

COMMENT LE CORONAVIRUS VA MODIFIER LE COMPORTEMENT DE LA CLIENTÈLE HÔTELIÈRE



La crise du coronavirus a considérablement affecté la vie de milliards de personnes dans le monde au cours des derniers mois. Le tourisme s'est arrêté, les frontières ont été partiellement fermées, le trafic aérien a largement diminué et de nombreuses restrictions de voyage ont été mises en place dans le monde entier.

En bref, l'apparition du virus représente un défi sans précédent pour l'industrie. Mais ces événements dramatiques ne seront certainement pas permanents, et le tourisme a la capacité de se relancer. Les hôteliers sont optimistes de différentes manières, mais tout le monde s'accorde à dire que la vie et les habitudes des hôtels changent définitivement et seront façonnés par une nouvelle réalité dans l'ère post-coronavirus.

Les mesures d'hygiène et de sécurité seront la priorité absolue des hôteliers. Il est important d'anticiper le comportement des clients dans cette nouvelle situation pour être en mesure de répondre au mieux à leurs besoins. En période d'isolement social et d'évitement des contacts, il n'est pas surprenant que certains services retrouvent rapidement leur importance. Il est donc essentiel que les hôtels se préoccupent de ce que cela signifie pour leurs propres services de réservation.

Un point à noter ici est le changement de comportement des clients dans le service de chambre. Sur la base des données des utilisateurs de SuitePad dans environ 1000 hôtels en mars 2020, des conclusions intéressantes peuvent être tirées pour l'avenir. À cette époque, le coronavirus était déjà arrivé en Europe, mais les hôtels étaient encore ouverts.

Les commandes de service de chambre ont augmenté de façon spectaculaire

Les hôteliers rentables ont tendance à ne pas être de grands adeptes du service de chambre, car il a été extrêmement difficile d'offrir ce service de manière rentable ces dernières années. Souvent, il n'était proposé que pour répondre aux exigences de service des catégories de stars. Dans une situation modifiée par le coronavirus, le service de chambre deviendra beaucoup plus important car le client sera de plus en plus situé dans sa chambre.

En raison de la baisse du taux d'occupation des hôtels, le nombre absolu de réservations d'hôtels en mars 2020 était inférieur à celui de mars 2019. En termes de commandes de service de chambre, nous constatons une augmentation de 89 % par rapport à l'année dernière, ce qui montre que la consommation dans la chambre d'hôtel est indispensable dans un "monde corona". La peur de l'infection est relativement élevée chez les clients, et les alternatives manquent souvent en raison des fermetures et des restrictions dans les restaurants.

Les services hôteliers classiques, tels que le service de chambre, offrent soudain un grand potentiel pour répondre aux nouvelles exigences. Mais cela signifie aussi que ce service doit être organisé plus efficacement. On soupçonne que le service de chambre offrira moins d'options et, en tant qu'hôtel, vous devez être particulièrement préparé à l'augmentation des commandes de petit déjeuner.

Idées créatives pour les petits déjeuners dans les hôtels

Il faudra de toute façon repenser l'offre de petit déjeuner pour se conformer aux nouvelles règles de distanciation sociale. De nombreux hôtels indiquent que même si la demande des clients augmentait considérablement, ils ne pourraient pas exploiter leur hôtel à 100 % d'occupation parce que les capacités des salles de petit-déjeuner ne répondent pas aux nouvelles exigences. Pour cette raison, une offre de petit-déjeuner créative serait très bénéfique.

Cela permettrait de réduire le nombre de clients dans la salle de petit-déjeuner et contribuerait à répondre aux exigences de sécurité. En même temps, il ne s'agirait pas d'un petit-déjeuner classique à la carte, ce qui réduirait au minimum les efforts du personnel de l'hôtel. Le petit-déjeuner pourrait être facilement composé comme un paquet par le client (par exemple, dans différentes variantes de "Vegan" à "Sweet"). Il serait commandé numériquement avec l'heure de livraison et l'employé accrocherait un sac avec les aliments commandés le jour suivant. D'autres hôtels envisagent de mettre en place des systèmes de feux de circulation. Le client choisirait une heure de petit déjeuner la veille au soir et réserverait une table par voie numérique. L'utilisation excessive aux heures de pointe serait ainsi réduite au minimum.

En outre, on peut supposer que le comportement des clients changera également à long terme. C'est-à-dire, au moins jusqu'à ce qu'un vaccin soit disponible. Par exemple, certains clients éviteront de rester au restaurant ou s'abstiendront de quitter l'hôtel. Cela représente également une opportunité pour les hôteliers de remplacer les revenus obtenus à l'extérieur dans le passé par ceux générés par leur propre activité. Les périodes d'affluence dans les salles de petit-déjeuner bondées semblent désormais bien loin, mais le développement du vaccin peut se poursuivre jusqu'en 2021. Si les hôtels veulent générer des revenus d'ici là, il faudra improviser et s'adapter.

Chambres d'hôtel comme bureau à domicile

Le service de chambre et les nouvelles offres de petit-déjeuner ne doivent pas être les seuls services qui pourraient être optimisés pour les chambres. Les autres offres sont certainement fortement dépendantes du niveau de service et de la clientèle. Dans les hôtels d'affaires - qui sont déjà partiellement convertis en bureaux à domicile - les services habituels, comme l'impression de documents, jouent certainement un grand rôle.

Dans les établissements de loisirs, il est important de se demander si les cures thermales continueront à avoir lieu dans la même chambre, l'une après l'autre, ou s'il faut prévoir plus de temps pour le nettoyage ou si certaines parties du processus pourraient être déplacées dans la chambre du client.

Ce qui est certain, c'est que le monde sera différent à l'ère post-coronavirus et que ce sera un grand défi pour l'industrie.

Date: 2020-05-18

Article link:

<https://www.tourism-review.fr/service-de-chambre-offrent-un-grand-potentiel-news11538>