



Edito

Ce mois de février a été marqué par le lancement d'un nouveau site Web pour Paris Inn Group : le site institutionnel www.parisinngroup.com.

Ce site vitrine est la concrétisation de plusieurs mois de travail et se veut le reflet de l'expertise de la société, de ses métiers, de sa croissance et de l'équipe qui chaque année lui fait franchir de nouvelles étapes.

Un peu différent des autres de par sa nature et ses objectifs, ce site nous rappelle que si le retour sur investissement est un élément clé de notre activité, l'expérience que nous voulons partager avec nos clients reste le moteur du développement de nos activités en ligne.

En 2010, la mise en ligne du site Hotels Grand Paris a représenté une première étape en proposant à l'internaute d'explorer une collection d'hôtels de charme et de caractère, tout en bénéficiant de mini-guides pour appréhender les différents quartiers de Paris et le type d'expérience qu'il vivra pendant son séjour.

En 2011, les avis clients qui sont un élément essentiel dans la découverte des hôtels par nos visiteurs, ont été intégrés au travers d'un partenariat avec TripAdvisor et de l'automatisation du traitement des avis. La même année, un moteur de sites individuels a également été développé, visant à immerger le client dans l'univers de l'hôtel dès sa réservation et à faire ainsi de son séjour une expérience unique.

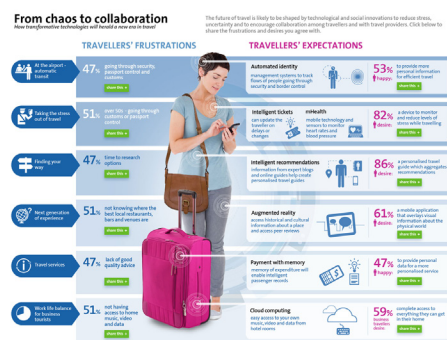
Déployer ce moteur de sites individuels à l'ensemble des hôtels, s'approcher toujours plus près des usages au travers notamment de la généralisation des versions pour Smartphones et offrir une expérience toujours plus riche des hôtels à nos clients est, une fois encore, l'axe stratégique qui guidera l'évolution de notre présence Web en 2012.

Vianney COLLIGNON
Directeur des Activités Online

News Étude Amadeus : la technologie au service du voyage

Dans sa dernière étude, Amadeus décrit le rôle que jouera la technologie dans l'expérience touristique. L'occasion d'explorer les tendances, les attentes des clients et leurs réactions face aux innovations.

L'expérience du voyage s'est complexifiée depuis l'avènement des réseaux sociaux et des téléphones mobiles. Plus qu'une grande variété de choix, le voyageur recherche d'abord une expérience riche et profonde, qui comprend l'histoire, la vie et la culture d'une destination...



Tandis que l'échange d'informations est devenu la pierre angulaire du voyage, clients, professionnels et experts du voyage forment un «écosystème de l'information, plus collaboratif que les relations transactionnelles one-to-one».

Face à un client en quête de sens, les hôteliers doivent utiliser les outils technologiques aujourd'hui disponibles [...] pour anticiper, créer et satisfaire ses attentes. La technologie devrait modifier l'expérience du voyage[...].

Selon l'étude, les agents de voyage traditionnels auront un nouveau rôle : celui d'un agent de confiance, chargé d'orienter le client avant son choix en tenant compte des avis et écrits sur les hôtels recherchés, mais également de l'accompagner en étant son référent pendant son séjour.

Source : L'Hôtellerie Restauration - vendredi 10 février 2012 / Vanessa Guerrier-Buisine

En bref...

- Félicitations au BEST WESTERN PREMIER Elysée Secret qui a officialisé le 13 février dernier sa classification en catégorie 4 étoiles.
- L'hôtel BEST WESTERN Ducs de Bourgogne s'est vu décerner le Trophée Européen de la communication Ecolabel pour l'année 2011 !
Accéder au [communiqué](#) de la Commission Européenne.
- Le site institutionnel de Paris Inn Group est en ligne depuis le 1^{er} février 2012 ! Historique, chiffres clés, présentation des équipes et des différents métiers... il dresse un panorama global des activités du groupe.
Rendez-vous sur www.paris-inn-group.com.

ZOOM : le 4L Trophy



Du 17 au 26 février 2012 aura lieu la 15ème édition du mythique Trophy 4L ! Paris Inn Group soutient cette année l'équipage n°207, emmené par Lucie et Chloé. Les deux étudiantes de l'ISAT de Nevers parcourront 6000 kilomètres à travers la France, l'Espagne et le Maroc à bord de leur superbe 4L rouge. Bonne route à elles deux et rdv à la ligne d'arrivée!

News Inn : un site vitrine pour le marché chinois



Après les versions chinoises des sites Internet du BEST WESTERN PREMIER Elysée Secret et du Champs Elysées Mac Mahon, les équipes travaillent actuellement au lancement d'un site vitrine entièrement en mandarin, présentant 6

établissements parisiens sélectionnés parmi nos plus beaux boutique-hôtels.

Ce site qui fera la part belle aux photos et aux réseaux sociaux (Weibo, Facebook et Twitter) arborera la couleur rouge, couleur porte-bonheur en Chine mais aussi couleur de notre logo.

PERFORMANCES PARIS INN GROUP – Décembre 2011

Versus marché - Source : In Extenso



Nous vous remercions de votre intérêt pour Paris Inn Group.

Pour recevoir les performances mensuelles des hôtels Paris Inn Group,
inscrivez-vous à notre newsletter mensuelle
via notre formulaire de contact.

[Accéder au formulaire](#)