

LE SECTEUR DE L'HOSPITALITY FACE A LA CRISE SANITAIRE

Comment le secteur de l'hospitality s'adapte et se réinvente en réponse à cette épidémie sans précédent ?

By thinkmarket

I - Les mesures restrictives du confinement ont impacté de plein fouet les acteurs de l'hôtellerie



de taux d'occupation constaté dans les hôtels de Paris au mois de juin 2020 (au sein des 39% du parc qui avait rouvert)¹

18,3%

RESERVED

- 85%

des réservations Booking mars 2020²



- 82,3%

du chiffre d'affaires par chambre disponible (RevPar) en juin 2020 vs juin 2019, selon STR³

- 92%

de CA sur l'ensemble du 2ème trimestre 2019⁴

thinkmarket business shift consulting

II - Afin de gérer l'urgence et la crise, les acteurs ont du réagir rapidement



Près de 40 Hôtels mis à disposition de soignants et de sans abris⁵

ACCOR

airbnb

Plateforme facilitant le rapprochement entre soignants et propriétaires loueurs⁶

Solidarité



Flexibilisation de la politique d'annulation et mise en place de bons d'achat « voucher »⁷

Accompagnement des voyageurs en facilitant l'accès à de l'information fiable sur les restrictions de voyages

Maintien de la préférence de marque pendant le confinement via la promotion d'expériences à réaliser chez soi (cuisine, DIY, sport...)

Expérience client



Réduction du personnel 25% pour Airbnb⁸
Licenciement de 1300 employés dans le groupe Hyatt⁹

Demandes d'aides gouvernementales 11,5% des dossiers déposés pour des prêts garantis par l'Etat concernent le secteur du tourisme¹⁰

Economie

thinkmarket business shift consulting

III - C'est en adaptant leur proposition de valeur à ses nouvelles contraintes qu'ils débutent aujourd'hui un plan de reconquête de leur parts de marché



Rassurer la clientèle en répondant parfaitement aux nouvelles normes sanitaires

1/ Renforcement des mesures sanitaires sur l'ensemble des points de contact du parcours clients : sécurisation des établissements et parties communes (lobby, desk, ascenseurs...), restauration adaptée, port du masque obligatoire, limitation des contacts, protection des clients et du personnel

2/ Adoption de nouveaux protocoles et mise en avant de certifications et labels afin de garantir voire marketer les mesures d'hygiène¹¹, la santé et les protocoles de décontamination (B&B avec Socotec, Accor avec Bureau Veritas...)¹²

Adapter l'offre de service et flexibiliser les politiques commerciales

1/ Revalorisation des équipements et services déjà existants : places de parking, espaces verts, ...

2/ Création d'offres rassurantes pour le client : réservation flexible et annulable, mise en avant du respect des conditions sanitaires, service client réactif et disponible

3/ Création d'offres spéciales pour accueillir les particuliers en télétravail (ex : Location à la journée dans l'hôtel The Barns)



Reconquérir la clientèle domestique

1/ Accompagnement proactif des clients dans leurs démarches d'échanges pour les destinations non desservies

2/ Mise en place d'une stratégie d'acquisition tournée vers des destinations locales (40% des familles envisagent de rester dans leur région pour les vacances¹³) à l'aide de promotions ciblées et d'offres packagées personnalisées

3/ Création de plateformes solidaires comme « Sauvetonhôtel.com » proposant des bons d'achat à durée limitée et valables dans les hôtels et restaurants partenaires en France¹⁴

thinkmarket business shift consulting

Retrouvez Thinkmarket sur :



Pour en savoir plus : www.itstimetoshift.consulting