

# Service à la clientèle digital - des réseaux sociaux aux chatbots

**Forum des innovations hôtelières 2018**

**Innover l'accueil à l'heure du digital**

Jeudi, 13 septembre 2018

09h30 – 14h00

Hôtel Continental, Lausanne

**Roland Schegg**

Institut de Tourisme, HES-SO Valais/Wallis

roland.schegg@hevs.ch

# Plan du workshop

15'

- La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
- L'environnement du marché numérique dans le tourisme

10'

- Séance de brainstorming

25'

- Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0

10'

- Questions/Discussion

# Contenu

1. La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
2. L'environnement du marché numérique dans le tourisme
3. Séance de brainstorming
4. Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0
5. Questions/Discussion

# Prenons les choses les plus importantes tout de suite.....

- La **numérisation** n'est **pas une question de technologie**, mais de ce que vous pouvez (encore) faire mieux avec elle à l'avenir.
- A l'avenir, nous devons voir non seulement les arbres, c'est-à-dire les technologies, mais aussi la forêt que ces arbres sont capables de former.
  - développer et exploiter les infrastructures, les **compétences** et les aptitudes,
  - renforcer les **innovations** dans les processus et les modèles d'affaires de l'hôtellerie,
  - Développer la **capacité à penser d'une manière encore plus cohérente, orientée client et donc transversale** à l'ensemble de l'entreprise et à **utiliser les avantages de la numérisation** dans ce contexte.

# Moteurs de la numérisation

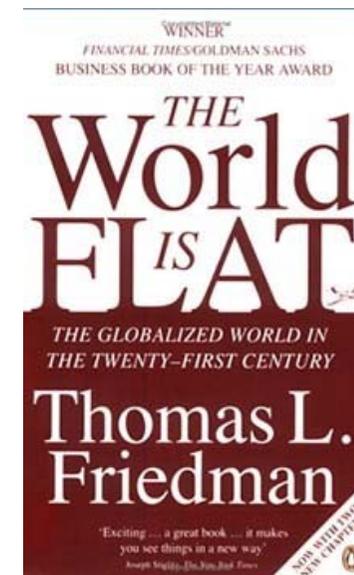
- Mise en **réseau via Internet disponible** partout dans le monde
  - Fibre optique, 4G -> bientôt 5G, transport public (train, avion), ...
- **Miniaturisation et applications mobiles** et donc mise en **réseau stationnaire et mobile**
  - Internet des objets, Smart City/Destination
- **Diminution massive du prix** des capteurs/puces (chips)
- **Augmentation massive de la puissance de calcul** et des possibilités de **l'intelligence artificielle (IA)**
  - traductions, chatbots, marketing automation, etc.

# Le pouvoir de l'intelligence artificielle (IA)

- “Situating in the centre of Pontresina and at the heart of the holiday region Engadine St. Moritz, Hotel Saratz is elegant yet cosy, contemporary yet charming - and its blend of old and new exudes one thing above all: atmosphere. The modern way of living merges with the Engadine hotel tradition, grandeur with design and nature with architecture. True values for a holiday adventure in a magnificent setting.”
- *"Situé au centre de Pontresina et au cœur de la région de vacances Engadine St. Moritz, l'hôtel Saratz est à la fois élégant et chaleureux, contemporain et charmant - et son mélange d'ancien et de nouveau respire avant tout une atmosphère. Le mode de vie moderne fusionne avec la tradition hôtelière de l'Engadine, la grandeur avec le design et la nature avec l'architecture. Les vraies valeurs pour des vacances d'aventure dans un cadre magnifique.»*
- Traduit avec **[www.DeepL.com/Translator](http://www.DeepL.com/Translator)**

# Numérisation : ubiquité virtuelle

Mais pour le tourisme, la **mise en réseau** et la **miniaturisation** signifient aussi l'**ubiquité virtuelle des personnes et des choses** en termes de temps et de localisation à un **coût nul**, et donc les mêmes avantages de proximité potentielle pour tout le monde.



**Les données, et non les personnes, sont mobiles.....**

# Numérisation : 5 effets principaux dans le tourisme

## ➤ **Changement dans la production**

Service 4.0 avec processus contrôlés par l'informatique, objets en réseau (Internet des objets, Smart Room), maintenance et exploitation optimisées des systèmes ; robotique / machines / processus automatisés en remplacement de l'interaction personnelle.

## • **Briser les chaînes de valeur traditionnelles**

Externalisation de services partiels (économie de plate-forme), économie de pair à pair

## • **La disruption en tant que caractéristique des nouvelles chaînes de valeur**

Nouveaux processus, dilution de l'importance des «assets» /de la propriété (Airbnb, Uber), redéfinition des règles de transaction (Blockchain)

## ➤ **Emancipation/ empowerment des clients**

Accès individuel à des services partiels, options de réservation sur une base globale (anywhere, anyhow, anytime)

## • **Importance marquée des effets de réseau**

Une baisse des coûts marginaux du côté de l'offre et une augmentation de l'utilité marginale du côté de la demande ; „The Winner takes it all“

# Implications pour l'industrie hôtelière

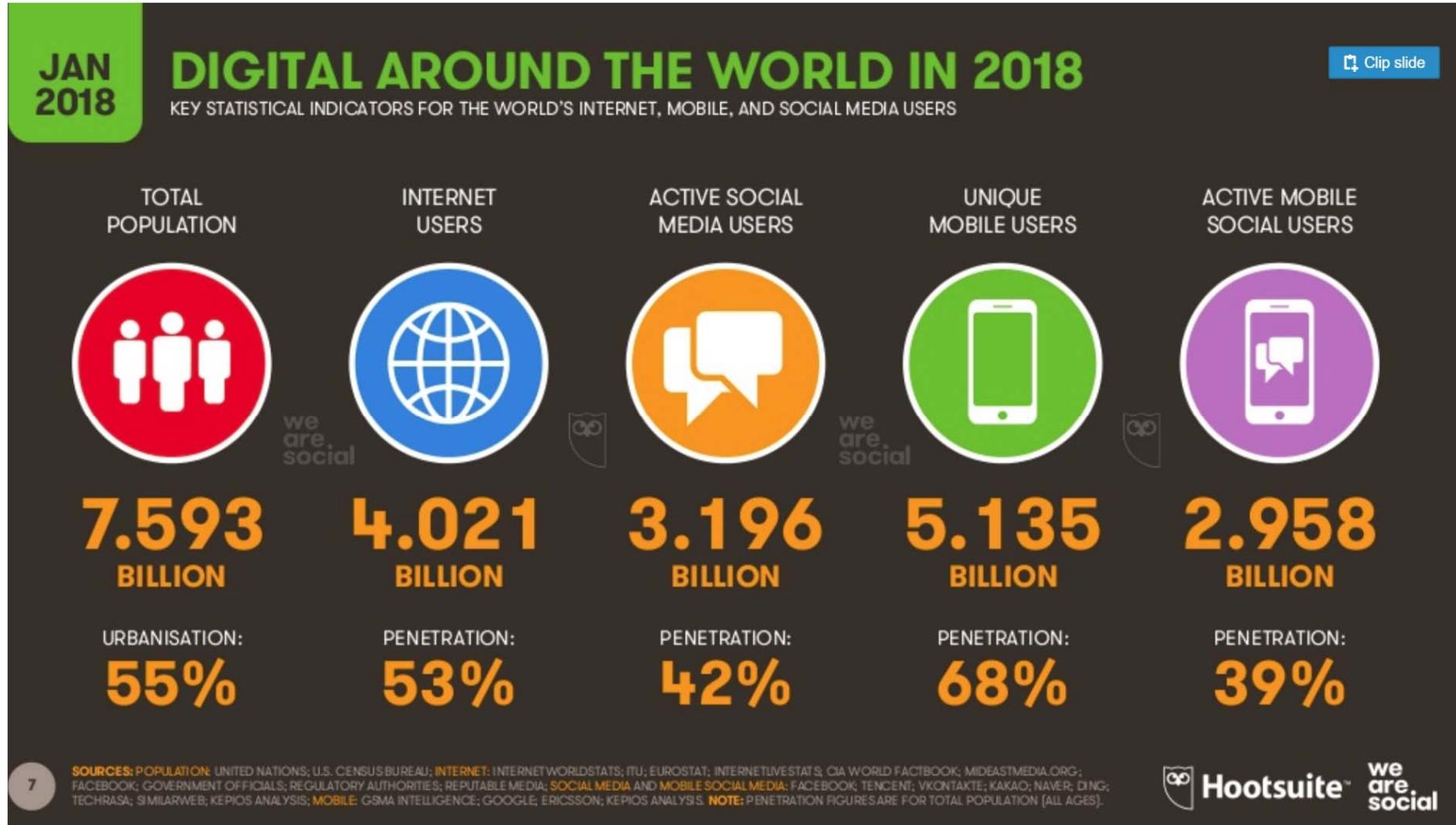
Les nouvelles possibilités numériques dans l'hôtellerie concernent trois domaines d'action:

- **L'interaction avec le client (365\*24 -> médias sociaux, eCRM/automation)**
- Optimisation opérationnelle interne / processus
- Diversification vers de nouveaux modèles d'affaires (business model) avec une interface avec les activités de base traditionnelles (p. ex. co-working)

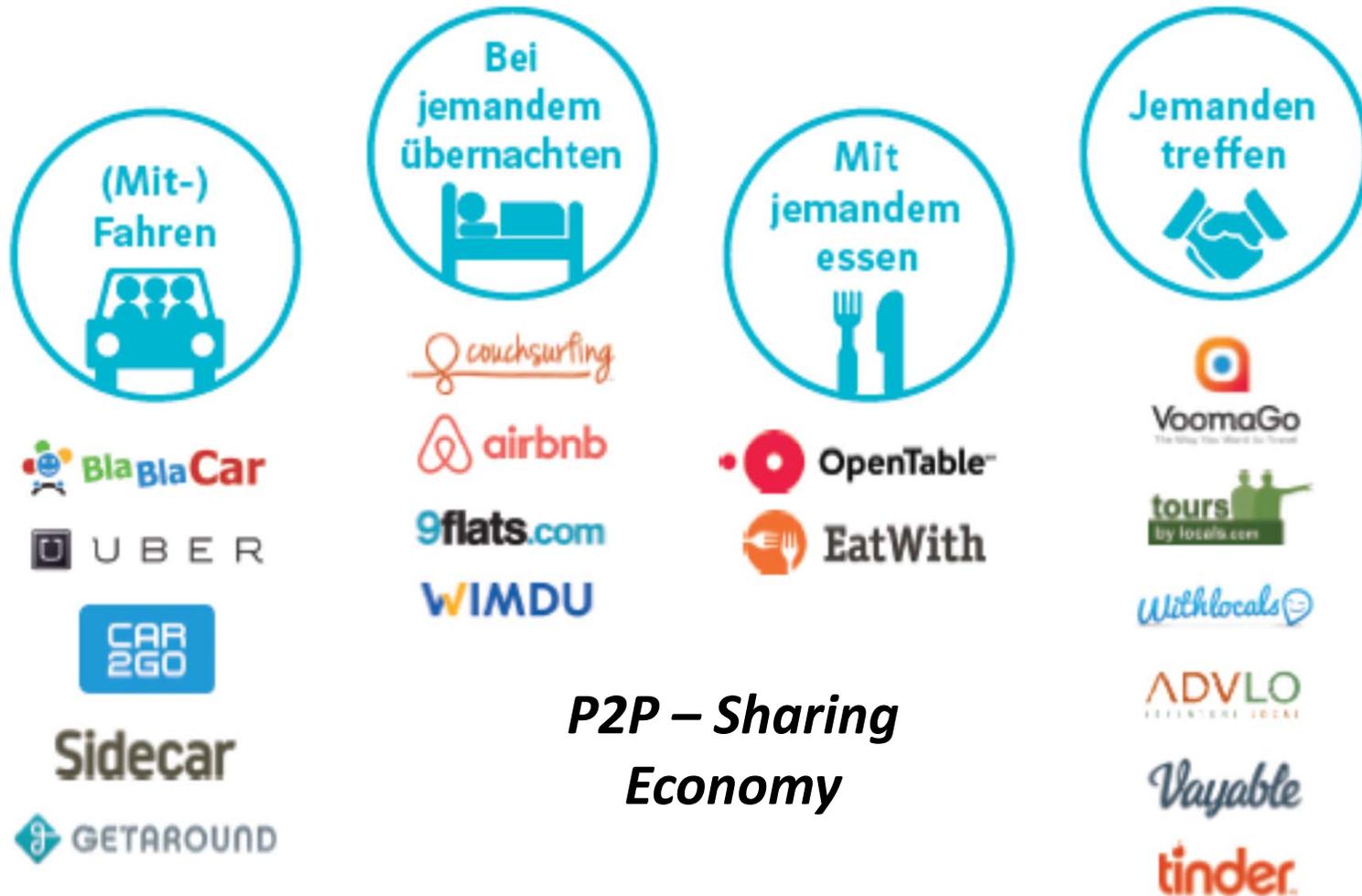
# Contenu

1. La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
2. **L'environnement du marché numérique dans le tourisme**
3. Séance de brainstorming
4. Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0
5. Questions/Discussion

# Utilisation des médias numériques: global, mobile et social



# La façon de voyager change en raison des médias et des acteurs numériques



# eTourisme : terrain de jeu d'acteurs jeunes, globaux et digitaux



Création: 2001 (Microsoft)  
Valuation : 20.3 Mia \$



Création : 2000  
Valuation : 6.4 Mia \$



Création : 1997 (booking 2000)  
Valuation : 88.7 Mia \$



Création : 2005  
Valuation : 2.9 Mia \$

4.11.2015: Expedia achète  
HomeAway pour 4 Mia \$



Création : 2009  
Valuation: >60 Mia \$



Création : 2008  
Valuation: 31 Mia \$

## Comparaison



Création : 1957  
Valuation : 7.15 Mia \$  
Chiffre d'affaires: 1.1 Mia \$

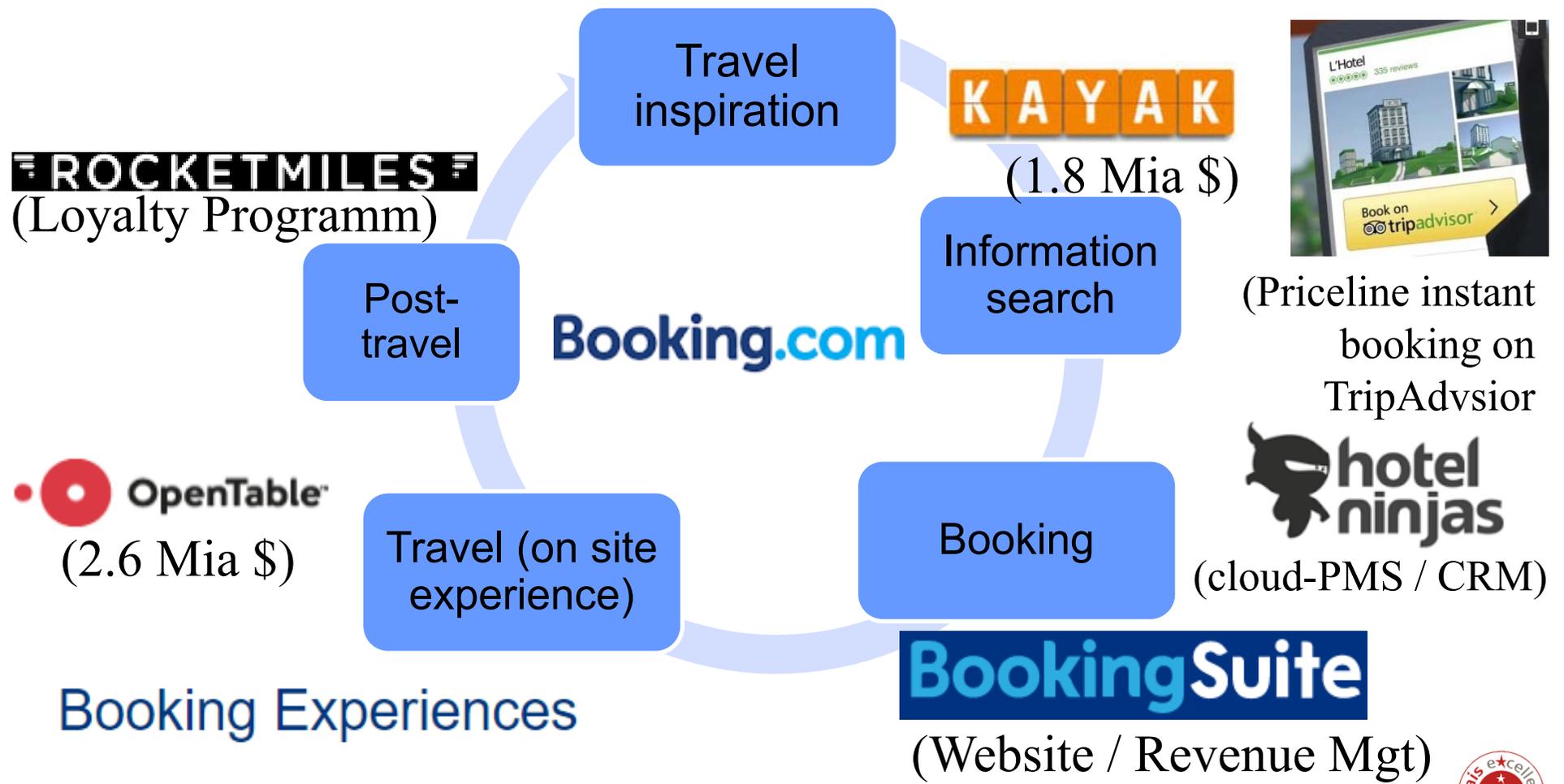
Source: [trefis.com](http://trefis.com) / [techcrunch.com](http://techcrunch.com) / Reuters / Piper Jaffray & wikipedia.org



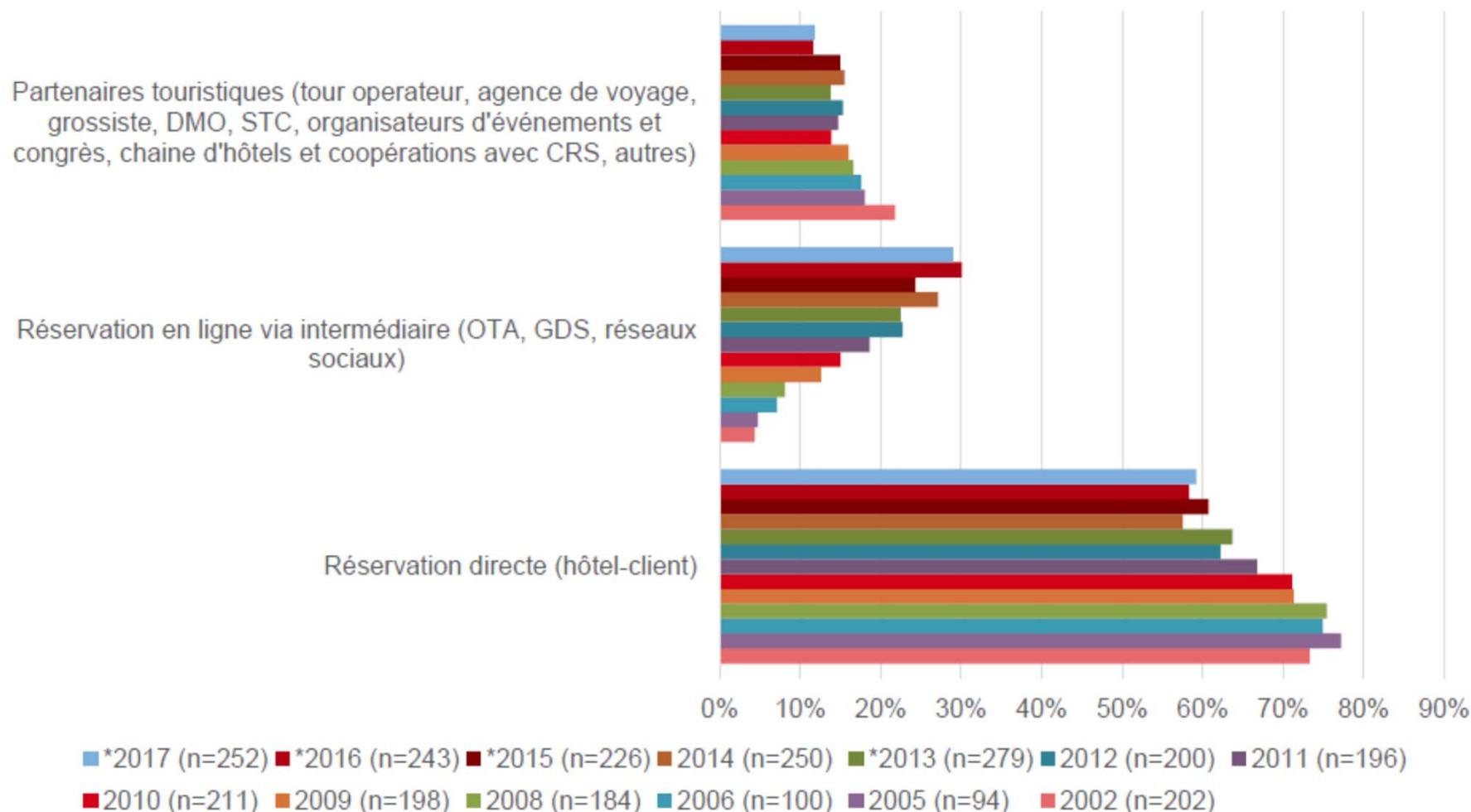
# Les acteurs mondiaux sont à la recherche de la «Customer Ownership»

Every passion has a destination  
 Enter your interests to find the perfect place for you

(booking.com/destinationfinder)



# Tendances dans la distribution hôtelière suisse : l'essor des OTAs



Parts de marché en % des réservations de 2002-2012 & 2014 et en % des nuitées en \*2013, \*2015 - 2017\*

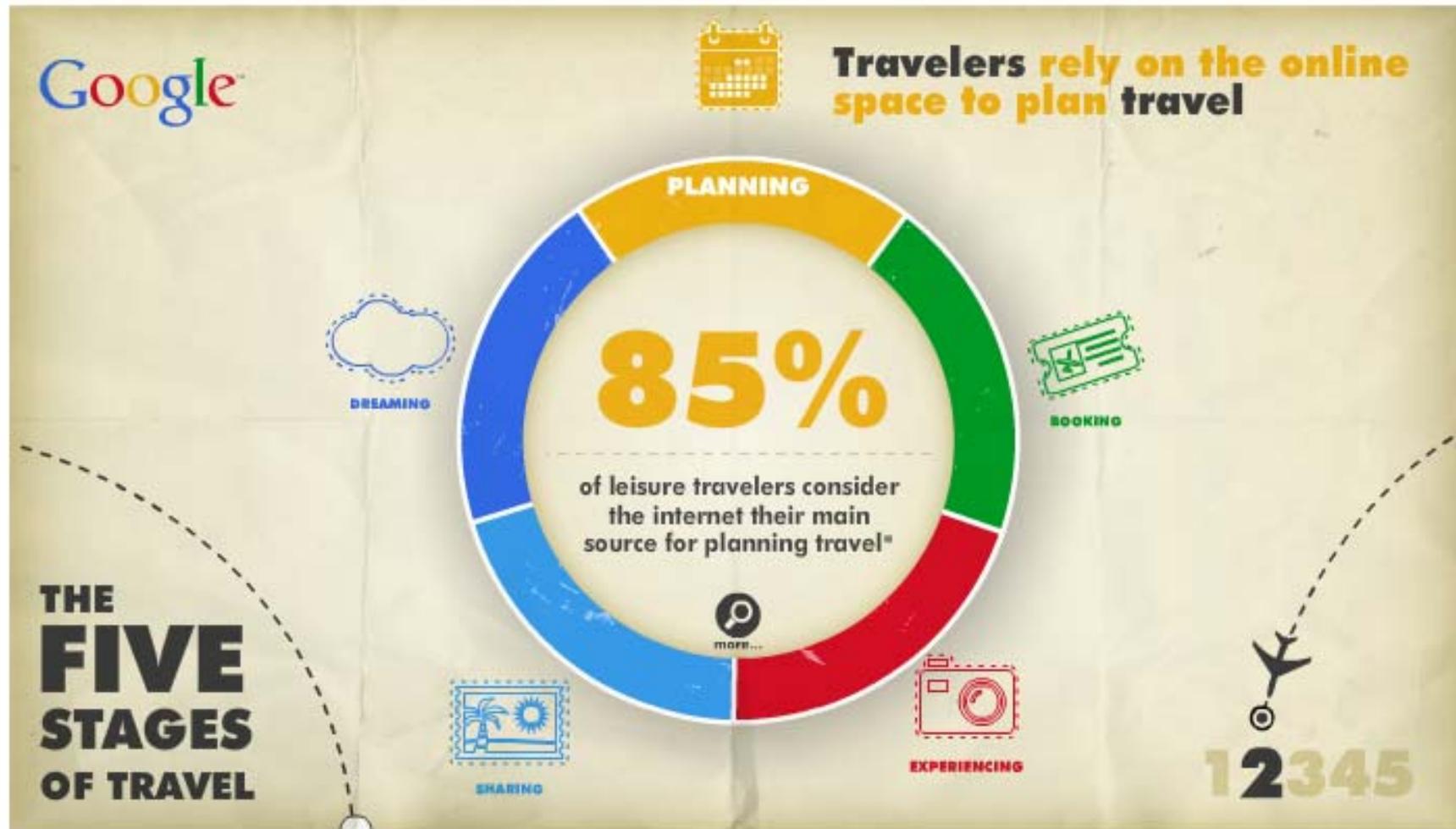
# Conclusions

- Aujourd'hui, les **médias numériques sont la norme** dans l'ensemble du processus de voyage des clients.
- Les **acteurs mondiaux** (Google, OTA, TripAdvisor, etc.) utilisent les technologies numériques de manière industrielle et **dominent une grande partie du processus de voyage** (rêve, planification, réservation et partage).
- Seuls ceux qui investissent dans le marketing numérique et **maîtrisent les nouveaux outils ont une visibilité** et peuvent générer des revenus (alternative : externalisation à GAFAM et OTA....).

# Contenu

1. La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
2. L'environnement du marché numérique dans le tourisme
3. Séance de brainstorming
4. Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0
5. Questions/Discussion

# Les points de contacts dans le customer cycle



# Brainstorming

- Quels étaient les points de contact pour l'accueil client dans l'hôtellerie en 1985?
- Quels seront les points de contact pour l'accueil client dans l'hôtellerie en 2025?
- Formez des groupes de 5-6 personnes
- Organisez vos idées/post-it dans la structure du customer cycle (dream, plan, book, experience, share)
- Matériel: flip chart, post-it

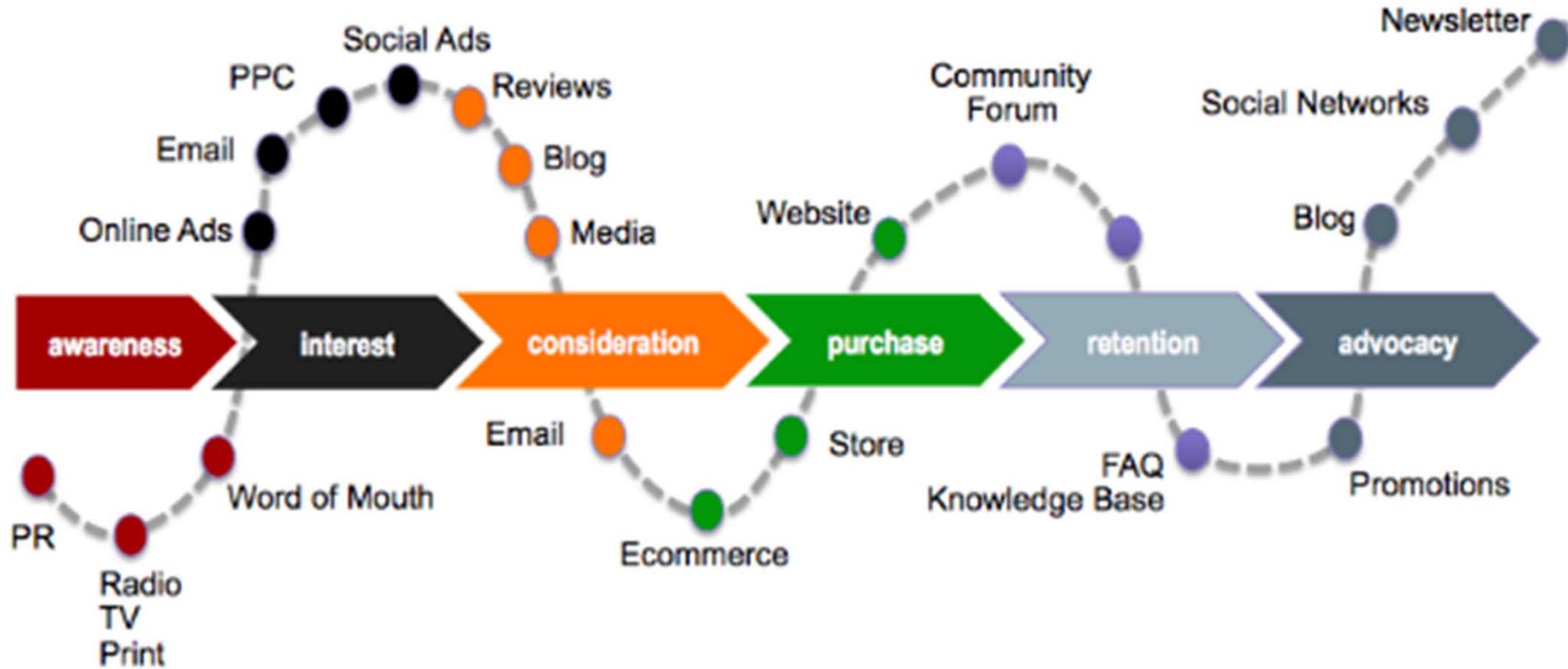
# Contenu

1. La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
2. L'environnement du marché numérique dans le tourisme
3. Séance de brainstorming
4. **Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0**
5. Questions/Discussion

# Le digital omniprésent dans la planification des voyages: rôle hôtel ?



# Marketing 4.0: Se baser systématiquement sur les processus clients



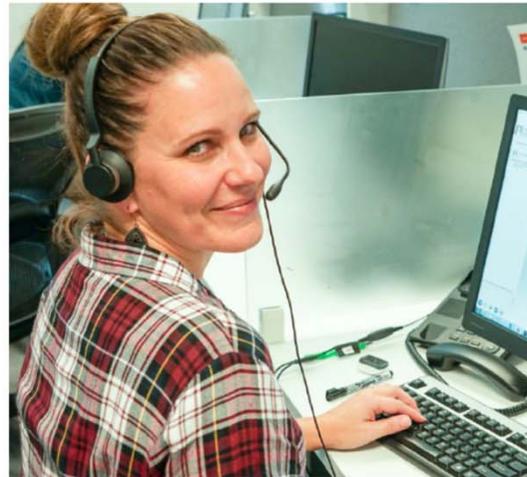
# L'expérience client est un facteur clef

## Skift.

Transport, Airlines

### Google Finds Customer Service Beats Loyalty Programs

Grant Martin, Skift - Aug 16, 2018 2:00 am

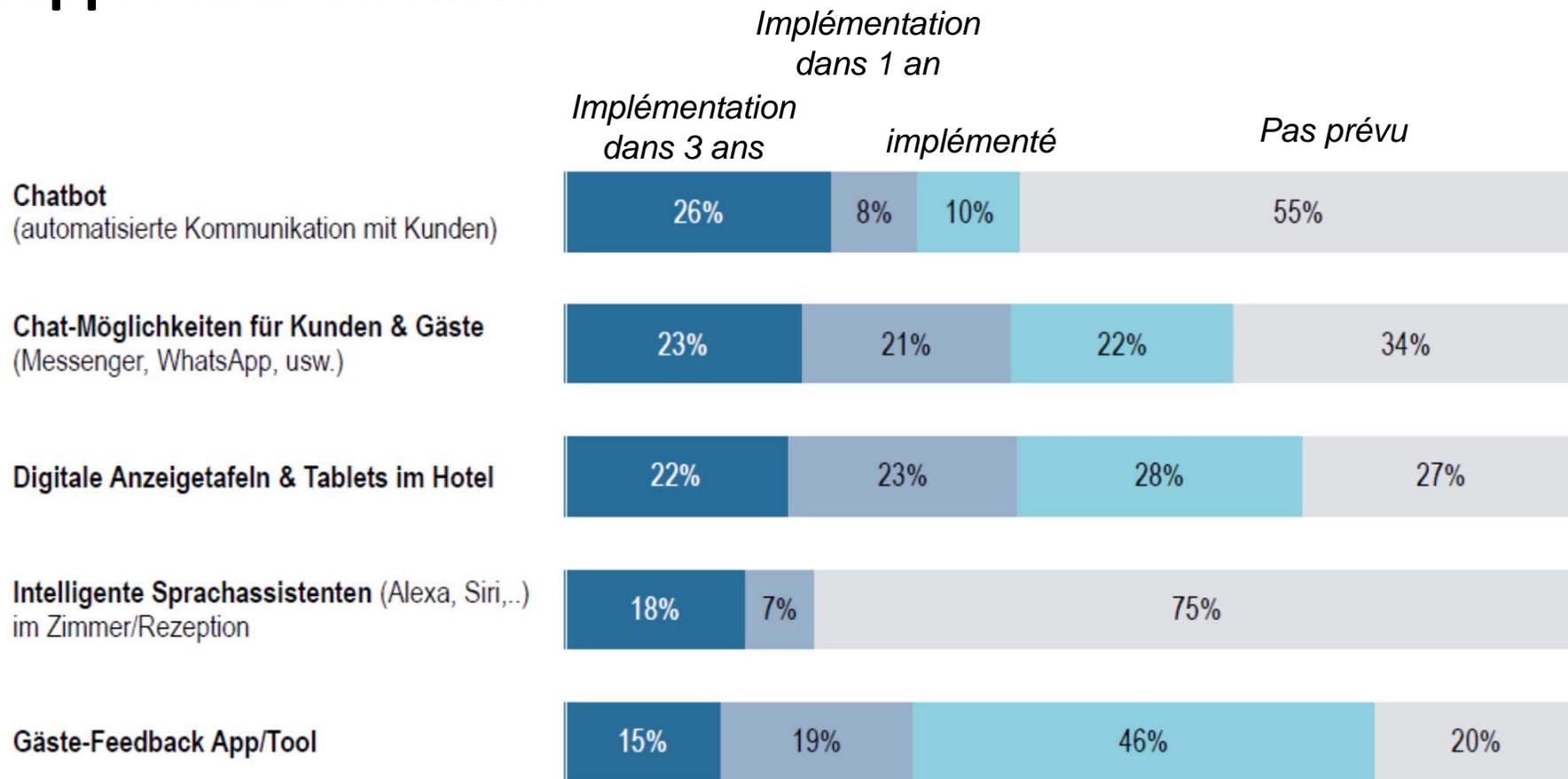


« **L'expérience client** désigne le ressenti d'un client vis-à-vis d'une marque ou d'un distributeur, **avant, pendant et après l'acte d'achat**, en fonction de ses attentes et de son anticipation de l'usage d'un produit ou service ». Vous noterez que cette définition s'applique de **façon globale, elle ne fait pas la distinction entre les points de contact en et hors-ligne.** » F. Cavazza

<https://skift.com/2018/08/16/google-finds-customer-service-beats-loyalty-programs/>

<https://fredcavazza.net/2018/04/10/l'experience-client-est-avant-tout-une-question-de-vision-de-donnees-et-de-coherence/>

# Parmi les mesures numériques suivantes, quelles sont celles que vous souhaitez mettre en œuvre pour vous rapprocher du client ?



*Enquête auprès de 667 hôteliers dans les pays germanophones en 2016.*

# Les outils digitaux dans le service à la clientèle

- **La base: les emails**
- Les outils de chat
- Les réseaux sociaux
- Les chatbots/ assistants vocaux et robots
- Intelligence artificielle et automatisation

# La base: les courriels

- Presque 20% des **réservations** des hôtels suisses via e-mail (un tiers des réservations directes)!
  - C'est **6 fois plus efficace que les médias sociaux**, et c'est votre canal (numérique) le plus directe avec vos clients (potentiels).
  - **Donnez un visage** à votre hôtel en créant un caractère attractif et construisez une **relation** avec vos clients grâce à ce personnage attractif.
- Un outil efficace si utilisé d'une manière optimale... (cf. *slides suivantes*)

# La base: les courriels

## Mystery guest survey dans hôtels 3-4\* en Suisse et en Autriche en 2017! (HES-SO Valais)

Dear pedersen  
We are in holiday till 27.05.  
We can offer you  
1 juniorsuite with 4 bed at a daily rate chf 280 incl. Breakfast and taxes  
Kind regards walter

Von Samsung Mobile gesendet

----- Ursprüngliche Nachricht -----  
Von: Lars Pedersen <[peders1972l@gmail.com](mailto:peders1972l@gmail.com)>  
Datum: 02.05.2017 17:30 (GMT+01:00)  
An: [alpensonne@swissonline.ch](mailto:alpensonne@swissonline.ch)  
Betreff: summer holidays in your hotel

Dear Sir, Madam,  
We are a family of 4, with 2 children (6 and 14 years old) and would like to book your hotel for a week from 16<sup>th</sup> to 20<sup>th</sup> July 2017. Do you still have any available rooms at time of the year? What price can you offer us? We enjoy exploring the area and hiking in the mountains. How close is the mountain railway by car?  
Thank you for your efforts.  
Best regards,  
Lars Pedersen. Copenhagen

 Wellness Spa  @rhone.ch>  
to me ▾



# La base: les courriels

\_\_TIS.SalutationEx\_\_

Thank you very much for your friendly inquiry at Seehotel [redacted]

We are pleased to provide you with a personal holiday offer.

To view your holiday offer just click on the link below.

[http://www.\[redacted\].com/abmmail/b8FKdKPpxaeRUIvUhRZ9](http://www.[redacted].com/abmmail/b8FKdKPpxaeRUIvUhRZ9)

The [redacted] Family

# Les outils digitaux dans le service à la clientèle

- La base: les emails
- **Les outils de chat**
- Les réseaux sociaux
- Les chatbots/ assistants vocaux et robots
- Intelligence artificielle et automatisation

# WhatsApp for Business

- WhatsApp Business est une **application Android** conçue pour les petites entreprises.
- En utilisant l'application, les entreprises peuvent créer et gérer des **profils d'entreprise**, qui sont comme des pages Facebook pour WhatsApp. Celles-ci contiennent des **informations de base sur l'entreprise, telles qu'une description, une adresse électronique, une adresse physique** et une URL de site Web.
- L'application fournit également des **outils de messagerie** qui permettent aux entreprises de communiquer plus facilement avec leurs clients via WhatsApp. Ces outils comprennent la possibilité de **configurer des messages d'accueil et d'absence automatisés**, ainsi que de définir des réponses automatisées pour les demandes courantes.
- Les entreprises pourront utiliser **une application web** WhatsApp Business, ce qui leur permettra de gérer leur présence **WhatsApp depuis un desktop**.



# Communication via WhatsApp

## AccorHotels UK & Ireland lets guests communicate with staff via WhatsApp

Posted by Phil Davies (/articles/author/3/Phil%20Davies) on Aug 8th, 2018 at 13:31

f t in G+



The service sees guests given a **dedicated mobile phone number** with their room key card on arrival.

A member of **staff monitors requests** which they can immediately respond to, whether for **room service** where offered, **housekeeping**, or a **restaurant reservation**.

Because guests use their own mobile phones to message the hotel, they can **make requests wherever they are in or out of the property, before, during or after** their stay.

The service is available in around 90% of the group's hotels that are run from a mobile operating system introduced last year.

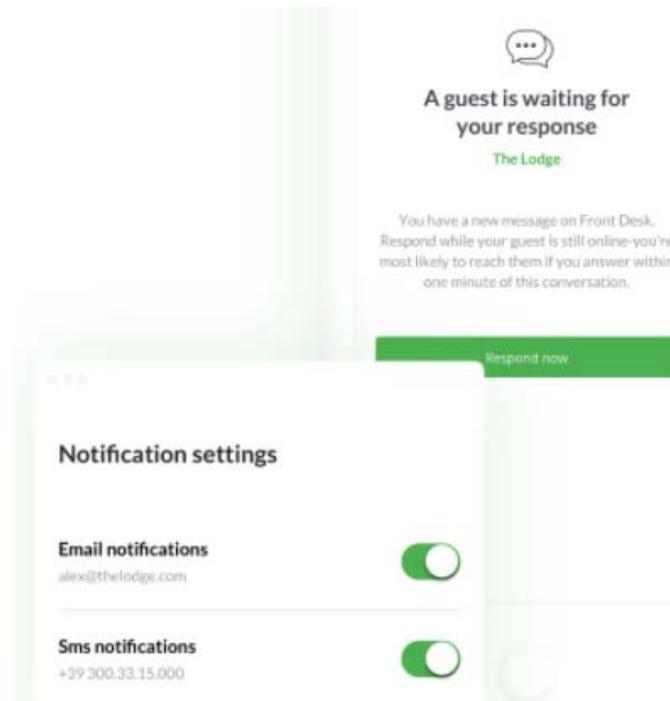
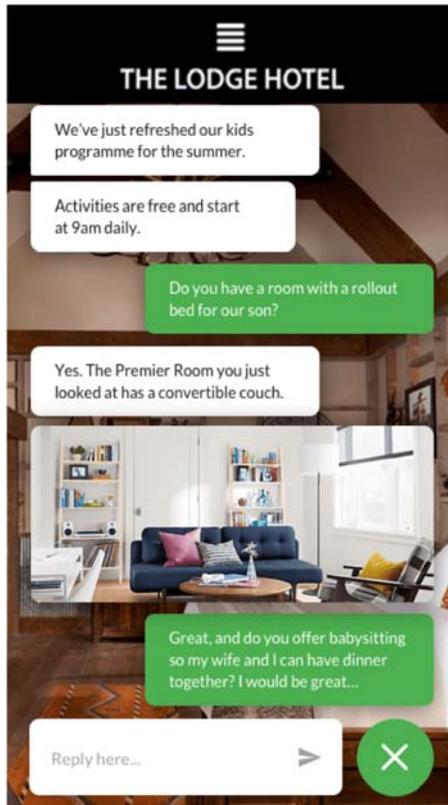
# TripTease: Un outil de chat développé spécialement pour les hôteliers

- Apporte l'expérience que les hôteliers offrent personnellement **sur le site web de l'hôtel**.
- Utilise les données pour **personnaliser les réponses** (le service pour la famille est différent de celui d'un voyageur d'affaires).
- **L'analyse des données et du comportement** vous permet de **personnaliser les réponses** à chaque client en fonction de ses activités en ligne.
  - Utilise **l'intelligence artificielle** pour améliorer les conversations : Les réponses proposées aident les employés à avoir des conversations et à répondre facilement aux questions.
  - Pas de personnel ? **Auto Agent** est un robot de chat **automatisé** qui fournit des réponses rapides et une qualité de service.



Chat directly with guests online

# Un outil de chat développé spécialement pour les hôteliers.



**Onno**  
onno27@gmail.com  
London UK  
English  
Online

## LATEST SEARCH

High Value   Leisure

## BEHAVIOUR

- 12 min ago  
Search on Hotel Revò  
7 to 16 Jul 2017, 2 adults and 3 kids  
From € 432 -
- 22 min ago  
Search Hotel Revò London  
7 to 16 Jul 2017, 2 adults and 3 kids  
From € 512 -

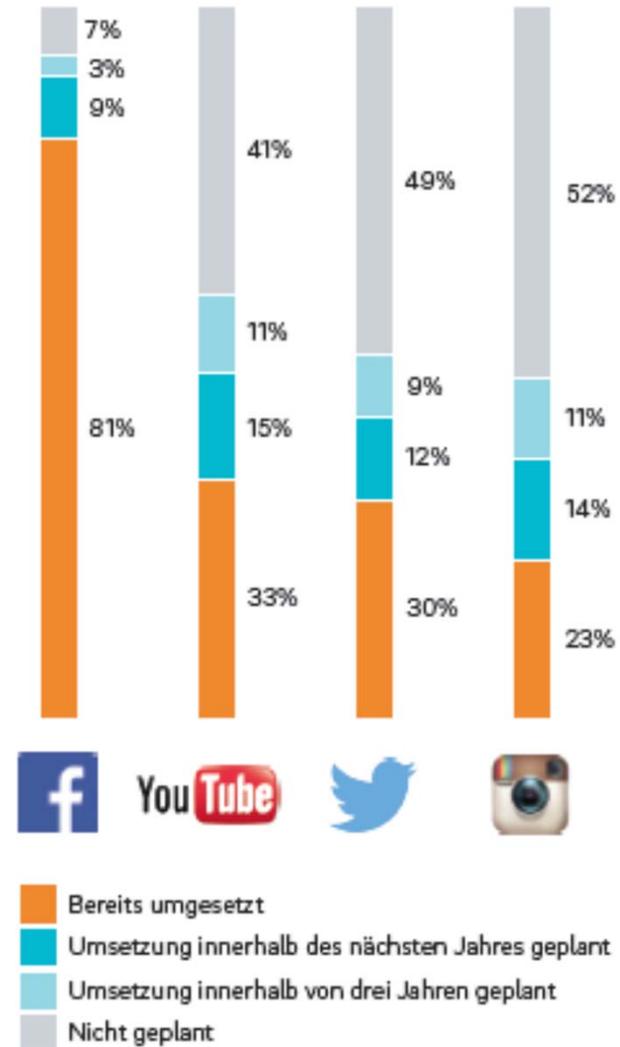
# Les outils digitaux dans le service à la clientèle

- La base: les emails
- Les outils de chat
- **Les réseaux sociaux**
- Les chatbots/ assistants vocaux et robots
- Intelligence artificielle et automatisation

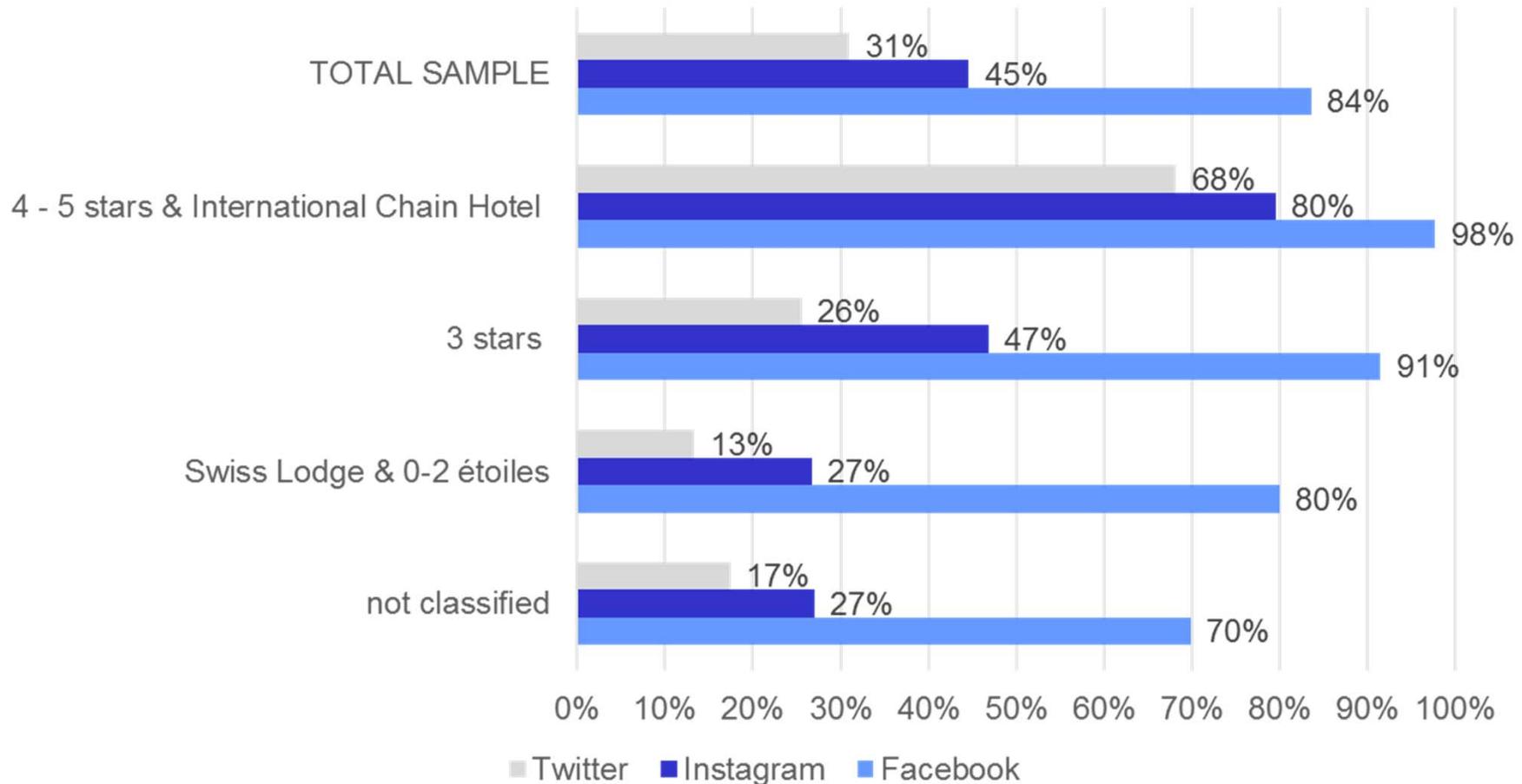
# Utilisation des médias sociaux (DACH)

- En dehors de Facebook, aucun canal n'est utilisé de manière intensive. Seulement un tiers des répondants sont actuellement représentés avec des articles sur YouTube, bien que la vidéo soit maintenant le format en ligne le plus important.

Enquête auprès de 667 hôteliers dans les pays germanophones (DACH) en 2016.



# Utilisation des médias sociaux par les hôtels suisses



Panel représentatif de 200 hôtels (Moser & Schegg 2018)

# Indicateurs de performance dans les médias sociaux des hôtels suisses

	FACEBOOK FANS				FACEBOOK ENGAGEMENT (in %)				POSTS PER DAY			
	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n
na	998	11 337	398	27	0.09%	0.50%	0.10%	17	0.15	1.07	0.06	27
Swiss Lodge & 0-2 stars	1 461	11 569	581	15	0.10%	0.70%	0.00%	13	0.14	0.41	0.14	15
3 stars	1 104	9 952	655	34	0.14%	1.60%	0.00%	31	0.14	0.67	0.13	34
4 - 5 stars & International Chain Hotel	11 796	130 811	3 510	40	0.20%	1.70%	0.10%	35	0.33	0.97	0.24	40
<b>Total</b>	<b>4 813</b>	<b>130 811</b>	<b>801</b>	<b>116</b>	<b>0.15%</b>	<b>1.70%</b>	<b>0.00%</b>	<b>96</b>	<b>0.21</b>	<b>1.07</b>	<b>0.14</b>	<b>116</b>

	INSTAGRAM FOLLOWERS				INSTAGRAM ENGAGEMENT				POSTS PER DAY			
	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n
na	166	1 055	74	16	0.31%	2.80%	0.10%	11	0.06	0.38	0.03	16
Swiss Lodge & 0-2 stars	129	268	113	6	0.40%	0.80%	0.40%	4	0.06	0.25	0.02	6
3 stars	201	929	104	21	0.25%	1.80%	0.10%	17	0.07	0.26	0.04	21
4 - 5 stars & International Chain Hotel	5 978	139 508	1 144	34	0.63%	4.60%	0.20%	30	0.24	0.68	0.17	34
<b>Total</b>	<b>2 739</b>	<b>139 508</b>	<b>192</b>	<b>77</b>	<b>0.45%</b>	<b>4.60%</b>	<b>0.10%</b>	<b>62</b>	<b>0.14</b>	<b>0.68</b>	<b>0.08</b>	<b>77</b>

	TWITTER FOLLOWERS				TWITTER ENGAGEMENT (in %)				TWEETS PER DAY			
	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n	Average	Max	Median	n
na	65	208	31	10	0.00%	0.00%	0.00%	10	0.00	0.01	0.00	10
Swiss Lodge & 0-2 stars	176	459	43	3	0.03%	0.10%	0.00%	3	0.01	0.02	0.00	3
3 stars	71	293	29	10	0.00%	0.00%	0.00%	10	0.03	0.28	0.00	10
4 - 5 stars & International Chain Hotel	778	4 078	396	25	0.02%	0.30%	0.00%	25	0.10	0.88	0.01	25
<b>Total</b>	<b>444</b>	<b>4 078</b>	<b>158</b>	<b>48</b>	<b>0.01%</b>	<b>0.30%</b>	<b>0.00%</b>	<b>48</b>	<b>0.06</b>	<b>0.88</b>	<b>0.00</b>	<b>48</b>

Panel représentatif de 200 hôtels



- Les médias sociaux doivent être utilisés comme des **outils marketing professionnel**.
- Par conséquent, les hôtels doivent **définir des objectifs** et une stratégie conforme à ces outils. **Mesurer ses performances** est aussi cruciale.
- Les **objectifs d'utilisation des médias sociaux** par les hôtels en Suisse sont principalement de promouvoir l'établissement, se faire connaître, partager des informations et être dans la tendance.
- Pour les structures ayant plus de ressources, les objectifs sont plus poussés comme **connaître les clients** et **interagir avec eux**. Ils y voient une vraie source d'informations et une opportunité d'obtenir des réservations directes.

<https://www.tourobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-6606-usage-balbutiant-des-reseaux-sociaux-dans-l-hotellerie-suisse/>

# Les outils digitaux dans le service à la clientèle

- La base: les emails
- Les outils de chat
- Les réseaux sociaux
- **Les chatbots/ assistants vocaux et robots**
- Intelligence artificielle et automatisation

# Hôtel Clarion Amaranten avec Chatbot Butler

- L'hôtel Clarion Amaranten de Stockholm se fait un nom sur la liste des premiers hôtels à utiliser le chatbot Butler, un assistant basé sur **Amazon Echo**. Cet assistant est doté de fonctions et est conçu pour aider les clients à répondre à bon nombre de leurs besoins, tels que la commande de taxis, le service en chambre, les informations en ligne et autres opérations liées à l'hôtellerie...



# Conciergerie basé sur l'intelligence artificielle: Connie (Hilton)

- Il s'appuie sur l'intelligence informatique Watson AI d'IBM pour l'intelligence informatique.
- Utilise la base de données des voyages WayBlazer
- Fournit des recommandations en temps réel pour les lieux et les attractions qui valent la peine d'être visités.
- Répondre aux questions des clients sur place
- Apprend des interactions fréquentes avec les clients pour affiner ses réactions.
- Fournit un excellent service d'entretien et de soutien en tant que conciergerie robotique.



<http://newsroom.hilton.com/index.cfm/news/hilton-and-ibm-pilot-connie-the-worlds-first-watsonenabled-hotel-concierge>

# Commande vocale pour services hôteliers

- Application de commande vocale pour des services tels que room service, spa, mini bar, check-out, etc...
- Personnalisez Amazon Alexa pour des informations spécifiques sur les hôtels
- [www.exa.ai](http://www.exa.ai)

**!EXA**

## Hotels Services

- Room service
- Mini Bar
- Spa
- Housekeeping
- Laundry Service
- Bellman
- Car Valet
- Check-Out Requests
- Amenity Information

## Concierge

- Welcome Greetings
- Dinner Reservations
- Ticket Bookings
- Excursions
- Special Recommendations
- Local Information
- Answers to Common Questions
- Special Offers and Up-Sells
- Capacity Driven Marketing



LateCheckout

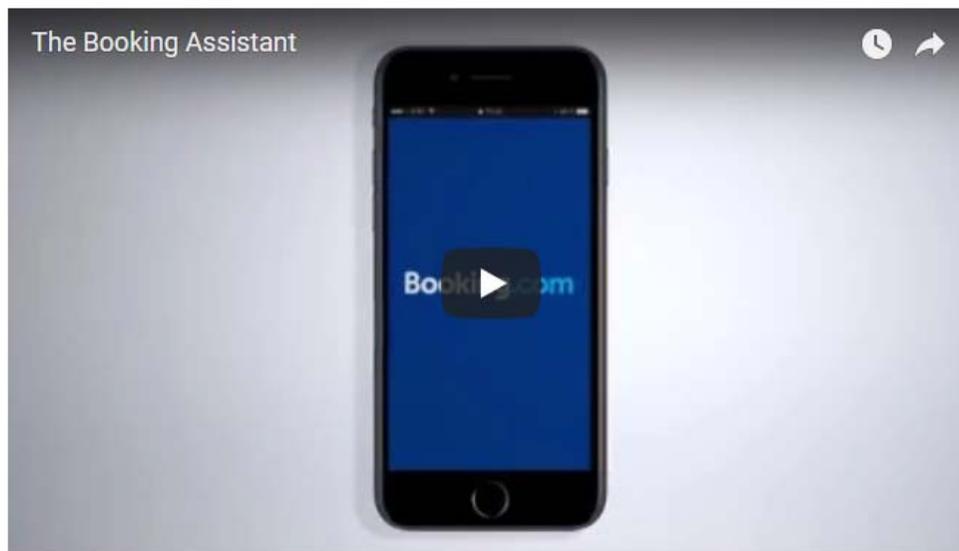
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=8XH\\_F99T1uA](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=8XH_F99T1uA)

# Les outils digitaux dans le service à la clientèle

- La base: les emails
- Les outils de chat
- Les réseaux sociaux
- Les chatbots/ assistants vocaux et robots
- **Intelligence artificielle et automatisation**

# La chance de l'intelligence artificielle (IA) pour l'hôtellerie

- Booking.com estime que 80% de ses clients préfèrent se fournir l'information souhaitée de manière indépendante. L'intelligence artificielle développée par Booking.com n'est pas destinée à remplacer l'interaction humaine. L'objectif premier est de fournir une solution qui facilite l'offre d'une expérience de voyage personnalisée, sans entrave et immédiatement gratifiante pour le client.



<https://partnerhelp.booking.com/hc/de/articles/115003867333-Was-ist-der-Booking-Assistent-Chatbot-und-wie-kann-er-mir-helfen->

# CRM avec intelligence artificielle

- Analyse des données clients par intelligence artificielle
- Développement de discours personnalisés pour tous les clients
- Notifications moins nombreuses mais plus efficaces
- [www.tinyclues.com](http://www.tinyclues.com)

tinyclues



LOOKALIKES / DEEP ARTIFICIAL INTELLIGENCE

# Customer Intelligence: analyse de données hôtelière avec IA

- En exploitant tout le potentiel des logiciels d'IA, un large éventail d'informations peut être utilisé pour dresser le profil des clients de l'hôtel:
  - Produits et services achetés
  - Canal de réservation, volonté de payer
  - Décisions de voyage
  - Travel pattern et itinéraire
  - Préférences de localisation
  - Moyens de paiement

Enquête hôtelière Berger & ÖHV (2017) -> collecte systématique des données clients : **Plus d'un tiers des hôtels ne traite même pas des données de base pures.** Et moins de la moitié des hôteliers qui stockent systématiquement les données en font quelque chose.

# Numérisation : le libre-service en tant qu'optimisation des processus et des coûts

Slogan:

Dans un pays cher, comme la Suisse, on peut par exemple déléguer au client tout ce qui lui fournit un gain d'utilité et génère de faibles coûts pour le fournisseur.

# Numérisation : le libre-service en tant qu'optimisation des processus et des coûts



Contrôle automatisé des passeports



Check-in Automat

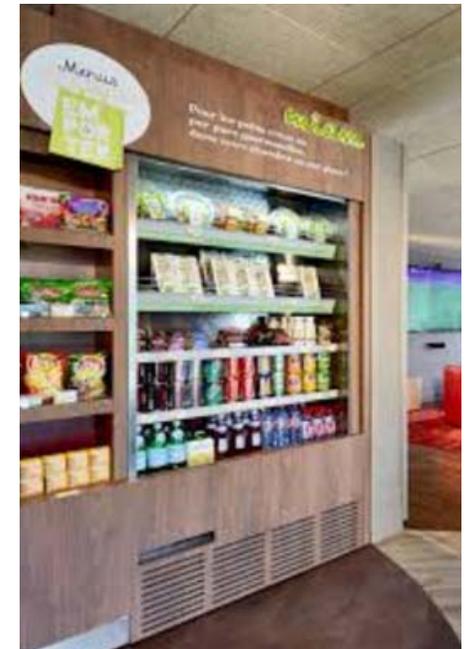


Mobile Check-in



Smartgate Immigration

Hotel Self-service Shop (débit automatique)



# Contenu

1. La numérisation et l'hôtellerie – de quoi s'agit-il?
2. L'environnement du marché numérique dans le tourisme
3. Séance de brainstorming
4. Customer Journey - Outils pour le service clients 4.0
5. Questions/Discussion



# TpM 2018 à Sierre (7 décembre)



The screenshot shows the navigation menu for the TpM 2018 website. On the left, there is a red header with the 'TOURISM PROFESSIONAL MEETING' logo and the date '7 décembre 2018'. Below this is a blue button labeled 'eTourism Monitor'. To the right, a vertical list of menu items is displayed, each preceded by a right-pointing chevron: 'Accueil', 'Inscription', 'Programme', 'Intervenants', 'Partenaires', 'About us', and 'Archiv'.

## TpM2018 "Réalités virtuelles et intelligence artificielle dans le tourisme" (7 déc. 2018)

Développement d'expériences uniques pour les utilisateurs et le service à la clientèle 4.0

# TpM 2018 à Sierre (7 décembre)

Conférence

## Neue Technologien - Trends und Chancen für den Tourismus



Philipp Ries

Industry Leader und  
Geschäftsleitungsmitglied von Google  
Schweiz

Philipp Ries Industry Leader und Geschäftsleitungsmitglied von Google Schweiz wird in seinem Vortrag relevante Veränderungen, Trends und Chancen für unsere Industrie aufzeigen. Was kommt auf uns zu und was können wir schon heute umsetzen?

---

Conférence

## Disruption in the tourism industry - leveraging AI and cognitive technologies



Jérôme de Nomazy

AI & Cognitive expert at IBM Switzerland

# TpM 2018 à Sierre (7 décembre)

Workshop

## Robots can increase the customer experience



Dr. Reza ETEMAD-SAJADI

Professeur EHL



Thierry Perronnet

Général Manager, Avatarion Technology AG

Workshop

## Sprachassistenten im Tourismus



Pascal Gebert

Netzwerkpartner @ Tourismuszukunft

Workshop

## Exploring chatbots to empower interactions with the tourists - an interactive workshop



Fabien Dubosson

Senior Researcher & Developer, HES-SO  
Valais/Wallis

# Kontakt

## Prof. Roland Schegg

University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais (HES-SO Valais)

School of Management & Tourism

Institute of Tourism (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Switzerland

Tel: +41 (0)27 606 90 83

Mail: [roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)

Twitter: @RolandSchegg

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://www.linkedin.com/in/rolandschegg/)



School/Institute: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch)

eTourism news: [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch)

Tourism Observatory: [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English

<http://tourism.hevs.ch>

EMBA en innovation touristique: [www.innovation-touristique.com](http://www.innovation-touristique.com)