

BEST WESTERN® HOTELS & RESORTS PLACE L'OMNISCANALITÉ AU CŒUR DE SA STRATÉGIE DE RELATION CLIENT



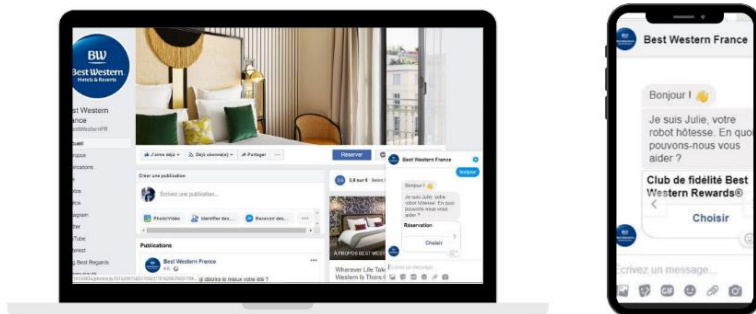
Diversification des points de contact

Initiée en 2018, Best Western® Hotels & Resorts poursuit la transformation digitale de sa relation client et capitalise sur une communication multicanale afin de faciliter le parcours de réservation de ses clients. Après le succès de son chatbot mis en ligne il y a deux ans sur son site e-commerce www.bestwestern.fr, puis la mise en place d'outils de messageries instantanées (Facebook Messenger et Apple Message), le groupe vient de déployer cette année un voicebot, un callbot et vient d'intégrer WhatsApp comme nouveau moyen de communication avec ses clients.

La volonté du groupe de diversifier ses canaux de communication s'inscrit dans une stratégie de digitalisation de son service client afin de s'adapter aux préférences et aux nouvelles habitudes de communication des clients. De plus en plus de consommateurs utilisent des enceintes connectées, des appareils domestiques intelligents, des chatbots et autre technologies « audio first ». Best Western® Hotels & Resorts s'invite sur ces nouveaux leviers relationnels pour converser avec ses clients avant pendant et après leur séjour.

Ces solutions d'assistance en ligne s'appuient sur l'intelligence artificielle couplée à de l'humain et intègrent une multitude de scénarii pour anticiper les questions des clients et les guider au mieux dans leur parcours d'achat.

Les réponses des bots évoluent en permanence selon l'actualité : nouveautés au sein des hôtels, offres du moment, changement de réglementation, annonces gouvernementales, services proposés dans les hôtels, club de fidélité Best Western Rewards® mais aussi conditions d'annulation. Tous ces scénarii ont été pensés par les équipes du service client pour anticiper les besoins des voyageurs et leur répondre de façon instantanée et efficace.



Panorama des services d'assistance automatisés de Best Western® Hotels & Resorts

A l'instar du chatbot, le voicebot et le callbot basculent les questions vers les équipes du service client en cas de requêtes plus complexes ou qui susciteraient une attention particulière de leur part. L'approche est entièrement phygitale.

Facebook Messenger, Apple Business Chat et WhatsApp : Avec 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois en 2021, WhatsApp est l'application de messagerie instantanée la plus populaire au monde. Le messaging est devenu un standard pour communiquer avec sa famille, ses amis, et aujourd'hui les marques. Depuis août, le service client de Best Western France est joignable également par WhatsApp Business.

Voicebot, disponible sur le site www.bestwestern.fr et sur le device Google Home. Le client peut directement poser ses questions à l'assistant vocal pour connaître les offres du moment, les mesures réglementaires en vigueur mais aussi des questions plus spécifiques aux hôtels comme par exemple « Y a-t-il un hôtel à Vannes qui accepte les chiens ? » Le robot répondra : « Oui, nous avons 2 hôtels à Vannes qui acceptent les animaux, le Roof et le Vannes Centre ». En utilisant le voicebot sur smartphone, en plus de la voix, un carrousel d'images défile avec le choix des hôtels. Le client peut soit répondre à la voix, soit cliquer pour consulter les établissements et continuer sur le site. La recherche vocale peut également se faire par enceintes connectées à Google Home.

Callbot : Il est accessible sur le numéro de téléphone du service Client de Best Western France 01 49 02 30 00 en dehors de ses heures d'ouverture, le soir et le weekend. A l'instar du voicebot, le callbot répond aux questions des clients et futurs clients. Ses scénarii sont régulièrement mis à jour selon les actualités du groupe, les services des hôtels, leurs coordonnées, les évolutions de la crise sanitaire et des mesures déployées sur place.

« Depuis 3 ans, nous abordons la relation client sous l'angle du digital et de l'omnicanalité. Que ce soit dans le cadre d'une demande d'information, d'une préparation de séjour ou d'une réservation, nos clients ont aujourd'hui la possibilité d'être en relation avec notre marque à tout moment, 24H sur 24. C'est un vrai plus en terme d'expérience et un réel élément de satisfaction pour eux. L'ensemble du parcours client est couvert et simplifié. Notre démarche s'enrichit au fur et à mesure des conversations, que ce soit avec nos chargés de clientèle ou avec les robots, et des avancées technologiques », précise Virginie Barboux, DGA en charge de la Communication, du Digital & de l'Expérience Client

À propos de Best Western® Hotels & Resorts :

Best Western® Hotels & Resorts est un groupe d'hôtels indépendants dont le siège social est basé à Phoenix en Arizona. Il compte près de 4500 hôtels répartis dans plus de 100 pays et en regroupe près de 300 en France*. Chaque hôtel affilié répond à des normes de qualité communes dans le monde entier tout en conservant sa propre personnalité et son indépendance. Le groupe est constitué de 16 marques qui couvrent tous les segments de marché, de l'économique au luxe : Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Vīb®, GLē by Best Western, Executive Residency by Best Western®, Sadie® Best Western, Aiden® by Best Western, BW Premier Collection® by Best Western, et BW Signature Collection® by Best Western. Depuis sa récente acquisition du groupe WorldHotels™, Best Western détient désormais les marques WorldHotels™ Luxury, WorldHotels™ Elite et WorldHotels™ Distinctive. Pour compléter son portfolio, le groupe possède également Sure Hotel by Best Western®, Sure Hotel Plus by Best Western® et Sure Hotel Collection by Best Western®. Depuis plus de 70 ans, Best Western® Hotels & Resorts se tient à l'écoute et au service de ses voyageurs. En tant que coopérative, le groupe cultive son caractère singulier et offre une distribution forte à ses hôtels affiliés, accompagné d'un soutien opérationnel, commercial et marketing. Son programme de fidélité Best Western Rewards® compte plus de 35 millions de membres dans le monde dont près de 570 000 en France. Il est l'un des rares programmes à faire gagner des points qui n'expirent jamais et qui peuvent être échangés dans n'importe quel hôtel du réseau.

*Ces chiffres sont susceptibles d'évoluer en fonction du développement de Best Western® Hotels & Resorts

Pour plus d'informations : <https://www.bestwestern.fr/>