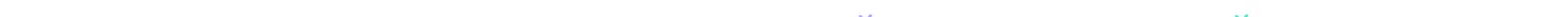


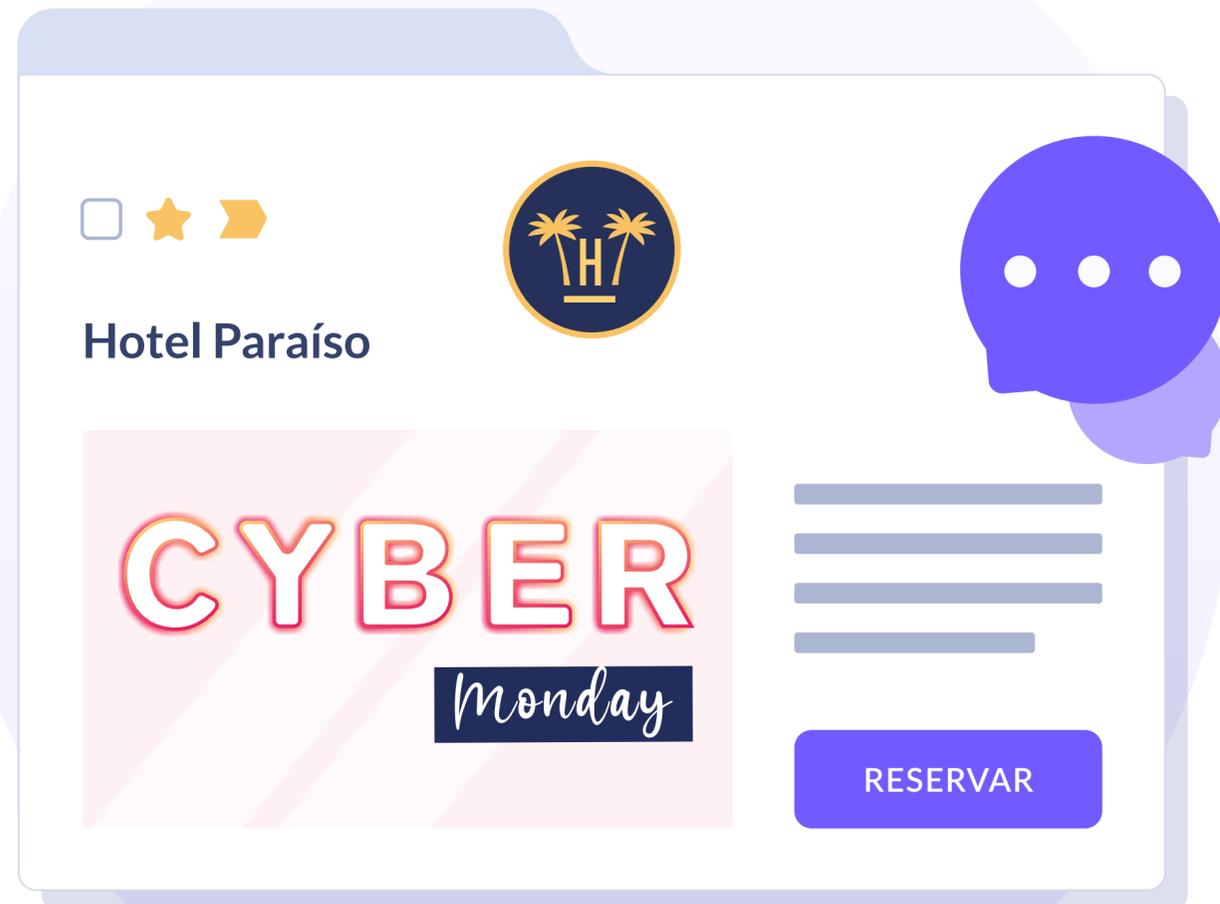
# Enrichissement avec PMS des données du client collectées au travers de Hotelinking WiFi

**hotelinking**



# Sommaire

Exigences à prendre en compte pour que le Data Match entre les deux silos de données soit un succès		4
Processus d'automatisation de Data Match		6
Résultats espérés du Data Match		8

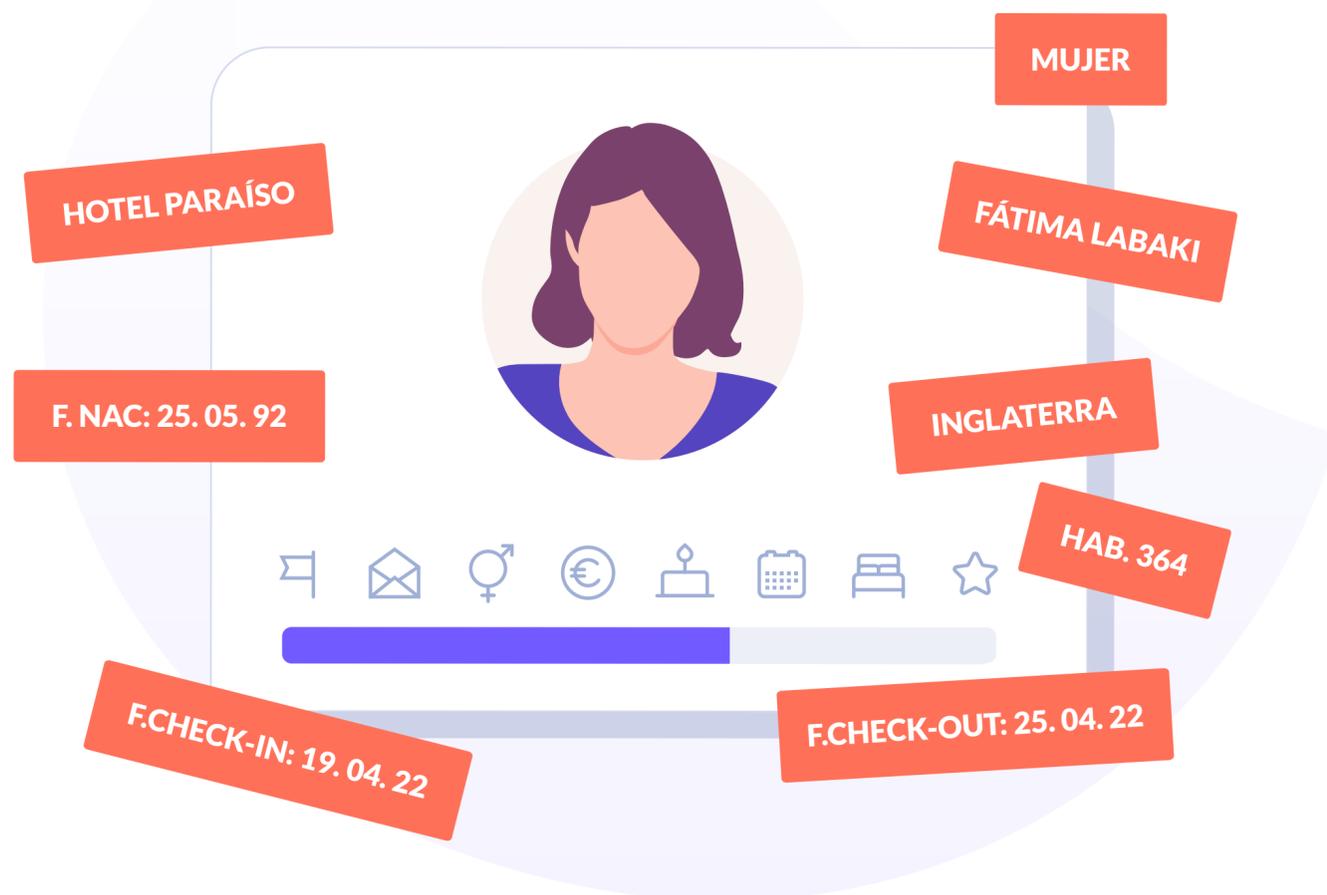


Les données collectées au travers du module WiFi d'**Hotelinking** sont vérifiées, conformément à la norme du RGPD.

Pour exploiter et activer les données destinées à réaliser des campagnes de mailing, marketing et fidélisation, le module **CRM hôtelier** devra être activé. Après souscription, le transfert des données du module de data de **Hotelinking** au CRM sera réalisé automatiquement (après avoir importé les données historiques). Le module de **CRM hôtelier**, permet de segmenter facilement et rapidement, afin de personnaliser les campagnes en utilisant un grand choix de variables.

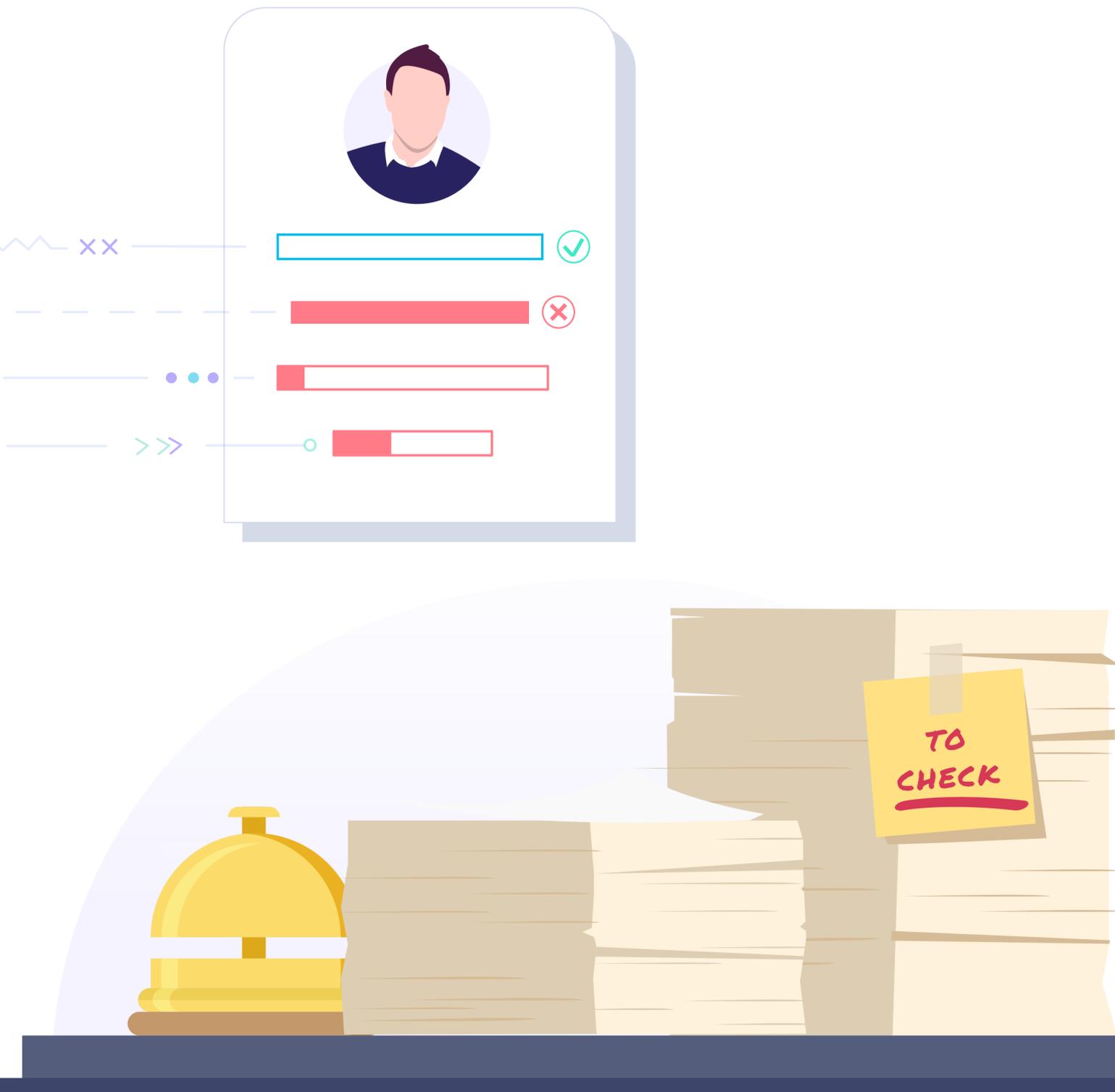
Néanmoins, il existe des informations transactionnelles dans le PMS qui permettront d'enrichir davantage les données, afin d'augmenter les variables de segmentation.

Il sera ainsi possible, par exemple, de segmenter la base de données selon le canal de réservation, le type de chambre, ou s'il s'agit d'un client qui voyage avec des enfants.



## Exigences à prendre en compte pour que le Data Match entre les deux silos de données soit un succès

- Le succès du processus de Data Match dépendra principalement de la qualité des données de chaque client, contenues dans le PMS.
- Pour assurer un bon Data Match, les données principales sont les suivantes: prénom et nom du client, date de naissance, sexe, nationalité, numéro de chambre, hôtel dans lequel est descendu le client, date d'arrivée, date de départ.

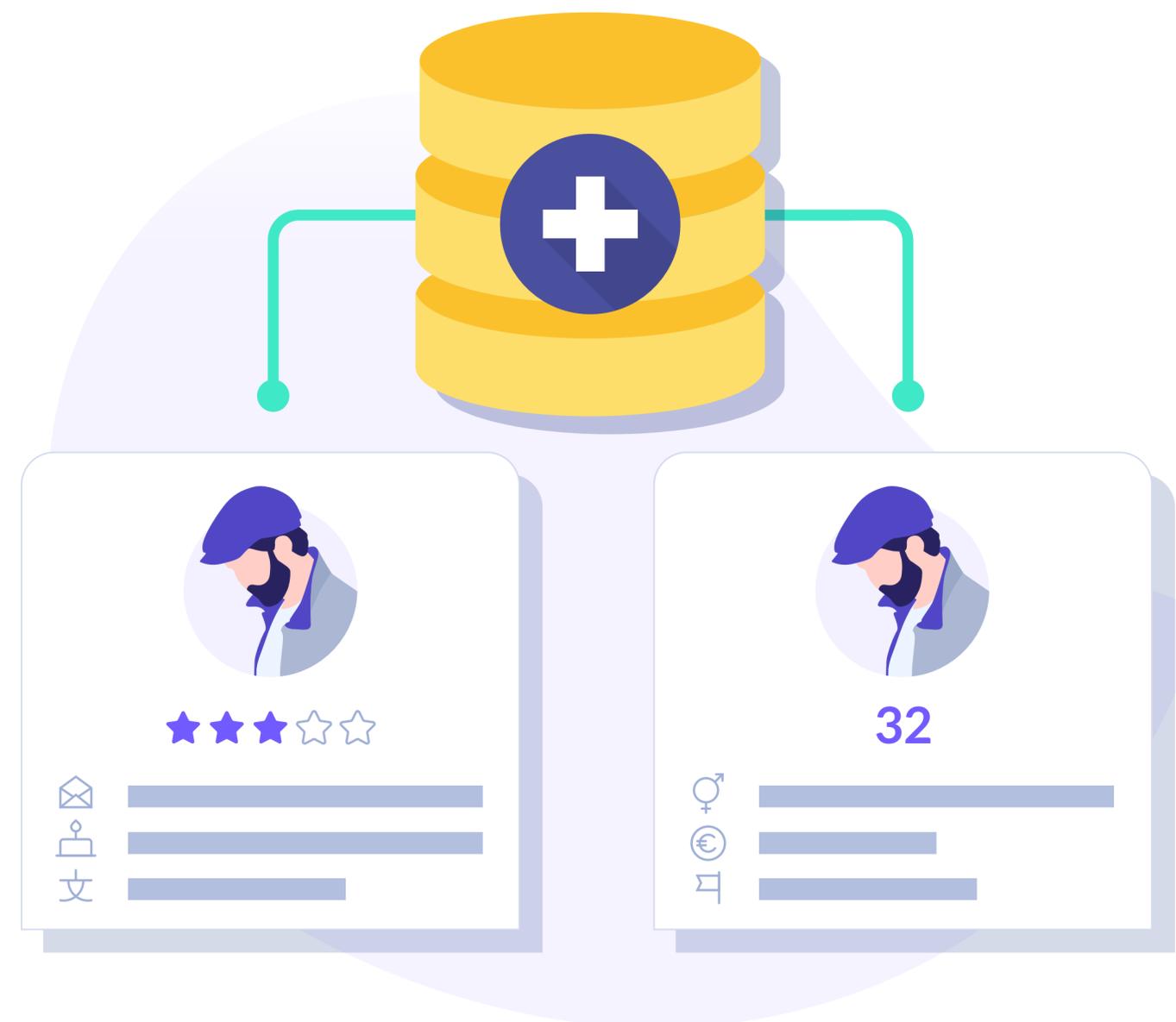


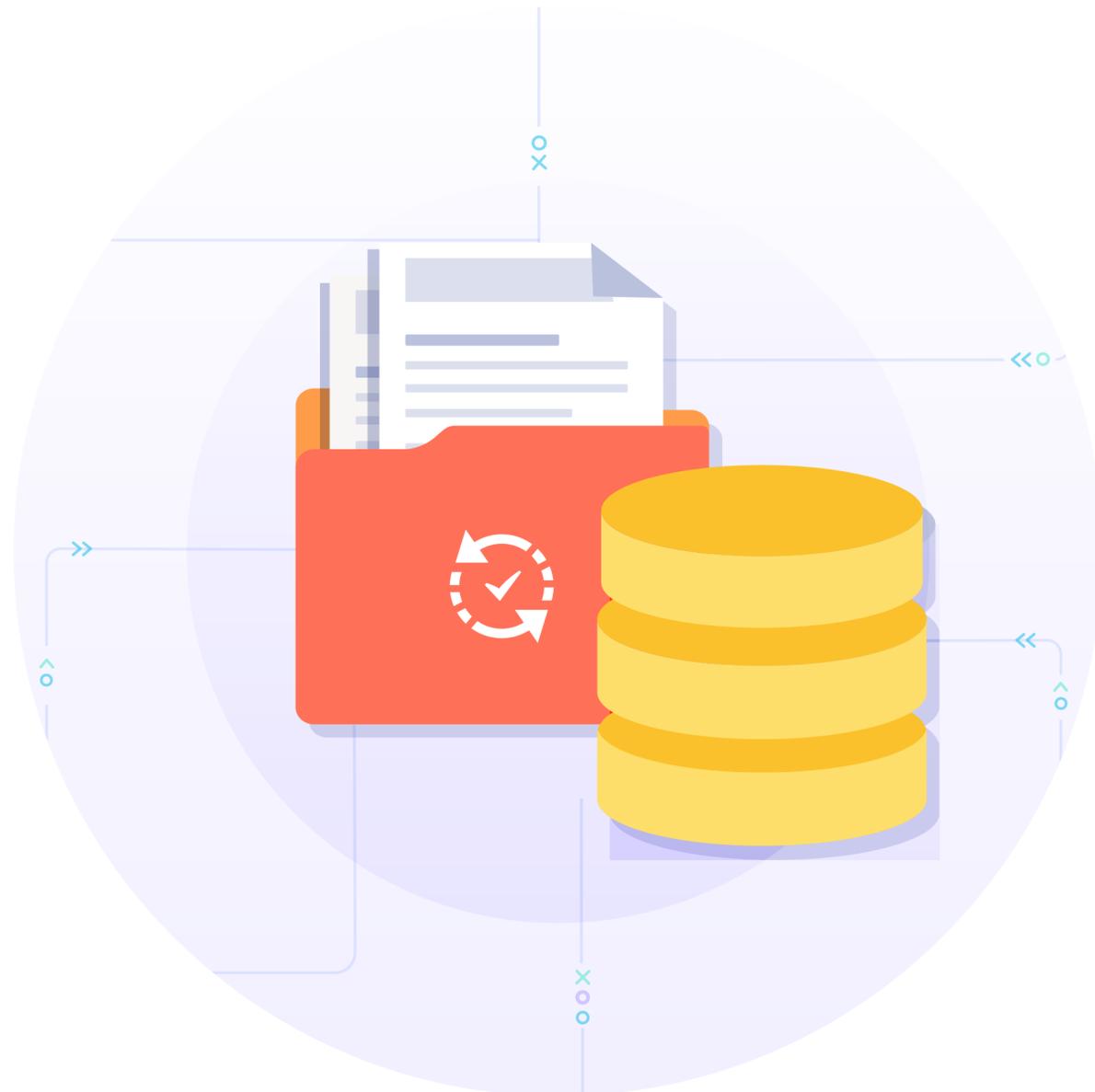
- Parfois, le personnel de la réception saisit manuellement les données dans le PMS. Le risque existant dérive du fait qu'il ne saisit pas toujours l'information dans le cardex de l'hôte, qu'il n'y a pas de données pour les accompagnateurs, de la diversité des critères lors de la saisie des données, des oublis, etc.
- Le PMS doit disposer d'un moyen d'intégration, pour pouvoir extraire les données des hôtes régulièrement (chaque semaine ou mois) et de forme automatique au travers de Hotelinking. Les méthodes les plus habituelles sont API ou Webservice.

Par conséquent, si les données du PMS ne sont pas de bonne qualité, il sera difficile d'obtenir un pourcentage de succès élevé du Data Match.

# Processus d'automatisation de Data Match

- Une fois le PMS intégré à Hotelinking pour la collecte régulière et automatisée, l'outil de matching de Hotelinking réalisera le processus de réconciliation entre les deux bases de données.
- La fréquence établie de matching automatisé peut être configurée de façon quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle.
- Une fois le processus de matching achevé, le système crée un fichier .CSV qui est sauvegardé dans le système comme une copie de base des données réconciliées. Le .CSV pourra être téléchargé par l'utilisateur de la plate-forme.





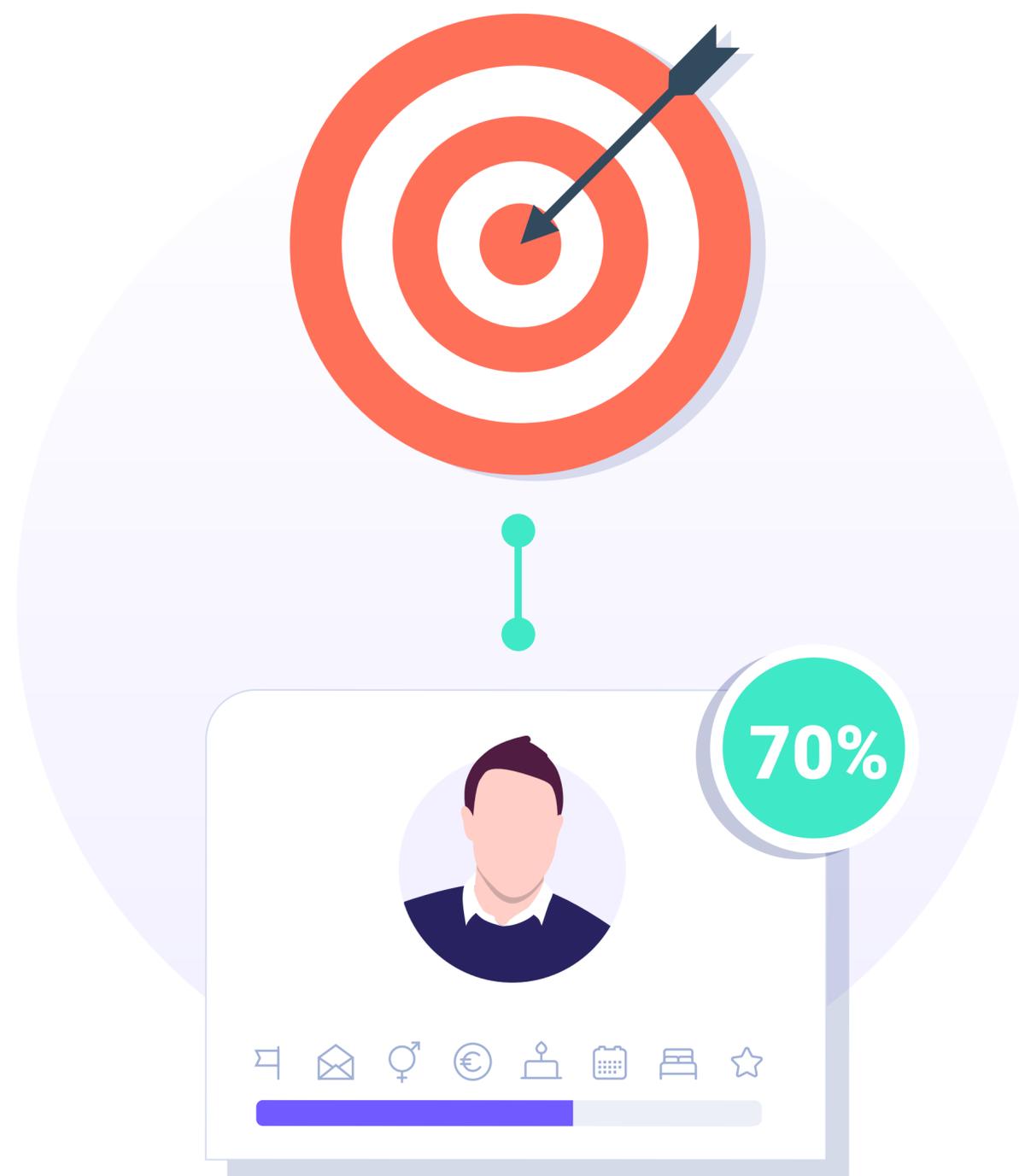
- Avant la mise en service, il faudra décider avec le client quels autres champs devront être importés depuis le PMS pour enrichir les profils des hôtes (canal de la réservation, type de chambre, production, consommation, enfants, etc.).
- Finalement, les résultats seront importés automatiquement dans le CRM.
- Si le CRM disposait déjà d'un contact envoyé au préalable par le module WiFi, mais que le Data Match a permis de créer de nouvelles données issues du PMS, alors leur profil sera mis à jour automatiquement.

## Résultats espérés du Data Match

Le pourcentage moyen espéré pour un data match réussi est de 70 %. Or, l'expérience nous dit que nous avons dans la base de données WiFi un pourcentage de clients qui ne sont pas hébergés dans l'établissement mais ont quand même utilisé le WiFi, le personnel de l'hôtel, les visites externes, etc.

Tout ce groupe de gens qui peut représenter 10 à 20 % du total des utilisateurs enregistrés sur le WiFi ne figure pas dans la base de données du PMS, car ils n'ont jamais réalisé le check-in.

Parfois, les données indiquées dans le PMS sont incomplètes et ne permettent pas à l'outil de matching d'obtenir une base minimum permettant de le réconcilier avec la base de données obtenue au travers du WiFi.



# Coût du Data Match

- Tarif mensuel par hôtel (durant les mois d'ouverture).
- Coût de mise en service par l'hôtel. Comprend l'intégration avec le PMS, le mapping des hôtels et les champs à importer, la configuration de l'automatisation.
- Coût additionnel pour le Data Match historique. Si Hotelinking fonctionnait déjà avant la mise en service du processus de Data Match, le client peut vouloir concilier les données du PMS et les bases de données historiques.

		CHAMBRES								
HOTELINKING DATA MATCH	MODALITÉ	0 À 50	51 À 100	101 À 200	201 À 300	301 À 400	401 À 500	501 À 700	701 À 900	901 À 1100
ÉCHÉANCE MENSUELLE	MENSUEL	45€	58€	76€	100€	131€	172€	198€	227€	262€
SETUP	UNE FOIS	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€

HOTELINKING DATA MATCH HISTORIQUE	
COÛT PAR TAILLE DE BASE DE DONNÉES HISTORIQUE	0,03 € (*)

(\*) **Exemple:** à compter de la souscription à ce service, le traitement de la base de données générée avant sur Hotelinking au travers du service de WiFi coûtera 0,03 par registre. Par exemple, pour 100 000 registres capturés, il serait multiplié par 0,03. Par conséquent, le coût total serait de 3 K €.

# hotelinking

CONTACTLESS TECH TO CONNECT WITH YOUR GUESTS

Carretera de Valldemossa, Km. 7,4 Parc Bit. Edifici Disset 3<sup>a</sup> Planta Puerta D7, 07120

[www.hotelinking.com](http://www.hotelinking.com) | [help@hotelinking.com](mailto:help@hotelinking.com)

