

Brit Hotel - Cap sur l'innovation

1er juin 2021 à 07h32min par TH - Mots clés : Brithotel - innovation

 Tweet

 Partager

 Partager



A l'heure de la réouverture des espaces restauration, la marque Brit Hotel dresse un bilan positif malgré une année marquée par la pandémie. En 2020 les ventes en ligne ont enregistré une baisse de 23% par rapport à 2019 – un résultat plutôt honorable par rapport aux statistiques nationales – porté par une saison estivale 2019 exceptionnelle et la progression des réservations directes corporate mises en place par le service voyages d'affaires.

Une nette reprise des ventes en ligne :

Si le début d'année a démarré timidement par rapport à 2019, Brit Hotel en a profité pour anticiper la reprise. Le réseau breton a déployé début mai un plan de communication nationale. Cette campagne média s'est articulée sur 2 axes : à la télévision, avec un billboard diffusé sur BFM TV, LCI, et sur internet, avec une campagne display (Youtube, podcast audio et bannières).

Une anticipation qui porte déjà ses fruits, avec un net rebond de l'activité sur le site portail de la marque. Depuis le 1^{er} mai, le chiffre d'affaires généré sur Brithotel.fr est en progression de 10% par rapport à mai 2019. De bonne augure à l'approche de la saison estivale.

Un nouveau programme fidélité :

Brit Hotel prévoit la sortie de son nouveau programme fidélité pour Octobre 2021.

« *Nous l'avons entièrement pensé et construit en partenariat avec nos adhérents* » explique Guy GERAULT, Directeur Général de la marque.

Déjà plébiscité par plus de 110 000 porteurs, le programme actuel va subir un véritable lifting en mettant l'accent sur la reconnaissance et l'expérience client. Ce programme sera appuyé par la technologie du CRM Experience Hotel, en cours de déploiement sur l'ensemble des établissements du réseau.

Une digitalisation sous le signe de l'ouverture :

Brit Hotel continuera de déployer par défaut le channel manager Reservit mais va offrir pour l'été 2021 la possibilité à ses adhérents d'utiliser la solution D-edge pour alimenter le site internet de la marque.

En matière de sécurisation des paiements en ligne, Brit Hotel a déployé 3 solutions distinctes. Chaque établissement peut choisir en entre Syspay, Payzen ou Ingenico.

Pas moins d'une vingtaine de PMS différents sont recensés au sein du réseau Brit Hotel. « *C'est toute la difficulté dans une chaîne volontaire : composer avec un panel hétérogène de technologies. Il serait utopique de vouloir imposer une solution unique, c'est à la tête de réseau de s'adapter pour répondre aux besoins de ses adhérents, pas l'inverse.* » insiste Florian RICORDEL, Directeur Marketing et E-commerce de la marque.

Un maillage en constante progression :

Depuis plus d'un an, le réseau continue de renforcer son maillage au rythme d'un hôtel par mois. En 2021 Brit Hotel a ainsi ouvert un cinquième hôtel à Rennes mais s'est également implanté à Castres, Saint-Flour, Villeneuve-sur-Lot et Montauban. Les prochaines ouvertures sont prévues en Juillet à Concarneau, Vesoul et Martigues puis en Septembre à Toulon et Paris-Orly.