



{ EQUIP'INNOV AWARD
for
TECHNOLOGIES }

**Relit LSX-170
from Yamaha Music Europe**

Designed to be placed on a desk or bedside table, the LSX-170 houses two upward facing speakers. Sound and light are distributed horizontally and 360°. Functions include alarm clock and 'Music Player' from the guest's smartphone or tablet, and remote control through the free application DTA Controller (control of light and volume).



{ PRIX EQUIP'INNOV
catégorie
TECHNOLOGIES }

**Relit LSX-170
de Yamaha Music Europe**

Conçu pour être posé sur un bureau ou une table de chevet, le LSX-170 abrite deux haut-parleurs orientés vers le haut. Son et lumière sont diffusés horizontalement et à 360°. Fonctions réveil et "Music Player" depuis le smartphone ou la tablette du client, télécommande grâce à l'application gratuite DTA Controller (contrôle de la lumière et du volume).



EQUIP'HOTEL Pav. 2 Stand B47

Towards the Hyper-Personalisation of Customer Relations

Thomas Yung, consultant in hotel web marketing with Artiref is hosting some Studio Techno conferences. We asked him what he sees as being the key emerging trends in the fields of marketing and distribution...

We are entering an era of the hyper-personalisation. The customer/prospect is expected to receive a message that is solely dedicated to him, which corresponds to his consumer profile. In fact, all this brings back us to the knowledge of the client and the client relationship. It will become necessary equip oneself with the right tools to manage this relationship with the client. It is also a good way to reduce the share of distributors in the

schema of marketing, as they can only partially hyper-personnalise, meaning they do not know what is happening at your establishment; they are unfamiliar with your product. Finally, we are seeing an emergence solidarity with more ethical booking platforms: a good way to educate the customer. ■

EQUIP'HOTEL Studio Techno, Pav. 2



▲ **Thomas Yung**
Web Marketing Consultant
Consultant Web Marketing Hôtelier

“ THE CUSTOMER/ PROSPECT IS EXPECTED TO RECEIVE A MESSAGE THAT IS SOLELY DEDICATED TO HIM

Vers une hyper-personnalisation de la relation client

“ LE CLIENT/ PROSPECT S'ATTEND À RECEVOIR UN MESSAGE QUI LUI EST DÉDIÉ

Thomas Yung, Consultant Web Marketing Hôtelier, Artiref anime plusieurs conférences du Studio Techno. Nous lui avons demandé quelles étaient à l'heure actuelle les principales tendances émergentes dans les domaines du marketing et de la distribution...

Nous sommes en train de rentrer dans l'ère de l'hyper-personnalisation. Le client/prospect s'attend à recevoir un message qui lui est dédié, qui corresponde à son profil de consommateur. En fait, tout cela nous ramène à la connaissance du client et à la relation client. Il va devenir nécessaire de s'équiper en outils pour gérer cette relation avec le client.

C'est d'ailleurs un bon moyen de réduire la part des distributeurs dans le schéma de commercialisation, ils ne peuvent que partiellement hyper-personnaliser, ils ne savent pas ce qui se passe chez vous, ils connaissent mal votre produit. Enfin, on voit apparaître des plateformes de réservation solidaires, éthiques : un bon moyen d'éduquer la clientèle. ■

EQUIP'HOTEL Studio Techno, Pav. 2



SALON EQUIP'HOTEL - 16-20/11/2014 PARIS
HALL 2 STAND F22



HOTEL



RESTAURANT



SPA

Christine et Nicola Borella Architectes d'Intérieur ont créé en 1981 Borella Art Design. Ils orchestrent une équipe qui imagine, crée, conçoit et réalise suivant une histoire ou un voyage, des intérieurs uniques en hôtellerie où l'harmonie et le bien être se retrouvent.

Mrs Christine Borella and Mr Nicola Borella are Interior Architects. They have created their studio based in Paris in 1981, Borella Art Design, who specialize in unique and taylor made design for hotels-spa, residential and yachts projects.

