

ÉTUDE DE CAS

7 EIFFEL HOTEL BY MALONE

Comment l'hôtel a remporté un Traveller's Choice Awards sur TripAdvisor



CHALLENGES & SOLUTIONS

Obtenir plus d'avis sans sollicitation manuelle



Mise en place de la récolte d'avis automatique

Se démarquer dans une zone ultra concurrentielle



Décider d'axer sa stratégie de sollicitation sur TripAdvisor

Respecter les bonnes pratiques TripAdvisor



Collecte conforme, partenariat Premium avec TripAdvisor

Valoriser l'expérience via des retours authentiques récents



Systématisation de la sollicitation d'avis pour les clients ayant séjournés à l'hôtel

Élégant hôtel de la rive gauche parisienne, le 7 Eiffel Hotel by Malone accueille ses convives dans un univers de luxe contemporain. Chic, chaleureux et raffiné, il séduit une **clientèle internationale et française** à la recherche d'une escapade urbaine unique. L'hôtel se situe dans un **quartier hautement concurrentiel**, à deux pas de la Tour Eiffel et très référencé sur les plateformes d'avis en ligne telles que TripAdvisor. L'établissement hôtelier utilise Experience CRM pour **obtenir plus d'avis et monter dans le classement**.

RÉSULTATS

75%

des avis collectés sur TripAdvisor sont obtenus grâce à Experience CRM

56%

de volume d'avis en + que les autres hôtels 4* concurrents

+0.6

la note TripAdvisor est passée de 3.9 à 4.5/5 depuis la mise en place des récoltes d'avis



top 10 % mondial des établissements référencés



Tess Mandoul, Responsable Marketing & Commercial | Malone Hotels

Avant, les avis étaient aléatoires. Aujourd'hui, ils sont réguliers, sincères et valorisent vraiment le travail de nos équipes.