

## 25 Internet : quel accès proposer à la clientèle ?

La plupart des hôtels, campings et chambres d'hôtes- quelque soit leur type et leur nombre d'étoiles - sont aujourd'hui équipés de Wifi. Avec des niveaux de qualité inégaux et un manque d'optimisation de l'outil, sans parler de la majorité qui ne sont pas du tout conformes aux mesures françaises et européennes contre le terrorisme.



### Les différents modes d'acheminement

L'acheminement d'internet, c'est le faire arriver jusqu'à votre hôtel. Pour cela, plusieurs possibilités :

- Le câble offre des débits de 1 à 100 mégas disponibles dans toutes les grandes villes.
- L'ADSL qui offre un débit montant inférieur au débit descendant, permet d'offrir des débits de 1 à 28 mégas sur votre ligne téléphonique sans la bloquer.
- Le satellite : Parfait pour les hôtels ne pouvant disposer ni de l'ADSL ni du câble. Il offre des débits de 512 k maximum pour les offres les plus courantes.

### Les modes de distribution

La distribution de d'internet, c'est le mode de connexion que vous allez offrir à vos clients dans votre établissement.

- Par une prise ethernet (prise réseau) : C'est une liaison filaire qui permet de distribuer une connexion internet haut débit à vos clients en possession d'un équipement muni d'une prise réseau. L'inconvénient est de faire câbler tous les endroits où vous souhaitez distribuer internet à vos clients.
- Par un boîtier CPL : La technologie des Courants Porteurs en Ligne (CPL) permet de transmettre des informations numériques sur le réseau électrique existant. Ici, au lieu d'utiliser un câble réseau pour transmettre les informations, c'est le réseau électrique existant qui fait office de support de communication.
- Par le wifi (Wireless Fidelity) : Le wifi permet de distribuer une connexion internet haut débit (de 11 Mbit/s à 100 Mbit/s) à vos clients sans avoir à se soucier de l'endroit où ils se trouvent ni de la logistique liée à un raccordement par câble.

## Un réseau wi-fi bien pensé, c'est quoi ?

### Du côté client

...plusieurs points qui paraissent peuvent être évidents (et pourtant)

- Avoir un accès facile à Internet. Pas douze mille pages et clics nécessaires avant d'accéder à ce que veut votre client à savoir : Internet.
- Permettre un accès rapide à Internet. L'heure des modems 56k a sonné : avec l'ADSL, le câble, le satellite et la fibre... plus d'excuse pour ne pas être équipé. Sachez que plusieurs (de 1 à X) lignes et accès différents peuvent être combinés pour pouvoir gérer plus de "trafic" et d'utilisateurs.
- Fonctionner partout dans votre établissement. "La chambre 201 ne capte pas, c'est

comme annoncer au client que dans certaines chambres il n'y a pas de lit car il ne passait pas les portes ».

- Avoir un nom est clair et unique au sein de la "propriété". On voit encore beaucoup d'hôtels dont le Wifi change de nom entre les étages (Hotel ZZ Etage 1, Hotel ZZ Etage 2) .. cela ne sert à rien et diminue la capacité des appareils connectés à fonctionner de façon transparente partout.
- Le wifi est le premier critère de choix pour 34 % des clients et pour 56 % des voyageurs d'affaires selon une étude relayée par Hotels.com. Selon cette même étude, seuls 11 % des clients seraient prêts à payer pour ce service. Pire, selon une étude menée pour InterContinental Hotels Group, 43 % des voyageurs refuseraient de séjourner dans un hôtel qui n'offre pas de wifi gratuit. Il s'agit en réalité d'un critère éliminatoire.

Prenons l'exemple d'un hôtel qui est bien situé avec un bon rapport qualité/prix mais qui propose le wifi payant. Le client risque d'en chercher un autre avec les mêmes caractéristiques mais avec le wifi offert. De la même façon, un wifi de mauvaise qualité ou un accès trop limité dans la durée (par exemple un accès limité à 30 min) récolte souvent les foudres des clients : mieux vaut encore faire payer que de proposer un mauvais service.

Enfin, d'un client à l'autre, les modes d'utilisation du wifi diffèrent. Les voyageurs d'affaires, par exemple, utilisent beaucoup leur connexion dans leur chambre. Le choix de limiter le wifi aux espaces publics dépend donc du type de clientèle de l'établissement. Si vous choisissez de partager votre connexion wifi avec les clients de l'hôtel, vous serez responsable au niveau juridique en cas de connexion frauduleuse de vos clients, d'où l'intérêt de faire appel à un prestataire spécialisé dans les connexions 'hotspot'.

## Du côté du gérant

---

- Pouvoir filtrer les téléchargements illégaux pour ne pas avoir de problèmes judiciaires et fixer la vitesse maximum du Wifi pour chaque client pour garantir à chacun une expérience correcte.
- Savoir quelles sont les utilisations faites de votre réseau. Est-ce que les gens vont sur Skype, Facebook, GMail, Twitter ou TripAdvisor ? En ayant ces informations vous pouvez optimiser votre marketing pour savoir ce qui les touche.
- Protéger l'accès à votre propre réseau et aux données de votre établissement sans pour autant vous empêcher son utilisation pour vos besoins (caisses sans fil, iPads, ordinateurs portables)
- Recevoir automatiquement un petit mail quand un point d'accès Wifi ne fonctionne plus. Pratique pour intervenir avant que les clients ne se plaignent.
- Pouvoir avoir une "splash page" : afficher les informations de votre choix lors de la première connexion du client, par exemple un bouton "Like" pour Facebook, la météo, votre sélection de restaurants .. utilisez votre imagination c'est un excellent outil CRM / Marketing

## Au niveau légal

---

Saviez-vous que vous devez être en mesure de retrouver quel client était connecté à quelle heure sur votre réseau et cela jusqu'à un an après la connexion ? Ce sont deux textes de loi (un français, un européen) qui imposent ceci. Peu d'hôtels sont en conformité avec ces textes.

Dans les autres petites idées qui se rapprochent de tout ceci

Avoir une imprimante sur laquelle les clients peuvent vous mailer des documents (leurs billets

d'avion, de train), avoir un iPad ou un ordinateur portable à disposition, avoir un petit business center...

## Quel coût pour un hôtel de 6 étages et 42 chambres par exemple ?

Sans compter le câblage, une installation de ce type nécessite une à deux liaisons internet (au moins 1 à 2x 23€ HT par mois, ou plus), un switch réseau performant (près de 500 € HT), un point d'accès par étage ( de 300 à 550 euros par borne), un système de sécurité gérant le filtrage, les comptes utilisateurs (de 1000 à 3000 euros).

La bande passante disponible par chambre varie selon les utilisations faites du réseau .. et peut être régulée grâce à des limitations (globales ou plus intelligentes : en ciblant des types d'applications comme le streaming par exemple). Skype, Youtube sont des "mangeurs de bande passante" qui peuvent affecter les établissements dont la connexion n'est pas très rapide.

le ethernet n'est pas totalement mort (et il permet de délivrer dans la chambre des services tels que la téléphonie, la télévision à la demande, la domotique) mais pour le client, le Wifi est primordial puisque c'est ce qui lui permet de connecter ses appareils. Si tous les hôtels n'ont pas les moyens de s'offrir de la VOD, tous devraient au moins considérer un câble ethernet par chambre pour la téléphonie.

C'est encore un sujet de questionnements pour les professionnels. Faut-il le proposer gratuit ou payant ? Le limiter aux espaces publics ? Quel équipement choisir et pour quel coût ? Au-delà de ces questions, le wifi répond à un besoin plus qu'à une exigence des clients actuels. À l'ère du tout numérique, ce service est toutefois devenu un impératif.