

2.2. Le benchmark dans le tourisme

1

Cléoléo

<http://www.cleoleo.com/>

Description générale



Cléoléo est une conciergerie proposant des services à la personne à Chamonix Mt Blanc.

Elle propose également différents services pour les propriétaires et locataires suivant trois niveaux : clés de bronze, d'argent ou d'or en fonction de la fréquence du besoin et de l'utilisation des services.

Élément d'identité

Domaine d'activité : Conciergerie privée

Horaires : 8h-20h disponible sur Facebook

Services :

Gestion des locatifs :

État des lieux entrée et sortie, ménage fin de séjour, gestion des draps, maintenance et vigilance du bien, ménage intersaison (nettoyage des oreillers, couettes...), gestion des cartes d'hôtes...

Pour les vacanciers :

Babysitting avec un engagement à la semaine ou de quelques heures, livraison des courses, petsitting, ménage pendant séjour, coiffeur, livraison du pain, cuisine à domicile : diverses solutions selon le budget, livraison des courses avant l'arrivée, récupération des forfaits, moniteur de ski, accompagnateur et guide de haute montagne, rendez-vous masseur, journal, magazine tous les matins...

Service à la personne :

Entretien de la maison et des extérieurs, courses & repas, assistance administrative, garde d'enfants, soutien scolaire, activités extrascolaires...

Communication

Présence : Numérique

Clientèle ciblée : Habitants, familles avec enfants, propriétaires et locataires, touristes.

Animation : NC

Communication : Page Facebook, site Internet, lien sur le site de l'Office de Tourisme Chamonix Mt Blanc.

Éléments quantitatifs

Nombre d'utilisateurs : NC

Nombre d'utilisateurs potentiels : Nombre de touristes dans la Vallée de Chamonix Mt Blanc : 2.5 millions (dont 50% de français) et 11 700 résidences secondaires et 14 000 habitants en 2011.

Fréquence d'utilisation : NC

Distance parcourue pour le service : NC

Modèle économique

Coût de création : Capital de 1000 €

Modèle économique : Il existe des dispositifs de défiscalisation permettant de réduire le coût pour les utilisateurs. Pour rendre ces différents services, Cléoléo travaille également avec les prestataires locaux.

CA : NC

A retenir



- Pour les propriétaires : offre adaptée à la fréquentation d'utilisation



- Un site très ergonomique et simple mais incomplet
- Pour obtenir plus d'informations ou pour réserver, les utilisateurs doivent contacter Cléoléo par téléphone ou par mail

Les bonnes pratiques :

- ✓ Les différents niveaux de gestion (clé d'Or, d'Argent et de Bronze) permettent aux propriétaires de payer un service en fonction de la fréquence du besoin et non au service.
- ✓ Mettre en avant le dispositif de défiscalisation.

2

Welkeys

www.welkeys.com

Description générale



Welkeys est le service de gestion des appartements loués sur Airbnb / Abritel / Booking ou Housetrip créé en 2015. Leur crédo ? Maximiser les revenus locatifs pour les propriétaires : Welkeys s'occupe de tout, de l'annonce au départ des locataires. Ainsi les propriétaires sont plus réactifs, font des annonces plus vendeuses, et augmentent jusqu'à 40% leurs revenus locatifs.

Élément d'identité

Domaine d'activité : Conciergerie liée à la location de meublés

Horaires : Contact téléphonique : du lundi au vendredi de 9h à 18h30

Services :

- Création d'annonces
- Accueil et départ personnalisé (remise des clés)

- Etat des lieux
- Ménage professionnel et gestion du linge de maison

Communication

Présence : Numérique et physique. Il existe un bureau à Paris pour les rencontrer directement. Mais il est possible de tout réserver via leur site Internet, ou leur chatbot. Le propriétaire et les locataires peuvent rencontrer le concierge au moment du service rendu.

Clientèle ciblée : Propriétaires

Animation : NC

Communication : **Supports :** Un site Internet, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Blog

Éléments quantitatifs

Nombre d'utilisateurs : 5000 propriétaires et 1000 concierges.

Nombre d'utilisateurs potentiels : Tous les propriétaires présents sur Airbnb. Par exemple 8 000 annonces sur Bordeaux, 800 annonces à Royan.

Fréquence d'utilisation : Chaque location

Distance parcourue pour le service : Aucune, le contact avec le concierge se fait en ligne et le concierge se déplace directement dans le logement.

Modèle économique

Coût de création : « levé de 900 000 € depuis sa création »

Modèle économique : Welkeys fixe les prix des prestations des concierges. Ce dernier varie en fonction de plusieurs critères : taille de l'appartement, du nombre d'heures, nombre de sets de linge à nettoyer. Différentes offres : service premium / classique / pro.

Sur les prestations effectuées par les concierges, une commission est reversée à Welkeys (entre 16% et 20% en fonction de leur statut de particuliers ou auto-entrepreneurs et de leur situation géographique).

CA : NC

A retenir



- Welkeys met en relation directement le propriétaire et le concierge ; et les concierges avec les touristes



- Pour le moment ce concept ne fonctionne que dans les grandes villes touristiques – service très urbain
- Les concierges doivent être bien choisis pour être de bons ambassadeurs.

Les bonnes pratiques :

- ✓ L'utilisation de formules (premium, classique, pro) adaptées en fonction du service, du temps passé, de la taille du meublé, du nombre de sets de linge...
- ✓ Une fois avoir réservé, le client n'a pas besoin de se déplacer pour bénéficier des services

3

At the corner

<https://atthecorner.fr>

Description générale



At the corner propose aux hôtels de devenir des conciergeries de quartier et d'étendre leurs services à une clientèle extérieure (touristes comme locaux). Ce concept permet de (ré) concilier hôtellerie et économie collaborative (location de logements entre particuliers) en proposant des services d'hospitalité.

Élément d'identité

Domaine d'activité : Conciergerie hôtelière collaborative

Horaires : NC

Services :

- Remise de clés 24h/24

- Consignes à bagages locales
- Petits déjeuners buffet
- Accès à la salle de fitness
- Réservation d'une place de parking
- Location de linge de maison

Communication

Présence :

- Numérique : réservation des prestations sur le site Internet www.atthecorner.fr qui répertorie les établissements partenaires et les services disponibles
- Physique : prestations à l'hôtel

Clientèle ciblée : Loueurs, voyageurs, locaux, hôteliers

Animation : NC

Communication :

Présents via un site web, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn. Ils communiquent également avec l'aide d'une newsletter et de nombreux articles de presse.

Éléments quantitatifs

Nombre d'utilisateurs : 60 hôtels partenaires dans plus de 20 villes françaises.

Le nombre de réservations de services d'hospitalité a doublé entre 2016 et 2017 et des milliers de prestations ont déjà été réalisées.

Nombre d'utilisateurs potentiels : NC

Fréquence d'utilisation : NC

Distance parcourue pour le service : NC

Modèle économique

Coût de création : NC

Modèle économique : At The Corner prélève une commission sur chaque service réservé via le site Internet atthecorner.fr.

CA : NC

A retenir



- Au service des hôteliers : revenus additionnels, davantage de visibilité, entrée dans le monde de l'économie collaborative.
- Pour les voyageurs et locaux : accès à des services de proximité et sur de larges plages horaires avec une assurance incluse.



- Services uniquement réservables en ligne
- Tarifs pas toujours abordables (10 € pour check in-out)

Les bonnes pratiques :

- ✓ Proposer un service de bagagerie si espace disponible
- ✓ Introduction de l'économie collaborative dans le secteur de l'hôtellerie

4

Wiidii

www.wiidii.com

Description générale



La Start-up Wiidii, créée en 2014, a développé un assistant personnel hybride sous forme d'application qui propose à ses utilisateurs de communiquer verbalement ou par écrit afin de satisfaire leurs besoins en termes de services (réservation, informations, prise de rdv, ...)

Cet assistant mêle intelligence artificielle et intelligence humaine pour satisfaire au mieux ses utilisateurs.

Élément d'identité

Domaine d'activité : Assistant personnel hybride

Horaires : NC

Services :

- Conseille des lieux de qualité

- Aide à la réservation
- Prend les rendez-vous
- Recherche des informations
- Lance des rappels
- Sauvegarde des documents

Communication

Présence : Proposé sous forme d'application IOS et Android

Supports : Site Internet, vidéo corporate, utilisation d'une influenceuse : Anne-Laure Saux et Blog

Clientèle ciblée : touristes et employés de grands groupes

Éléments quantitatifs

Nombre d'utilisateurs : 1500 utilisateurs

Nombre d'utilisateurs potentiels : NC

Fréquence d'utilisation : NC

Distance parcourue pour le service : Aucune

Modèle économique

Coût de création : 600 000€ levés en 2015 ; 800 000 € levés en 2016 ; 7 millions levés en 2018

Modèle économique :

Wiidii propose de mettre à disposition son outil en marque blanche auprès de plusieurs organisations (Axa Partners, Office de Tourisme de Bordeaux par exemple).

Le tarif est de 9.90€/mois pour les particuliers.

CA : 5,98 milliards d'euros en 2015

A retenir



- Outil transportable
- L'assistant personnel est numérique mais ce sont des humains qui prennent le relais au besoin
- La discussion se fait aussi bien à l'oral qu'à l'écrit
- Disponible en plusieurs langues

- Anticipation des demandes et problématiques grâce à l'analyse prédictive



- L'application peut provoquer un blocage d'utilisation pour certaines clientèles
- Outil payant

Les bonnes pratiques :

- ✓ Un assistant à la fois numérique et humain
- ✓ L'analyse prédictive permet de personnaliser au maximum l'outil

5

Facilitatrip

www.facilitatrip.fr

Description générale



L'outil de planification "Facilitatrip" permet de concevoir son itinéraire sur-mesure et de réserver entièrement son séjour, tout en gardant un œil sur son budget.



Élément d'identité

Horaires : NC

Services :

- Un guide touristique avec des informations détaillées sur la destination : climat, les endroits à visiter, avant de partir, fiches culturelles des villes, régions, sites, ...
- Un outil de construction des itinéraires
- Un compteur de budget
- Un catalogue de plus de 500 000 hébergements
- Un agenda qui centralise l'ensemble des activités, hébergements, restaurants choisis
- Un carnet de voyage personnalisé

Communication

Présence : Facebook, Twitter , Youtube, Google +, Instagram, Blog, LinkedIn

Clientèle ciblée : Voyageurs individuels

Éléments quantitatifs

Nombre d'utilisateurs : NC

Nombre d'utilisateurs potentiels : Objectif pour 2019 : attirer 56 000 voyageurs

Fréquence d'utilisation : Utilisable indéfiniment dans la limite des 9 pays et des 2500 destinations répertoriées sur le site de Facilitatrip

Distance parcourue pour le service : Aucune

Modèle économique

Coût de création : entre 500 000 et 1 million d'euros

Modèle économique : NC

CA : NC

A retenir



- Un outil gratuit
- Un outil qui regroupe en un seul site tous les services dédiés au voyageur
- Calcul du temps de trajet entre chacune des activités
- Vérifie la faisabilité des itinéraires selon les horaires d'ouverture, la durée des visites et le temps de trajet
- Comparateur de prix et réservation en ligne
- Un décompteur de budget
- Un carnet de voyage personnalisé qui rassemble les détails pratiques du programme réalisé



- Peu de destinations françaises référencées

Les bonnes pratiques :

- ✓ Un compteur de budget
- ✓ Un carnet de voyage personnalisé
- ✓ Calcul de temps de trajet

2.3 Synthèse du benchmark

Pour une bonne conciergerie il faut...

1 Définir une identité et une charte graphique en accord avec ses valeurs

2 Instaurer un climat de confiance

3 Commencer petit pour mieux grandir

4 Être disponible et réactif aux demandes des utilisateurs

5 Proposer des services de proximité

6 Offrir des services personnalisés

7 Proposer des tarifs préférentiels

8 Concevoir une plateforme numérique ergonomique

9 Allier l'humain et le numérique

10 Assurer l'amélioration continue du service de conciergerie