

Ceci est un Communiqué de presse

lundi 21 févr

Best Western® Hotels & Resorts réactive ses clients inactifs grâce au wallet mobile

21 février 2022 à 08h04min par TH - Mots clés : best western

[Tweeter](#)[Partager](#)[Partager](#)

Edito

Inscrivez-vous ici

Sponsors

COVID-19

L'île Maurice en vert, toutes les restrictions de voyages imposées par la France sont désormais levées

Remboursement des PGE : Le GNI fait des propositions au gouvernement et aux principaux candidats à l'élection présidentielle

Le tourisme de demain vu par FairMoove : 6 mois après son lancement et alors que la vague Omicron a encore affecté le secteur

Enquête Qapa : 62 % des Français ont peur de craquer si la crise sanitaire s'amplifie en 2022

L'industrie touristique appelle le Gouvernement à prendre des engagements forts pour sauver la filière

[Tous les articles sur le COVID-19 »](#)

Les derniers articles dans la même rubrique



Best Western® Hotels & Resorts, réseau de 300 hôtels indépendants en France, dévoile les résultats de la dématérialisation de sa carte de fidélité « Best Western Rewards® », dans le wallet mobile de ses clients. Pour mener ce projet, Best Western® Hotels & Resorts a fait appel à Captain Wallet, start up pionnière et leader du mobile wallet marketing.

Le groupe hôtelier, particulièrement touché pendant la crise sanitaire comme tous les autres acteurs dans le secteur du tourisme, a choisi le wallet mobile comme nouveau point de contact pour renforcer son plan de relance.

Disponible depuis juin 2020, la solution a été mise en place avec pour objectif de renforcer la distribution en direct sur les canaux de Best Western® Hotels & Resorts en France en utilisant le club de fidélité. Le wallet permet en effet au groupe de relayer efficacement sur mobile grâce aux notification push les offres liées au club de fidélité et réservées à Best Western® Hotels & Resorts en France (vs. les offres que des sites tiers tels que booking.com ou hotels.com ne peuvent utiliser).

L'utilisation de la carte de fidélité Best Western Rewards® est extrêmement simple pour les clients du réseau qui intègrent en quelques clics leur carte de fidélité dans le wallet de leurs smartphones (Apple Wallet sur iOS et Google Pay sur Android). Les résultats depuis dix-huit mois sont excellents : les clients séjournent davantage dans les établissements du réseau et renouent les liens avec l'enseigne après une période marquée par les restrictions sanitaires. Un premier bilan montre que :

- 72% des membres les plus fidèles du Club de fidélité Best Western Reward® (les statuts Diamond et Diamond Select du club de fidélité) utilisent la carte de fidélité enregistrée dans leur wallet et reçoivent ainsi les offres et informations (promotions, remboursements...) directement sur leur smartphone. En comparaison, sur la même typologie de clients, 65% ont accepté de recevoir ces mêmes offres par SMS et 43% par email. Le wallet est donc le canal privilégié pour les plus gros clients du groupe hôtelier.
- En proposant, via une campagne email, une offre à tous ses clients inactifs [1], le groupe hôtelier a triplé la réactivation de ces clients en proposant d'ajouter l'offre au wallet. Au total, 14% de ces clients ont effectué un nouvel achat. Parmi eux, 54% n'avaient pas réservé dans un établissement Best Western® Hotels & Resorts en France depuis plus de 18 mois.

« En 2020, nous cherchions un nouveau point de contact digital pour renforcer notre plan de relance. Une solution capable d'intensifier notre distribution en directe via notre club de fidélité tout en renforçant le lien avec nos clients et rester ainsi dans leur esprit. Le wallet représente une nouvelle opportunité pour relayer nos offres et communiquer efficacement avec notre clientèle après une période marquée par la crise sanitaire »
Virginie Barboux, Directrice générale adjointe de Best Western® Hotels & Resorts.

Une digitalisation en un clic

La digitalisation de la carte de fidélité Best Western® Hotels & Resorts en France se fait en un clic de plusieurs façons : depuis l'espace client du site bestwestern.fr, un email ou un SMS dédié à l'opération, depuis un email envoyé automatiquement après une réservation sur bestwestern.fr ou un séjour dans un hôtel du groupe.

Le wallet, un relais efficace du programme de fidélité

Une fois la carte dans le wallet de son client, Best Western® Hotels & Resorts en France peut déployer une stratégie de communication personnalisée à travers l'envoi de push notifications. Le réseau d'hôtels informe en temps réel son client des promotions saisonnières, des ventes privées, du nombre de points accumulés après chaque séjour dans le cadre du programme de fidélité, des avantages (surclassement, facilités pour le check-in et le check-out, etc.) en fonction du statut du client.

Prochainement, Best Western Hotels® & Resorts en France proposera un parcours client 100% digitalisé sur le mobile avec la possibilité d'intégrer sa réservation dans son wallet et d'ouvrir la porte de sa chambre avec une « mobile-key » disponible dans le wallet.

Un puissant canal de communication entre la marque et sa clientèle

Outre les cartes de fidélité, la solution en mode SaaS de Captain Wallet permet aux marques et enseignes de dématérialiser n'importe quel support marketing sur les wallet mobiles, en quelques clics et de les connecter

directement à leur CRM. Une fois la dématérialisation effectuée dans le wallet, la solution Captain Wallet permet de mettre à jour le contenu, de le personnaliser et de relancer le client avec des push notifications sur mobile. L'outil répond ainsi au besoin des marques de densifier et fidéliser la relation avec leurs clients sur l'écran le plus utilisé afin de générer du drive to store/web. Enfin, le wallet est un outil pertinent dans un contexte de crise sanitaire où prévaut toujours le sans contact.

« Nous nous réjouissons d'accompagner Best Western Hotels & Resorts dans sa stratégie digitale sur le mobile. Le wallet est un puissant levier marketing et ce pour n'importe quel secteur d'activité dont l'hôtellerie. Divers cas d'usage sont d'ailleurs possibles comme la dématérialisation du programme de fidélité mais également de la carte de clé des chambres d'hôtel », déclare Axel Detours, co-fondateur de Captain Wallet.

À propos de Best Western® Hotels & Resorts

Best Western® Hotels & Resorts est un groupe d'hôtels indépendants dont le siège social est basé à Phoenix en Arizona. Il compte près de 4700 hôtels répartis dans plus de 100 pays et en regroupe près de 300 en France*. Chaque hôtel affilié répond à des normes de qualité communes dans le monde entier tout en conservant sa propre personnalité et son indépendance. Le groupe est constitué de 18 marques qui couvrent tous les segments de marché, de l'économique au luxe : Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Vīb®, GLē by Best Western, Executive Residency by Best Western®, Sadie® Best Western, Aiden® by Best Western, BW Premier Collection® by Best Western, et BW Signature Collection® by Best Western. Depuis sa récente acquisition du groupe WorldHotels™, Best Western détient désormais les marques WorldHotels™ Luxury, WorldHotels™ Elite, WorldHotels™ Distinctive et WorldHotels Crafted. Pour compléter son portfolio, le groupe possède également Sure Hotel by Best Western®, Sure Hotel Plus by Best Western® et Sure Hotel Collection by Best Western® et Sure Hotel Studio by Best Western®. Depuis plus de 75 ans, Best Western® Hotels & Resorts se tient à l'écoute et au service de ses voyageurs. En tant que coopérative, le groupe cultive son caractère singulier et offre une distribution forte à ses hôtels affiliés, accompagné d'un soutien opérationnel, commercial et marketing. Son club de fidélité Best Western Rewards® compte plus de 35 millions de membres dans le monde dont 800 000 en France. Il est l'un des rares programmes à faire gagner des points qui n'expirent jamais et qui peuvent être échangés dans n'importe quel hôtel du réseau.*Ces chiffres sont susceptibles d'évoluer en fonction du développement de Best Western® Hotels & Resorts.

[Découvrez Best Western France dans l'annuaire de TH](#)

A propos de CAPTAIN WALLET

Fondé en 2013 par Alexandre Pichon, Bertrand Leroy et Axel Detours, Captain Wallet est leader du marketing sur wallet mobile en Europe. En un clic et sans application, Captain Wallet transforme n'importe quelle carte de fidélité, coupon promotionnel, coupon de retrait, e-réservation, badge, etc. en canal relationnel dynamique. La société utilise pour cela les wallet (portefeuilles électroniques) pré-embarqués sur les mobiles, les mêmes qui accueillent les applications Apple Pay et Google Pay. D'où un formidable effet de levier avec le paiement mobile en pleine croissance. Captain Wallet compte une centaine de clients dont Intermarché, Conforama, Unibail-Rodamco-Westfield, Leader Price mais aussi des marques emblématiques dans tous les secteurs (luxe, PAP, food, assurance, etc.) telles que Picard, Zadig & Voltaire, McDonald's, Le Bon Marché, Guerlain, Clarins, Petit Bateau, GrandVision, MACIF, April, Lacoste, Sandro, Pimkie, Jules, Accor, Nespresso, KFC, Décathlon, Furet du Nord... La société est active dans 180 pays à travers le monde.

[Découvrez Captain Wallet dans l'annuaire de TH](#)

[1] clients inactifs : client n'ayant pas effectué d'achat depuis plus d'un an

Image d'illustration : Best Western Hotel Brice Garden

Soutenir TendanceHotellerie

Si vous pensez que TendanceHotellerie.fr a toute sa place dans le paysage de l'hôtellerie francophone, n'hésitez pas nous soutenir. C'est simple et (...) [En savoir plus »](#)

Une suggestion/idée ?

Nous avons la volonté de faire correspondre ce webzine à vos attentes. Nous sommes très intéressés de recevoir vos avis et suggestions pour (...) [En savoir plus »](#)

Faire de la publicité sur TH

Faire de la publicité ? Vous voulez annoncer sur TendanceHotellerie ? Nous proposons aux fournisseurs de services, solutions et produits à destination de l'hôtellerie de (...) [En savoir plus »](#)