

THE DAILY POINT OF YOU

THE DOLDER GRAND

dailypoint™  
Central Data Management



## THE DOLDER GRAND

A l'adresse la plus prestigieuse de Zurich, seule l'excellence est tolérée. Et cela s'applique également aux confirmations.

The Dolder Grand à Zurich utilise dailypoint depuis 7 ans avec comme objectif principal la maîtrise de la communication digitale avec leurs clients. Nous leur avons demandé 15 minutes de leur temps pour expliquer en quoi l'envoi de confirmations personnalisées est si important.

**TANJA RAUSCH**, Project & Application Specialist au **THE DOLDER GRAND**, rejoint notre visio depuis son bureau de Zurich un après-midi de Novembre. Son rôle consiste à veiller à ce que l'ensemble de l'environnement digital fonctionne comme prévu et à ce que chacun maîtrise l'utilisation des systèmes. Avec plus de 20 ans d'expérience au Dolder Grand, si une personne est indéniablement la mieux placée pour comprendre les besoins de cet hôtel exceptionnel, c'est bien Tanja.



[www.dailypoint.com](http://www.dailypoint.com)

## THE DAILY POINT OF YOU

**dailypoint™** : On entend parfois “les confirmations peuvent très bien être envoyées depuis le PMS” – qu’en pensez-vous ?

**Tanja**: “Je pense qu’un PMS peut certainement envoyer un e-mail de confirmation, cela ne pose aucun problème. Mais la qualité, le détail et la personnalisation de cet e-mail ne répondront en aucun cas aux attentes de nos clients. Une confirmation d’hôtel n’est pas la même chose qu’un reçu de commande d’une boutique de vente en ligne. Le client ne commande pas une paire de chaussures, il réserve un voyage, une expérience, et notre réponse doit refléter cela.”

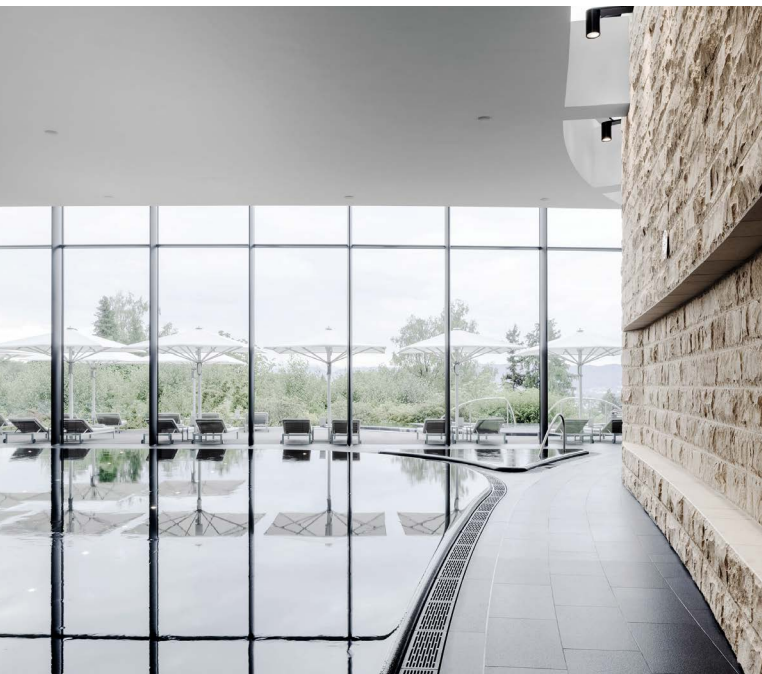
**dailypoint™** : Réserver une expérience, cela semble beaucoup plus inspirant que réserver une chambre. Comment utilisez-vous les confirmations pour inspirer vos clients ?

**Tanja**: “Tous nos e-mails de confirmation sont personnalisés et riches en contenu. Nous confirmons la réservation du client non seulement avec des mots, mais aussi avec des images. En utilisant la visualisation, le client peut plus facilement anticiper son voyage et commencer à imaginer à quoi il ressemblera. En fonction du type de séjour, du nombre de clients et d’autres variables, nous ajoutons d’autres éléments qui peuvent aider le client à planifier son voyage. Suivant son profil, nous lui suggérons une réservation de table, des soins spa ou d’autres services. Tous ces éléments dynamiques peuvent être pris en compte et organisés pour correspondre parfaitement au client. Pour nous, il est également très important que l’e-mail de confirmation ait un aspect attrayant, donc un bon outil de conception est essentiel pour nous.”



**dailypoint™** : A première vue on pourrait penser que l’envoi de ces e-mails de confirmation personnalisés soit un processus chronophage. N’est-ce pas quelque chose que seuls les hôtels de luxe ont le temps de faire ?

**Tanja**: “En réalité, ce qui nous satisfait particulièrement avec dailypoint, c’est la rapidité avec laquelle nous générons nos e-mails de confirmation personnalisés ; le processus est très efficace. De plus, avec la connexion au logiciel TAC Spa, toute réservation de spa peut être ajoutée automatiquement à la confirmation de la chambre. Et bientôt, la connexion à SynXis nous permettra d’avoir une communication uniforme et riche en contenu, quelle que soit la manière dont le client réserve sa visite. Pour être honnête, notre service des réservations devrait faire face à de nombreux défis sans cette capacité à créer à la fois des offres, des confirmations et des e-mails d’annulation. Est-ce quelque chose de spécifique aux hôtels de luxe ? Je considère que l’intégration de la technologie pour fournir un service client de qualité n’est pas spécifique au secteur du luxe, mais plutôt comme une approche intelligente et efficace.”





## THE DAILY POINT OF YOU

**dailypoint™** : Je crois savoir que vous utilisez également dailypoint pour l'envoi de vos newsletters, voudriez-vous partager quelques mots à ce sujet avec nous ?

**Tanja**: "En effet, nous utilisons dailypoint pour envoyer nos newsletters. En tirant parti du module Profile Engine pour enrichir nos profils clients avec des centres d'intérêt, il devient particulièrement facile de paramétrer des groupes cibles distincts et d'envoyer des contenus variés en fonction de ces critères. Même si nous sommes assez expérimentés dans ce domaine, l'outil offre tellement d'options différentes – certains pourraient trouver cela intimidant, mais pour nous, c'est tout simplement génial !

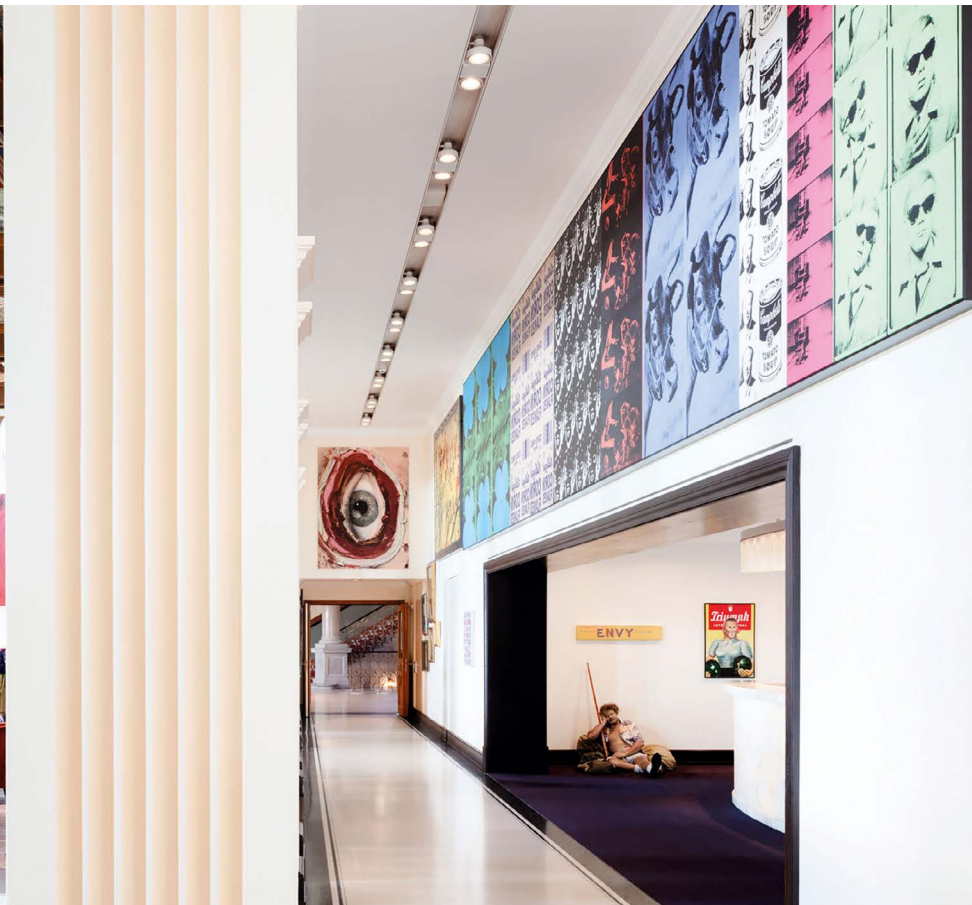
Pour nous cela signifie également que dailypoint ne se restreint pas à nos possibilités, et aux balbutiements de cette nouvelle ère data-centrée, il est rassurant de constater que notre fournisseur a toujours une longueur d'avance sur nos besoins !

En remerciant Tanja, son témoignage me rappelle le célèbre auteur H.C. Andersen, qui a écrit un jour „Voya-

ger, c'est vivre". Cela me conduit à penser : „ Bien sûr ! N'est-ce pas tout à fait naturel que ce grand hôtel, imprégné d'art et de beauté architecturale, reflète l'esprit du voyage ?" Et avec l'avènement de l'art de recevoir dès les premiers points de contact digitaux, ils se comportent comme des artistes exceptionnels, non seulement à la pointe de la tendance, mais déjà en avance sur leur époque.

### THE DOLDER GRAND UTILISE LES MODULES DAILYPOINT SUIVANTS :

- dailypoint™ Data Laundry, notre puissant outil de nettoyage des données
- dailypoint™ Profile Engine avec attribution automatique des intérêts au profil client
- dailypoint™ Booking Manager, pour la gestion des emails transactionnels
- dailypoint™ Campaign Manager, pour l'envoi de toutes les communications clients
- dailypoint™ Questionnaires
- L'intégration avec leur PMS, leur outil de gestion des réservations Spa et leur CRS



**VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?** Contactez-nous – [sales@dailypoint.com](mailto:sales@dailypoint.com)