



Duve

Comment Pullman Paris Tour Eiffel a généré plus de 25 000 € au cours de son premier mois d'utilisation des outils de vente incitative de Duve.

Points forts

Plus de 25 000 € de revenus de vente incitative au cours du premier mois

Grâce à une stratégie de vente incitative avant l'arrivée et pendant le séjour.

Une note de 4,8 pour la satisfaction des clients maintenue

La messagerie personnalisée et l'automatisation ont amélioré l'expérience des clients.

Stratégie efficace d'engagement des clients

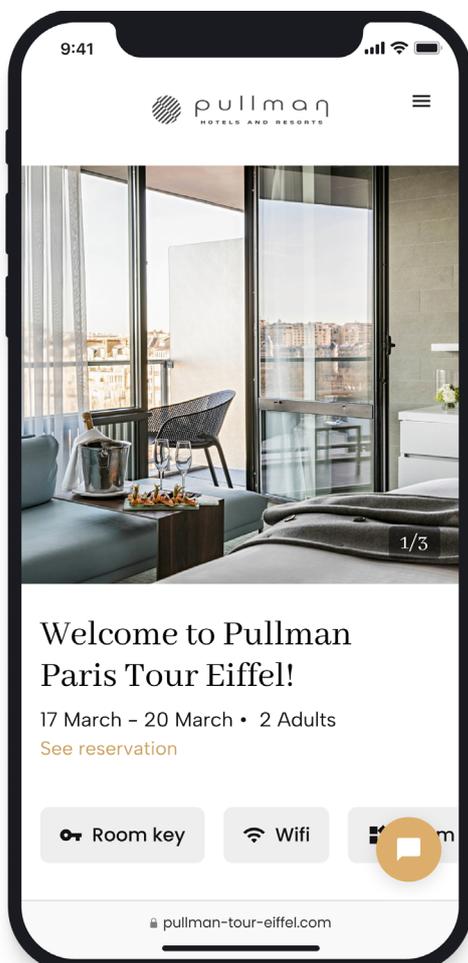
L'automatisation des check-ins, de la messagerie et de la vente incitative a permis au personnel de consacrer plus de temps aux interactions personnelles.



Avec Duve, nous anticipons les besoins, améliorons le service et veillons à ce que l'expérience de chaque client soit transparente et personnalisée.



Ndèye Ngoné Fall,
Directrice de la Relation Client,
Pullman Tour Eiffel



Modules Used

- ✓ Check-in en ligne
- ✓ Guest app
- ✓ Hub de communication (numéro de téléphone WhatsApp, SMS, e-mail, chat, Booking.com)
- ✓ Messages programmés
- ✓ Generative AI agents
- ✓ Upsells intelligents et packages upsell personnalisés
- ✓ DuveConnect
- ✓ Check-out en ligne

Introduction

Situé au cœur de Paris, à quelques pas de la Tour Eiffel, le Pullman Paris Tour Eiffel est un prestigieux hôtel Accor 4 étoiles de 430 chambres qui attire des voyageurs du monde entier. Accueillant de nombreux clients internationaux, l'hôtel fonctionne presque à pleine capacité tout au long de l'année. Cette demande constante se traduit par un encombrement de la réception, où le personnel doit gérer efficacement un volume élevé de demandes de la part des clients tout en garantissant un service sans faille.

Pullman Paris Tour Eiffel s'est tourné vers Duve pour optimiser les interactions avec les clients, réduire l'encombrement de la réception et créer des opportunités personnalisées de vente incitative.



Défis

1

Communication manuelle avec les clients :

Avant la mise en place de Duve, toutes les communications avec les clients étaient gérées manuellement. Les emails promotionnels pour les offres spéciales devaient être créés individuellement en français et en anglais, ce qui rendait impossible la communication multilingue. Ce processus prenait beaucoup de temps et était inefficace.

2

Opportunités de revenus manquées :

Pullman Paris Tour Eiffel avait mis en place quelques actions de vente incitative, mais l'absence d'une approche optimisée et automatisée signifiait que la plupart des revenus liés à l'ajout de commodités provenaient de demandes initiées par les clients. Cela laissait de la place pour une croissance grâce à une stratégie plus proactive.

3

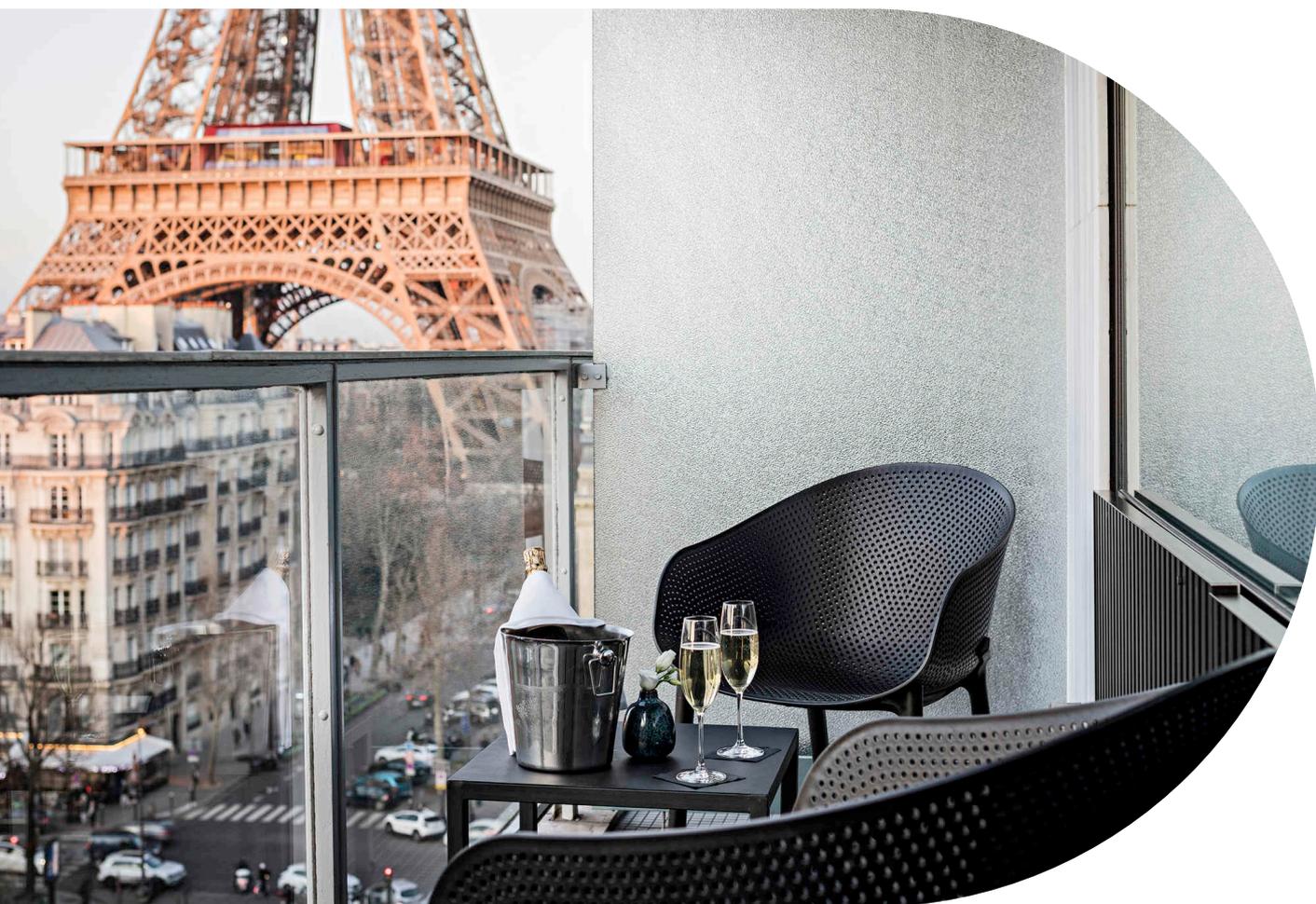
Manque de données sur les clients et personnalisation limitée :

Avec une capacité d'accueil proche du maximum tout au long de l'année, il était difficile pour les équipes de l'hôtel de rassembler et d'exploiter efficacement les données sur les clients afin de personnaliser l'expérience de ces derniers.



La solution

Le Pullman Paris Tour Eiffel a rationalisé ses opérations en intégrant la plateforme d'expérience client de Duve. Grâce à la messagerie automatisée, à la vente stratégique avant l'arrivée et en milieu de séjour, et à un hub de communication centralisé, l'hôtel a non seulement amélioré son efficacité opérationnelle, mais il a également augmenté ses revenus et créé des expériences hautement personnalisées pour ses clients sur plusieurs canaux.



Résultats obtenus avec Duve

— Stratégie efficace d'engagement des clients:

Le Pullman Tour Eiffel a optimisé la communication avec les clients grâce aux outils d'automatisation et de segmentation de Duve, garantissant une expérience transparente et multi-touch par SMS, WhatsApp, e-mail et la Guest App :

— Engagement automatisé avant l'arrivée :

Des messages programmés sont envoyés aux clients à des intervalles clés avant leur arrivée, leur fournissant des informations utiles, des liens pour le check-in et des offres d'upsell. Pour les clients VIP, l'hôtel dispose de messages uniques avant l'arrivée afin de leur garantir une expérience plus personnalisée et plus transparente.

— Messages de vœux personnalisés pour les fêtes :

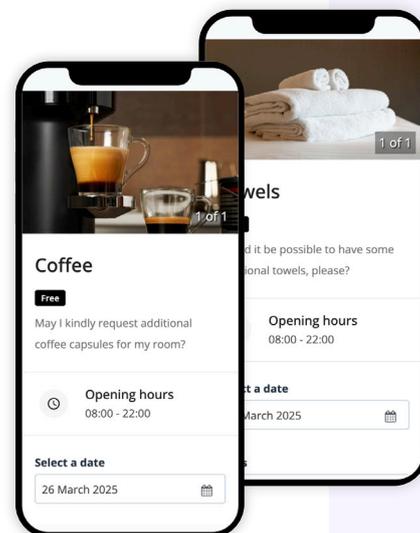
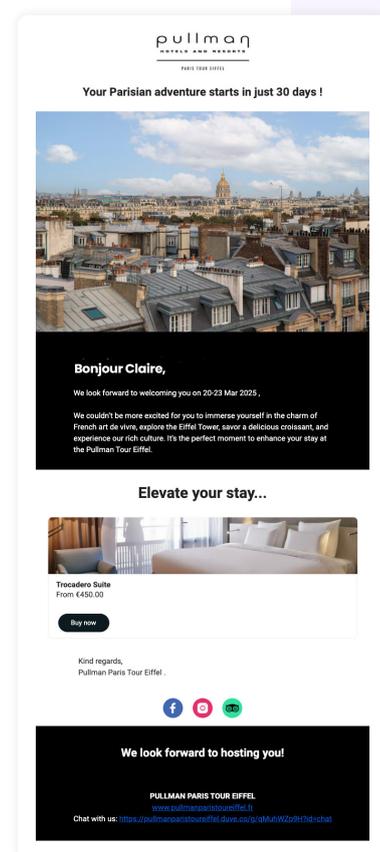
Des messages personnalisés sont envoyés en fonction des caractéristiques démographiques des clients, comme les vœux pour le nouvel an chinois ou Thanksgiving.

— Mises à jour en temps réel :

Situé dans l'une des zones les plus fréquentées de Paris, il y a fréquemment des fermetures de métro, des barrages routiers et des événements de grande envergure. Grâce aux capacités de communication en temps réel de Duve, l'hôtel peut facilement informer ses clients des perturbations locales.

— Demandes transparentes en cours de séjour :

Les clients peuvent demander des prestations telles que des serviettes supplémentaires par l'intermédiaire de la **guest app** Duve. Grâce à l'intégration transparente de Duve avec le système de gestion des tâches de l'hôtel via DuveConnect - l'API ouverte de Duve qui permet l'échange de données en temps réel - housekeeping peut instantanément recevoir et satisfaire les demandes, ce qui garantit un service plus rapide et une expérience améliorée pour les clients.



Résultats obtenus avec Duve

— Plus de 25 000 € de revenus de ventes incitatives dès le premier mois :

En février, quelques semaines seulement après le lancement des upsells de Duve, l'hôtel a constaté un impact immédiat, générant **25 125 € de revenus de ventes incitatives**, en grande partie grâce aux formules très demandées de la Saint-Valentin, avec des ballons et des décorations romantiques.

Ce succès est le résultat **d'une approche stratégique et multi-touch de la vente incitative**, garantissant que les bonnes offres parviennent aux clients au bon moment :

— Offres de vente incitative avant l'arrivée :

Des recommandations de vente incitative personnalisées ont été intégrées aux messages automatisés avant l'arrivée, permettant aux clients de personnaliser leur séjour avant même d'arriver.

— Intégration du check-in en ligne :

Les options de vente incitative ont été présentées de manière transparente au cours du processus de check-in, maximisant ainsi l'engagement à un moment clé de la prise de décision.

— Engagement en cours de séjour via la Guest App :

Les clients peuvent explorer et acheter des services complémentaires à leur convenance tout au long de leur séjour.

— Optimisation basée sur les données :

En analysant le comportement des clients, l'hôtel a identifié un modèle d'arrivée anticipée et a introduit le early check-in en tant qu'option payante, ce qui a permis d'augmenter davantage les revenus.

En positionnant les opportunités d'upsell à plusieurs étapes du parcours client et sur différentes plateformes, le Pullman Tour Eiffel a maximisé les taux de conversion.



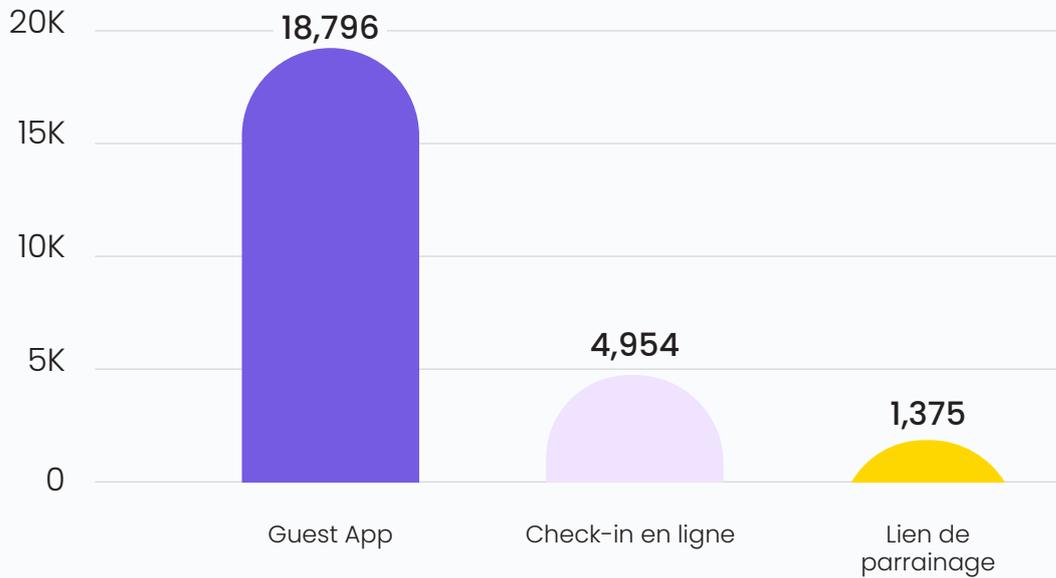
Avant Duve, nous n'exploitions pas pleinement le potentiel de l'upselling. Grâce à l'approche multi-touch de Duve, nous en avons rapidement vu l'impact - en générant plus de 25 000 € de revenus de ventes incitatives en seulement un mois.”



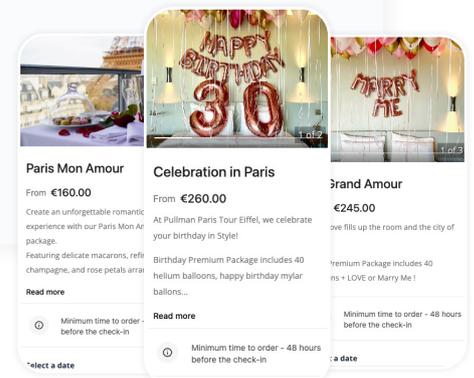
Ndèye Ngoné Fall,
Directrice de la Relation Client,
Pullman Tour Eiffel



Revenus par plateforme



Top 5 des ventes additionnelles



Résultats obtenus avec Duve

— Amélioration de la satisfaction des clients et des avis en ligne positifs :

Le Pullman Tour Eiffel a maintenu **une note de satisfaction des clients de 4,8** dans le système d'évaluation interne de Duve. En mettant en œuvre une approche stratégique, l'équipe de relations clients de Duve a identifié de manière proactive le sentiment des clients avant le départ, ce qui a permis à l'équipe de l'hôtel de répondre personnellement aux préoccupations des clients ayant un sentiment plus faible, garantissant ainsi une expérience plus positive et réduisant les critiques négatives en ligne.

“

Certains peuvent craindre que l'automatisation supprime la touche personnelle, mais Duve fait le contraire – il fournit des informations précieuses sur les clients qui nous permettent de personnaliser les interactions avant, pendant et après le séjour. Avec Duve, nous anticipons les besoins, améliorons le service et veillons à ce que l'expérience de chaque client soit transparente et personnalisée.

— Ndèye Ngoné Fall,
Directrice de la Relation Client, Pullman Tour Eiffel



Conclusion

En intégrant la plateforme d'expérience client personnalisée de Duve, le Pullman Paris Tour Eiffel a réussi à automatiser ses opérations, à maximiser ses revenus et à améliorer la satisfaction de ses clients. Aujourd'hui, l'hôtel continue d'exploiter les capacités de Duve pour affiner ses offres et créer des expériences client encore plus personnalisées.



“

Nous sommes fiers d'être parmi les premiers hôtels Pullman à adopter Duve, qui ouvre la voie de l'innovation numérique au service de l'expérience client.

Ndèye Ngoné Fall,
Directrice de la Relation Client,
Pullman Tour Eiffel





Les acteurs de la réussite de Duve au Pullman Tour Eiffel

Le déploiement de Duve au Pullman Tour Eiffel a été un effort de collaboration, réunissant de nombreux départements pour assurer un déploiement efficace et sans heurts.

Les principales parties prenantes étaient les suivantes :

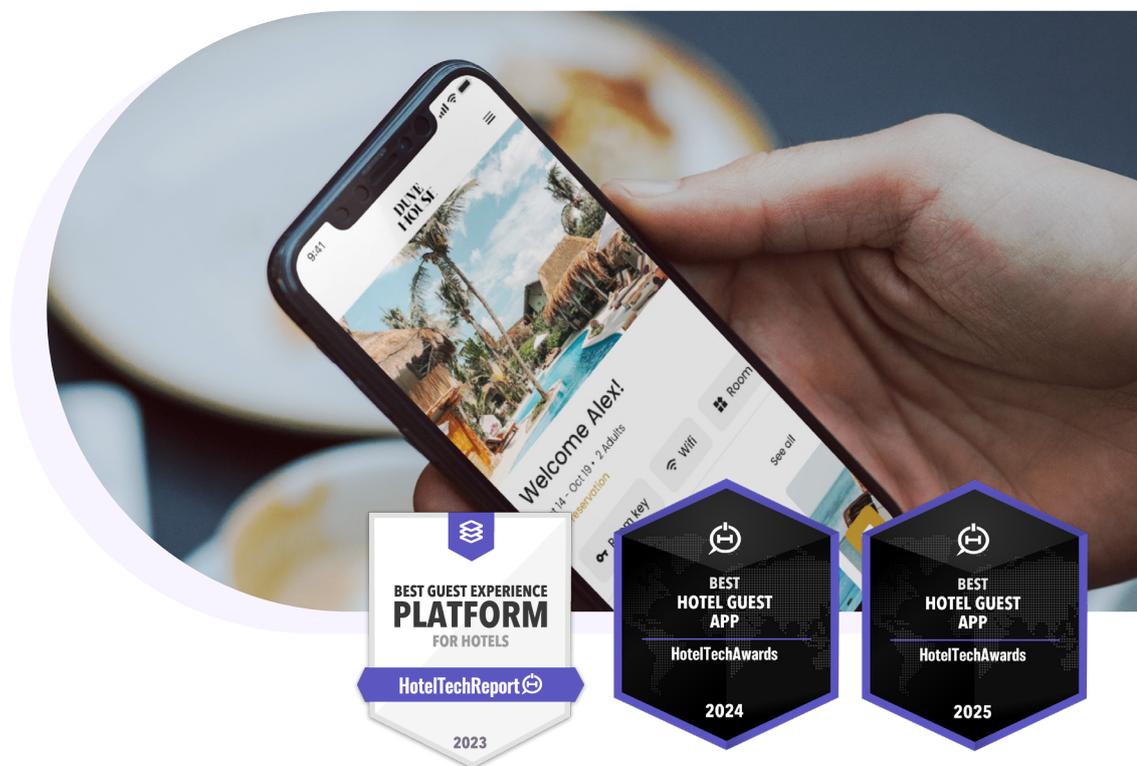
- **Direction générale**
activement impliquée dans le suivi des résultats et l'optimisation de la mise en œuvre de Duve afin de maximiser l'impact et le chiffre d'affaires.
- **Équipes informatiques**
Elles ont assuré une intégration transparente avec le PMS de l'hôtel et d'autres systèmes, faisant de Duve le pivot central de toutes les opérations en contact avec les clients.
- **Département hébergement et des relations avec les clients**
Chargé d'assurer un niveau élevé de service personnalisé et de satisfaction pour les clients VIP et les autres clients.
- **Centre de service aux clients**
Premier point de contact pour les clients, il traite les appels téléphoniques et les courriels tout en s'appuyant sur Duve pour optimiser et rationaliser les communications.
- **La réception (réceptionnistes et superviseurs)**
Manages the check-in and check-out processes
- **L'équipe de communication**
a élaboré la stratégie de messagerie, en veillant à ce que les messages programmés et les communications avec les clients soient optimisés pour susciter l'engagement.
- **Responsables F&B**
Exploitent Duve pour élargir l'offre de services en chambre et augmenter les revenus annexes.



À propos de Duve

Duve redéfinit la façon dont les clients font vivre l'hôtellerie grâce à sa suite d'expérience client entièrement personnalisée. En adaptant chaque aspect du parcours du client, Duve permet aux entreprises du secteur de l'hôtellerie de disposer d'une solution qui crée des expériences mémorables pour leurs clients. En combinant parfaitement l'automatisation et la personnalisation, Duve aide les hôteliers à rationaliser leurs opérations, à gagner du temps, à améliorer la satisfaction de leurs clients et à trouver de nouvelles opportunités de revenus, tout en gardant leur marque au premier plan.

Approuvé par des milliers d'hôtels et de locations de vacances dans le monde entier, Duve permet aux entreprises du secteur hôtelier de personnaliser les interactions, d'anticiper les besoins des clients et de dépasser leurs attentes tout au long de leur séjour.



Ne vous contentez pas de moins.
Adoptez Duve dès maintenant !

Réservez une démo

www.duve.com