

Étude de cas

industrie hôtelière

RICOH
imagine. change.
imaginer. changer.

InterContinental Hotels Group (IHG)

Ricoh aide l'IHG à améliorer la satisfaction de sa clientèle en rendant l'information mobile



À PROPOS DU CLIENT

Lorsqu'il s'agit d'hôtels, les choix de modalités d'hébergement ou de salles de réunion sont infinis. Le prix, les avantages et la proximité ne sont plus les seuls facteurs déterminants. Ce sont toujours des aspects importants, bien sûr, sauf qu'il y a également d'autres éléments à considérer, notamment la capacité de l'hôtel à répondre aux besoins des clients. Si ces besoins ne sont pas comblés, les clients peuvent exprimer leur frustration au monde entier au moyen de nombreux réseaux en ligne, tels que TripAdvisor®, Yammer®, Facebook® et Twitter®, entre autres.

L'InterContinental Hotels Group (IHG) est une organisation-cadre qui coordonne des marques hôtelières économiques et de luxe, dont InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza®, Holiday Inn®, Hotel Indigo® et Candlewood Suites®. Comme tous ses concurrents, l'IHG est très soucieux des commentaires de ses clients concernant leurs expériences hôtelières. L'organisation surveille constamment ses cotes de satisfaction globale des clients (OSAT) et dispose de personnel chargé de répondre rapidement aux plaintes en ligne et aux critiques peu favorables.

Cependant, l'IHG va encore plus loin quant à la collecte et à l'évaluation de l'information. En utilisant une formule exclusive, il établit une cote « heartbeat » qui rassemble les commentaires provenant de sources en ligne — et de son propre centre d'appels — afin de connaître ce que ressentent vraiment ses clients par rapport à ses hôtels.

Cet outil s'est avéré extrêmement révélateur. De récentes tendances de la cote ont dévoilé un certain mécontentement vis-à-vis des services d'affaires — surtout concernant la mobilité de l'information — dans les hôtels Crowne Plaza. En tant qu'hôtel à service complet avec amplement de chambres et de salles de conférence, Crowne Plaza est un choix populaire pour les organisations qui cherchent à organiser des conférences d'affaires partout dans le monde.

DÉFI

- Aucun accès à l'impression mobile pour les clients des hôtels
- Centres d'affaires éloignés des salles de conférence
- Augmentation du nombre de plaintes en ligne
- Adoption par les franchises

SOLUTION

- Projet pilote pour l'impression mobile
- Application de marque IHG pour l'impression mobile et imprimantes compatibles avec HotSpot
- Imprimantes placées près des salles de conférence
- Service et soutien locaux

RÉSULTATS

- Impression mobile prête pour une mise en œuvre étendue
- Amélioration des cotes et de l'expérience client
- Baisse soudaine du nombre de plaintes des clients concernant l'impression mobile
- Possibilité d'expansion de l'impression mobile vers les halls d'hôtel

Étude de cas

RICOH
imagine. change.
imaginer. changer.

Voulant éviter que le problème persiste et s'aggrave en raison des critiques en ligne, l'IHG a réagi. Il a cherché un partenaire pour mener un projet pilote de l'impression mobile dans plusieurs hôtels Crowne Plaza afin de déterminer à quel point il pourrait simplifier l'accès à l'information pour ses clients — n'importe où, n'importe quand et à partir de n'importe quel appareil.

DÉFI

Comme le veut l'adage, c'est la roue qui grince qui a besoin d'huile. Les clients qui profitaient du Crowne Plaza pour organiser leurs conférences manifestaient de plus en plus leur mécontentement vis-à-vis l'impression dans les centres d'affaires sur place de l'hôtel. Les hôtels Crowne Plaza n'offraient pas l'impression sans fil, donc les participants devaient se connecter pour imprimer — ce qui les obligeait d'utiliser les centres d'affaires sur place. Cependant, ces centres d'affaires étaient souvent très éloignés des salles de conférence, obligeant alors les participants à marcher pendant dix minutes simplement pour récupérer leurs impressions, puis à marcher dix minutes de plus pour revenir à leur salle de conférence.

« Des participants aux conférences nous ont dit que l'impression dans nos hôtels Crowne Plaza était gênante et qu'ils voulaient avoir accès à l'impression mobile », a noté Bert Omer, chef de l'approvisionnement d'hôtel mondial de l'IHG. « Il fallait résoudre ce problème afin de préserver l'attrait de nos hôtels en tant que destinations de conférence. »

Refusant de faire circuler l'information de ses clients sur son réseau interne hautement sécurisé qui gère les réservations et les paiements, l'IHG voulait un réseau distinct pour permettre l'impression mobile. Toutefois, il n'était pas encore prêt à se lancer dans une mise en œuvre répandue sans d'abord tâter le terrain pour déterminer si l'impression mobile serait bien accueillie par les propriétaires des hôtels Crown Plaza, étant donné que la plupart des hôtels constituent des franchises indépendantes.

De plus, l'IHG a insisté sur un projet pilote mondial. Voulant éviter d'effectuer un essai limité aux États-Unis, puis de pousser la mise en œuvre à l'échelle mondiale, l'IHG avait besoin d'un partenaire qui pouvait effectuer des essais dans quatre régions du monde, soit la Chine, l'Amérique latine, l'Europe et les États-Unis.

« La plupart des plaintes concernant le manque d'impression mobile provenaient de la Chine et de l'Amérique latine », a remarqué M. Omer. « De là, nous avons choisi un emplacement en Europe — à Paris — ainsi que notre hôtel Crowne Plaza à Portland, en Oregon, aux États-Unis, car il affichait le plus grand nombre de réunions. »

En outre, l'IHG jugeait que l'équipement d'impression était un aspect secondaire de l'initiative. Il était surtout concentré sur le logiciel — plus particulièrement sur l'application mobile — dont se serviraient les clients pour imprimer à partir de leurs appareils personnels. L'IHG était conscient que les clients hésiteraient à télécharger une application d'un fournisseur tiers en raison des préoccupations liées à la sécurité. D'ailleurs, ces préoccupations risqueraient d'éclipser la commodité pour les clients — ce qui rendrait inefficace toute solution d'impression mobile. L'IHG avait besoin d'un partenaire possédant l'expertise pour livrer les bonnes technologies d'impression mobile et la volonté de les associer à la marque Crowne Plaza.

L'IHG avait besoin d'un partenaire possédant l'expertise pour livrer les bonnes technologies d'impression mobile et la volonté de les associer à la marque Crowne Plaza.

Étude de cas

RICOH
imagine. change.
imaginer. changer.

SOLUTION

Tout d'abord, il fallait trouver le bon partenaire pour la mobilité de l'information. L'IHG a évalué trois fournisseurs, y compris Ricoh, en cherchant le meilleur partenaire pour mener une solution pilote pour l'impression mobile. Il a passé en revue diverses offres matérielles et logicielles afin d'en examiner le fonctionnement, la connexion au réseau et la largeur de bande pour faire le choix optimal. Autre point important : quelle application avait la meilleure apparence? Seul Ricoh était disposé à fournir une application mobile et des imprimantes qui reflèteraient la marque de l'IHG.

« Ricoh a compris notre besoin de maintenir notre marque et a tout codé en conservant la présence de celle-ci dans l'application et sur les imprimantes », a souligné M. Omer. « Au final, ils ont fourni à nos clients une solution transparente. »

L'IHG a également adopté une approche unique pour la communication de ses besoins. Omer a simplement fourni sa grande vision pour l'impression mobile en permettant à chacun des fournisseurs d'offrir ses recommandations précises pour la concrétiser.

« Je ne veux pas des fournisseurs qui vont simplement me réciter ma vision. Je veux des fournisseurs qui remettent en question ma vision », a expliqué M. Omer. « J'ai choisi Ricoh parce qu'ils nous ont offert une solution d'impression mobile qui dépassait de loin ce que j'avais imaginé. C'est clair qu'ils s'y connaissent très bien dans ce domaine. »

Ayant conclu une entente, l'IHG et Ricoh ont amorcé un projet pilote mondial de six mois. Ricoh a installé des imprimantes compatibles avec HotSpot et a mis en œuvre l'application HotSpot pour permettre l'impression mobile harmonieuse dans les quatre emplacements du projet. La solution a également inclus l'environnement en nuage intégré de Ricoh, qui offre l'impression mobile comme service infonuagique.

Grâce à cette solution d'impression mobile, les clients des hôtels peuvent simplement lancer l'application et envoyer leurs tâches à l'imprimante à partir de leur ordinateur

« Les deux autres fournisseurs que nous avons évalués font appel à des tiers pour le soutien. Seul Ricoh était disposé à envoyer ses propres employés — peu importe l'emplacement de l'hôtel. »

portable, leur tablette ou leur téléphone intelligent en utilisant le nuage. Les clients reçoivent alors un code à quatre chiffres qu'ils saisissent à l'imprimante afin de récupérer leurs documents. Si les documents ne sont pas relâchés dans les 72 heures, la tâche d'impression est supprimée afin de garantir qu'aucune information ne demeure dans l'imprimante qui pourrait tomber entre les mains de personnes mal intentionnées.

Ricoh a également placé des imprimantes de marque IHG près des salles de conférence afin que les participants n'aient pas à marcher plus que quelques pas pour récupérer leurs impressions. Ricoh a même fourni un chariot pour soutenir chaque imprimante afin que les employés de l'hôtel puissent facilement déplacer l'appareil à la salle de conférence d'un événement en cours.

« La solution d'impression mobile de Ricoh a donné exactement les résultats que nous voulions », a affirmé M. Omer. « Bien que les coûts liés à l'impression aient augmenté pour nos propriétaires de franchise, le retour sera une hausse de la réservation des salles de conférence et du service des aliments et boissons — soit l'élément le plus rentable pour un hôtel à service complet. »

En raison de la réussite du projet pilote, Ricoh et l'IHG effectuent une mise en œuvre de la solution d'impression mobile dans tous les hôtels Crowne Plaza à l'échelle mondiale. Chaque propriétaire de franchise hôtelière a le choix de mettre en œuvre la solution, qui dépend largement sur le volume de conférences à chaque site. Pour les hôtels choisissent d'effectuer la mise en œuvre de l'impression mobile, Ricoh s'occupe entièrement de l'installation et de la formation des employés. Ricoh est également la principale source de soutien pour chaque hôtel muni de capacités d'impression mobile — un aspect sur lequel l'IHFG a insisté avant de conclure l'entente.

Étude de cas

RICOH
imagine. change.
imaginer. changer.

« Les hôtels qui utilisent la solution en sont très satisfaits. Elle gagne du terrain et l'utilisation continue d'augmenter. »

Amélioration des cotes et fin des critiques en ligne

Les cotes de satisfaction globale des clients et « heartbeat » des hôtels Crowne Plaza ont nettement augmenté depuis la mise en œuvre de l'impression mobile. D'ailleurs, les plaintes concernant le manque d'impression mobile dans ces hôtels brillent par leur absence dans le monde virtuel.

« Nos clients sont heureux, les appareils fonctionnent et Ricoh nous a soutenus exactement comme nous le voulions », a remarqué M. Omer. « Tout a répondu exactement à nos attentes. »

Moins de centres d'affaires et une meilleure expérience à la réception

Avec autant de clients équipés actuellement d'appareils sans fils, le centre d'affaires traditionnel des hôtels est de moins en moins utilisé. Les imprimantes et les ordinateurs de bureau dédiés et situés dans des petits espaces éloignés sont dépassés et peu pratiques pour le monde branché d'aujourd'hui.

Dans cette optique, l'IHG et Ricoh discutent maintenant de comment l'impression mobile peut différencier davantage la marque IHG. À titre d'exemple, l'équipe envisage de mettre en place la technologie de l'impression mobile dans les halls des hôtels IHG — l'épicentre de l'activité des hôtels — où l'énergie des cafés, des téléphones et de l'activité des tablettes pourrait converger pour permettre aux clients d'imprimer des cartes d'embarquement, des billets d'événements et même des offres spéciales sur le pouce.

Mise à profit de l'équipement et amélioration de la productivité

La nouvelle solution d'impression mobile a incité l'IHG à trouver des moyens de renforcer les flux de travaux internes et la productivité des hôtels. Loin d'être des imprimantes de bureau standards, les appareils compatibles avec HotSpot de Ricoh pourraient un jour être utilisés pour télécharger une portion des impressions quotidiennes du personnel des hôtels qui n'exigent pas de stricts protocoles de sécurité.

« Voilà des appareils haut de gamme et rapides qui pourraient potentiellement s'avérer encore plus utiles », a conclu M. Omer.

« Les deux autres fournisseurs que nous avons évalués font appel à des tiers pour le soutien. Seul Ricoh était disposé à envoyer ses propres employés — peu importe l'emplacement de l'hôtel », a indiqué M. Omer. « Ricoh s'occupe désormais de toutes les réparations. »

Ricoh a également affecté un gestionnaire de projet à chaque hôtel afin de faire connaître la solution aux clients et d'augmenter l'utilisation de l'impression mobile. Les gestionnaires de projet surveillent le site, fournissent du matériel de marketing que l'hôtel peut distribuer aux clients et gèrent le service de soutien à la clientèle. Les capacités d'impression mobile sont également présentées sur des chaînes de télé intégrées dans les chambres.

RÉSULTATS

Étant donné que le Crowne Plaza constitue la marque principale de l'IHG pour les conférences, c'était logique d'amorcer la mise en œuvre de l'impression mobile dans ces hôtels. Mais la mise en œuvre mondiale n'a que commencé : il y a plus de 195 hôtels Crowne Plaza et plus de 3 700 hôtels de la marque IHG dans le monde. La solution d'impression mobile sera sans doute ajoutée aux autres hôtels IHG à l'avenir — surtout ceux qui sont axés sur les conférences et qui répondent aux besoins des voyageurs d'affaires. « Nous nous concentrons actuellement sur les hôtels Crowne Plaza », a déclaré M. Omer.



www.ricoh.ca