



Êtes-vous loyal?

Les hôtels proposent souvent des programmes de fidélisation à leurs clients. Retournez-vous souvent dans le même hôtel pour profiter des récompenses ? Je suis plutôt du genre à rechercher les meilleures offres en ligne 😊.

Histoire des programmes de fidélisation^{1,2}

Un programme de fidélisation est une stratégie de marketing conçue pour encourager les clients à continuer à faire leurs achats ou à utiliser les services d'une entreprise associée au programme.

Benjamin Talbot Babbitt est probablement le véritable créateur du programme de fidélisation moderne. Né en 1809, Babbitt a mis au point un procédé bon marché pour fabriquer un ingrédient de base essentiel de la levure chimique. Il a rapidement développé son entreprise pour y inclure la

¹ <https://loyaltyrewardco.com/the-true-history-of-loyalty-programs/>

² <https://www.ezeeabsolute.com/blog/hotel-loyalty-program/#:~:text=En%20février%201983%2C%20Holiday%20Inn,free%20or%20discounted%20partner%20flights>

levure, la levure chimique et le savon en poudre. Il fut le premier à vendre des barres de savon emballées individuellement, le "Babbitt's Best Soap" devenant un nom familier dans tous les États-Unis. Dans les années 1850, Babbitt Inc. a lancé un programme invitant les clients à découper et à collecter les "marques" sur les emballages de Best Soap et de 1776 Soap Powder, qu'ils pouvaient ensuite échanger contre des lithographies en couleur en les envoyant à l'entreprise.

Dans le secteur de l'hôtellerie, deux grandes marques ont lancé des programmes de fidélisation. En février 1983, *Holiday Inn* a lancé le tout premier programme hôtelier. En novembre 1983, *Marriott* lui a emboîté le pas. Au départ, les programmes de fidélisation étaient associés aux compagnies aériennes. Les récompenses obtenues pouvaient être utilisées pour réserver des vols gratuits ou à prix réduit. Toutefois, après un certain temps, les hôteliers ont constaté que ces programmes étaient plus avantageux pour les compagnies aériennes que pour eux. Ils ont donc commencé à développer leurs propres programmes, dans le cadre desquels les clients pouvaient utiliser des points de récompense pour réserver une chambre ou bénéficier d'autres services hôteliers. Quatre grandes marques hôtelières - IHG, Marriott, Hilton Worldwide et Starwood Hotels & Resorts Worldwide - ont été les premières à mettre en place des programmes de fidélisation.

Types de programmes de fidélisation dans les hôtels³

Il existe essentiellement trois types de programmes de fidélisation :

- *Système de points* - système le plus courant dans lequel les clients gagnent un certain nombre de points par achat, par exemple pour la réservation de leur chambre.
- *Récompenses instantanées* - particulièrement utiles pour les milléniaux, car elles garantissent un retour dès le départ. Le simple fait d'adhérer à ce programme devrait donner lieu à une récompense, comme une bière ou un vin gratuit au restaurant de l'hôtel.
- *Récompenses en partenariat* - Il s'agit d'un partenariat avec des entreprises locales du secteur des voyages, du tourisme et de

³ <https://www.littlehotelier.com/blog/increase-your-revenue/simple-loyalty-programs-bnbs/>

l'hôtellerie pour mettre en place un système de récompenses spécialisé. L'objectif principal est de s'associer à une entreprise qui fournit un service dont les clients ont besoin, par exemple en leur offrant une réduction de 20 % sur leur repas dans un grand restaurant local ou en leur proposant des excursions à moitié prix.

Statistiques sur la fidélisation dans l'hôtellerie^{4,5,6}

- 44 % des clients d'hôtels déclarent que les programmes de fidélisation influencent leur choix d'hôtel.
- Les clients fidèles d'un hôtel dépensent 22 % de plus que les clients irréguliers et restent 28 % plus longtemps.
- Les grandes chaînes hôtelières affirment que les membres fidélisés réservent environ 60 % des nuits.
- Ce que les milléniaux recherchent dans un programme de fidélité hôtelier, c'est de pouvoir choisir leurs récompenses (61 %), de personnaliser leur expérience (par exemple, le choix de la chambre, l'heure de départ) (57 %) et d'obtenir un surclassement dans la chambre (54 %).
- Selon une analyse réalisée par Nerdwallet en janvier 2024, *Wyndham* possède le programme de fidélité le plus intéressant : si vous dépensez 100 \$ dans un hôtel Wyndham, vous récupérez environ 12 \$ en points de fidélité 😊!

Avantages pour les hôtels⁷

Pour les hôtels, proposer des programmes de fidélisation peut :

- Accroître la fidélisation des clients et augmenter le nombre de réservations directes. Les clients inscrits à un programme de

⁴ <https://www.onlinedasher.com/hotel-loyalty-program-statistics/#:~:text=Hotel%20Loyalty%20Program%20Statistics%3A%20The,more%20than%20133%20million%20members>

⁵ https://www.oracle.com/webfolder/s/delivery_production/docs/FY16h1/doc11/global-survey-data-insights.pdf

⁶ <https://www.nerdwallet.com/article/travel/most-valuable-hotel-rewards-programs>

⁷ <https://www.linkedin.com/pulse/benefits-loyalty-programs-hotels-bookingsuccess/>

fidélisation ont tendance à réserver plus fréquemment et à dépenser plus d'argent pendant leur séjour.

- Améliorer la satisfaction des clients, ce qui peut conduire à des commentaires positifs et à une augmentation du bouche-à-oreille.
- Distinguer l'hôtel de ses concurrents. Les clients sont plus enclins à réserver dans un hôtel qui propose un programme de fidélisation, surtout si les avantages sont attrayants.
- Améliorer les campagnes de marketing en utilisant les données sur les préférences des clients, les modèles de réservation et les habitudes de consommation.

Qu'ils soient "fidèles" ou non, tous les clients attendent un excellent service lorsqu'ils séjournent dans un hôtel. Malheureusement, le manque de personnel est le problème NUMÉRO 1 dans l'industrie hôtelière. C'est pourquoi offrir une solution de pourboire mobile comme **Tip&Go** est un grand avantage car elle peut augmenter les salaires des employés! **Tip&Go** ne résoudra pas le manque de personnel, mais il contribuera grandement à le réduire 😊!

Francis Léonard PDG

The logo for Tip&Go features the word "tip" in orange, an ampersand "&" in purple, and "go" in orange. The letters are bold and rounded.

L'humain derrière votre confort

www.tip-go.com