#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU
MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

Comparer le taux de satisfaction online et celui de son chiffre d'affaire

L'influence des médias sociaux et sites d'avis en ligne est devenue de plus en plus importante ces dernières années. Les professionnels de l'hôtellerie se posent alors des questions sur leur rentabilité. Une étude de Cornwell University a fourni quelques réponses et a montré, entre autres, que plus les notes sont élevées, plus les hôtels peuvent augmenter leur prix.
C'est cette étude qui a mené le groupe hôtelier Best Western à comparer son taux de satisfaction sur Trip Advisor ou Booking et le prix moyen de ses hôtels. En effet, les analyses ont montré que les deux données sont liées et gagnent à être suivies de près. Si le taux de satisfaction sur Trip Advisor augmente, le chiffre d'affaire augmente.

AVANTAGES CLIENT INTERNE

Valoriser les métiers de la Relation Client
Les intégrer comme un maillon dans la chaîne de création de valeur

AVANTAGES ENTREPRISE

Centrer ses actions de développement sur la satisfaction client
Compenser a minima un taux d'occupation plus faible lié à une hausse des prix grâce à une note plus élevée
Montrer aux hôtels que même s'ils ont un bon remplissage de par leur localisation par exemple, avoir de bons retours clients permet d'impacter le prix moyen et donc son chiffre d'affaire

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris

#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU
MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

CONSEILS DE MISE EN PLACE

Ces éléments peuvent être utilisés lors de présentations du service client aux hôtels, ou lors d'accompagnement des hôtels dans l'amélioration de la qualité et de l'e-réputation

Cette bonne pratique a été partagée par Olivier COHN (Best Western) lors de la 37ème convention AMARC

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris