). Il permet ainsi à l'hôtelier de personnaliser l'expérience du client et sa relation avec lui. Ce qui laisse à penser que le bracelet connecté pourrait aussi devenir un outil de gestion capable de fluidifier le trafic au sein de l'établissement, de déterminer les endroits où le personnel est nécessaire, d'identifier les services les plus sollicités ou encore la fréquentation des différents espaces. Le système peut bien sûr, comme déjà évoqué, fonctionner en post-facturation (l'utilisateur règle en partant ses consommations et achats), ou encore selon modèle prépayé (il charge un solde X, puis effectue ses achats). Couplé à une interface de statistiques, qui permet

de suivre l'évolution du chiffre d'affaires et des transactions par point de vente, mais aussi d'en apprendre plus sur le client, il est donc un outil de gestion up-to-date. D'autres y voient en outre des avantages écologiques et économiques dans la mesure où ce bracelet commande automatiquement l'extinction des appareils électriques lorsque le client quitte sa chambre.

### Au final...

En fait, lorsqu'il s'agit de nouvelles technologies, les groupes hôteliers internationaux restent (très) attentifs quant à leur(s) utilité(s) pour le secteur. Chacune des avancées n'entraîne cependant pas forcément de véritable révolution dans l'industrie... reste quand même qu'il ne faut jamais louer le coche ! ■

Plus d'infos : Comptoir hôtelier du Luxembourg belge - 061 29 30 55



BIÈRE DE GAUME  
WWW.LARULLES.BE

