

La technologie, condition sine qua non pour les décisions de voyage en 2022 (Hôtelier)

La technologie deviendra une composante essentielle qui définira les décisions de voyage en 2022, a souligné le Senior vice-président pour la région Moyen Orient et Afrique à Radisson Hotel Group, Tim Cordon.

"Pendant la pandémie, la technologie a aidé les entreprises à rester en contact avec leur public, mais en 2022, elle deviendra encore plus une composante essentielle des voyages", affirme l'hôtelier.

A cet égard, il a fait savoir que de nombreux pays ont d'ores et déjà mis en place des passeports vaccinaux numériques, tandis que les hôteliers et les voyageurs ont adopté l'enregistrement et l'embarquement sans contact.

A cet effet, il a relevé que Radisson permet à ses clients d'accéder à ces types de services pour une expérience flexible, efficace et personnalisée.

Cette initiative s'inscrit dans le prolongement de l'entrée sans clé par smartphone des hôtels Radisson RED et permet désormais aux clients de tous les hôtels Radisson de s'enregistrer en ligne, de s'enregistrer et de se rendre directement à leur chambre dès leur arrivée dans le hall de l'hôtel, a-t-il ajouté.

Il est possible également d'utiliser les fonctions de conciergerie et de chat en direct pour demander des services en chambre ou autres demandes pendant leur séjour.

Par ailleurs, il a insisté sur l'importance de considérer la raison d'être avant le profit, notant à cet égard, que Radisson Hotel Group est fermement convaincu que sa raison d'être doit guider chacune de ses décisions, et il en va de même avec la pandémie.

Alors que le profit est souvent considéré comme secondaire par rapport à leur vocation, les entreprises axées sur leur mission et raison d'être dépassent leurs concurrents de 42 %, ceci au moment où 52 % des consommateurs préfèrent soutenir les marques qui ont une mission bien définie, a-t-il fait valoir.

Pour 2022, le senior vice-président a estimé que ces chiffres ne feront qu'augmenter, vu que les clients recherchent du sens, des expériences uniques et des interactions engageantes.

En outre, il est revenu sur le voyage écoresponsable et durable, le considérant loin d'être une simple tendance. Ces dernières années, de plus en plus d'opérateurs du secteur du voyage et du tourisme ont compris que la durabilité n'est pas seulement bonne pour l'environnement, mais qu'elle l'est en business.

Dans ce sens, M.Cordon a rappelé qu'en novembre, le Conseil mondial du voyage et du tourisme - la Sustainable Hospitality Alliance - et des groupes hôteliers de premier plan tels que Jin Jiang International (Holdings) Co. ont

présenté un cadre de référence de la durabilité qui sera officiellement lancé en mars 2022.

Accessible aux acteurs hôteliers du monde entier, ce cadre renforce et complète le Pathway to Net Positive Hospitality de la Sustainable Hospitality Alliance, qui aide les hôtels à améliorer leur impact sur notre planète.

Cela démontre que le secteur s'oriente vers de meilleures pratiques, mais aussi vers un avenir plus durable.

"Dans ce sens, au Radisson Hotel Group, nous avons récemment mis en place un procédé nous permettant d'organiser des réunions et des événements à bilan carbone négatif", affirme M.Cordon.

Côté santé et sécurité, il a indiqué qu'elles sont la priorité de tous, notant que les voyageurs du monde entier continueront à être beaucoup plus conscients et prudents, même si de plus en plus de pays s'ouvrent et que davantage de personnes sont vaccinées.

Au Radisson Hotel Group, les protocoles de sécurité et d'hygiène les plus élevés possibles sont mis en place dans tous les hôtels en partenariat avec SGS, l'une des principales sociétés d'audit et de mise en service au monde.

Ainsi, un client rassuré quant aux mesures de santé et de sécurité bien définies mises en place et visibles pour vos clients leur donnera une assurance tout au long de leur expérience et restera un facteur décisif pour la reprise des affaires