

Tout tourne autour de l'évaluation du client (ou Comment les avis en ligne des clients sont cruciaux pour les hôtels)

Vivre à l'ère des communications électroniques

En 2022, les utilisateurs d'internet aux États-Unis représentaient plus de 90 % de la population américaine et passaient plus de trois heures par jour en ligne¹. L'une des raisons les plus populaires d'utiliser l'internet est d'exprimer son opinion². En raison de la portée étendue de l'internet, le "bouche à oreille" électronique influence un public beaucoup plus large que le bouche à oreille traditionnel.

Quels impacts ont les commentaires des clients sur les hôtels?

Selon certaines études, 85 % des consommateurs font autant confiance aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles³ et un peu plus de la moitié des voyageurs ne réserveront pas un hôtel qui n'a pas fait l'objet d'avis⁴.

Les utilisateurs font davantage confiance aux mauvaises évaluations qu'aux bonnes. Les mauvaises évaluations sont considérées comme fiables quel que soit le nombre d'avis, tandis que les bonnes ne sont dignes de confiance que lorsqu'elles sont accompagnées d'un grand nombre d'avis. En résumé, ce que les clients disent des hôtels influence considérablement les clients potentiels, surtout si les commentaires sont négatifs.

Les avis positifs se traduisent par une augmentation des recettes. Une étude de la Harvard Business School⁵ a montré qu'une augmentation d'une étoile sur Yelp (l'un des principaux concurrents de TripAdvisor) peut entraîner une hausse de 5 à 9 % du chiffre d'affaires des hôtels. C'est pourquoi il est si important pour les hôtels d'obtenir le plus d'avis positifs possible.

Qu'est-ce qui est le plus important pour les clients?

Selon le 2023 State of the Hotel Industry Report de l'American Hotel and Lodging Association (AHLA), la propreté est l'un des trois facteurs les plus susceptibles d'influencer le choix d'un client de séjourner dans un hôtel. Près de la moitié des personnes interrogées (45 %) ont

¹ <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/#topicOverview>

² <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/#:~:text=As%20of%2022%2C%20the%20estimated,66%20percent%20of%20global%20population.>

³ <https://www.stayntouch.com/blog/how-online-reviews-impact-hotel-revenue/>

⁴ <https://www.reputationdefender.com/blog/online-reviews/20-stats-about-online-reviews-that-hotelierees-need-to-know>

⁵ <https://prenoHQ.com/blog/reviews-for-your-hotel-why-theyre-important-and-8-ways-to-secure-them/#:~:text=Dans l'ensemble%2C%20online%20reviews%20are%20an,to%20stay%20at%20your%20establishment.>

déclaré que la propreté générale et les protocoles de sécurité influencent leur choix (contre 37% avant la pandémie).

En fait, la propreté est si importante que les associations américaine et canadienne des automobilistes (AAA et CAA) ont mis en place un nouveau système d'évaluation, la désignation *Inspector's Best of Housekeeping*, afin d'identifier les hôtels ayant des pratiques de propreté exemplaires⁶.

Environ trois quarts des voyageurs sont prêts à payer plus cher pour un hôtel mieux noté⁷, il est donc essentiel que les hôtels soient réputés pour la qualité de leur service et leur professionnalisme.

Malheureusement, l'industrie hôtelière est actuellement confrontée à d'importantes pénuries de personnel. Sachant qu'un tiers des travailleurs de l'hôtellerie ne reviendront pas dans le secteur parce qu'ils veulent un meilleur salaire, et qu'une option de paiement mobile augmente les pourboires de manière significative (30%), il s'ensuit qu'offrir une application de pourboire électronique comme **Tip&Go** a beaucoup de sens.

En contribuant à attirer et à retenir la main-d'œuvre **Tip&Go** améliore les chances des hôtels d'obtenir des avis favorables et, par conséquent, des recettes plus élevées.

Francis Léonard, PDG



⁶ <https://www.smartmeetings.com/destinations/118926/aaa-rating-reports-cleanest-hotels>

⁷ <https://www.siteminder.com/r/marketing/hotel-online-reviews/online-reviews-importance-managing-hotel/>