



Constat

38% des clients d'hôtels trouvent que l'hôtellerie est facilement usée, fatiguée, vieillissante ou/et vétuste en France (*)

45% des clients d'hôtels se disent lassés par l'uniformité de l'hôtellerie (*)

49% des voyageurs dont 2/3 des femmes se disent très sensibles au design hôtelier et à l'esthétique des intérieurs (*)

1 hôtel de région sur 4 et un hôtel parisien sur 5, présentent une mise en scène interne qui n'est pas de nature à valoriser et différencier leur produit (**)

(*) Enquête Coach Omnium

(**) Données Coach Hôtels à partir de la cotation de 1700 hôtels

Objectifs pédagogiques

Aider les hôteliers à **différencier, singulariser, qualifier** leur produit et l'expérience client qu'ils vont offrir pour **sanctuariser durablement leur activité**.

Mettre les participants en **condition de prise de recul** sur leur marché. Porter un regard sur l'évolution des comportements et attentes, sur les tendances dans l'hôtellerie, pour **renforcer l'acuité des participants en matière de mise en scène de l'offre**.

Renforcer la culture du show pour faire prendre conscience qu'une mise en scène est déterminante pour réveiller et révéler le produit.

Aider les participants à formuler leur projet pour garder le contrôle de leur stratégie et **professionnaliser la sélection des experts qui accompagneront leur projet de rénovation**.

Plan de formation

1. Positionnement et différenciation : Pourquoi cette réflexion est-elle déterminante pour protéger durablement l'activité ? Principes de construction. 3 exemples pertinents sur des segments différents – *Exercice pratique*
2. Quels sont les tendances sociétales et impacts sur le comportement du voyageur à prendre en compte ?
3. Quelles sont les 12 tendances essentielles observées dans la décoration des hôtels ? Exemples de bonne pratique – *Exercice pratique*
4. Stratégie de l'hôtellerie de chaîne. Quelles clés de différenciation et opportunités pour l'hôtellerie indépendante ? – *Exercice pratique*
5. Maître d'œuvre et architecte : quelles compétences, quels services, quels résultats ?
6. Pourquoi l'élaboration d'un brief de projet de rénovation est-elle indispensable ? Comment l'articuler ? – *Exercice pratique*
7. Budgétisation et calcul du retour sur investissement
8. Avant-projet – pré projet – projet détaillé. Cas particulier des espaces hébergement : chambre test et déploiement

Méthodes pédagogiques

- Evaluer la perception initiale de la qualité de l'expérience client offerte : l'hôtel de l'entreprise et l'hôtel concurrent le plus menaçant
- Faire travailler les participants en groupe, sur leur cas pratique à travers d'exercices clé
- Exploiter la fragmentation de la formation en deux journées, pour faire travailler préalablement les participants sur leur hôtel. Faire présenter un brief de rénovation par groupe et impulser l'autocritique des participants.
- Evaluer la perception finale de la qualité de l'expérience client offerte : l'hôtel de l'entreprise, l'hôtel concurrent le plus menaçant

Durée de formation

2 jours, soit 14 heures

Intervenant



Didier Arnoult est fondateur de Coach Hôtels et expert en stratégie marketing, webmarketing et CRM.

Il a travaillé pendant 25 ans dans le secteur de la Décoration pour les grands groupes de la distribution (Printemps, LVMH) avant de se spécialiser dans l'hôtellerie.

Sa culture Retail & Hospitality, son approche créative et quantitative, lui donnent du recul pour enrichir et renforcer la spécificité des hôtels et la mettre en scène avec narrativité, rassurance et séduction.

Contact : d.arnoult@coach-hotels.com - tél. 01 42 08 65 79

