

Pour conquérir de nouvelles parts de marché

Hôtellerie : Le marketing digital, un choix inéluctable

DNCR à Tanger Najat Faïssa
nfaissal@aujourd'hui.ma



mais une nécessité. Aujourd'hui les check-in et check-out se font automatiquement. L'essentiel des réservations se fait via des supports digitaux», a expliqué Adnane Afqir, directeur par intérim de l'Institut supérieur international de tourisme de Tanger (ISITT). Ce responsable a souligné, d'un autre côté, l'importance de la mise à niveau des formations pour accompagner le changement et la transformation numérique. Conscients de la grande portée de la digitalisation, «nous avons déjà introduit des modules - qui sont en relation avec le digital - dans notre offre de formation», a dit M. Afqir, avant d'ajouter que cette situation présage la mise en place, dans le futur, «des formations spécifiques au digital dans le secteur touristique».

Transmettre et faire acquérir aux participants les connaissances ainsi que les outils nécessaires à la conception d'une stratégie digitale et sa mise en œuvre pour une bonne maîtrise de la gestion du revenu par les techniques du «Yield Management». C'était l'un des principaux objectifs d'un séminaire organisé, mardi 27 novembre, à Tanger, sous le

thème «Disruption digitale : une dynamique impérative au développement du secteur hôtelier marocain». Avec la mise en service, ces dernières années, de nouvelles unités hôtelières classées, réalisées par les grands groupes hôteliers internationaux, dont la célèbre chaîne Hilton, «la région dispose actuellement d'une capacité opérationnelle de 23.000 lits», a indiqué le délégué provincial du tourisme à Tanger, Saïd Abbasi.

Continuant de prendre le pas sur d'autres destinations touristiques de choix, la région a pu, selon l'intervenant, se distinguer, ces dernières années, par un parc hôtelier en évolution et soumis à un environnement concurrentiel de plus en plus rude. «C'est pourquoi le marketing digital est devenu effectivement un choix

inéluctable dans le développement hôtelier dans la région», a dit M. Abbasi, faisant remarquer que la mise en place d'une stratégie de marketing digital efficace permettrait de «conquérir de nouvelles parts de marché et d'améliorer par conséquent la rentabilité du secteur hôtelier».

Initié par la Fédération nationale de l'industrie hôtelière (FNIH) en

«Le digital en hôtellerie n'est pas un luxe, mais une nécessité. Aujourd'hui les check-in et check-out se font automatiquement. L'essentiel des réservations se fait via des supports digitaux».

partenariat avec l'Association de l'industrie hôtelière (AIH) de Tanger, ce séminaire a été marqué par la présence d'un nombre important de professionnels, de spécialistes et de chercheurs intéressés par les changements intervenus dans l'hôtellerie et dans le cadre de la transformation numérique

que connaît le secteur touristique dans son ensemble. Cet événement a également été, comme il avait été annoncé auparavant, une occasion d'échange et de débat sur les opportunités offertes et les bonnes pratiques appliquées non seulement au Maroc, mais dans d'autres destinations touristiques du pourtour méditerranéen. Pour l'ensemble de ces destinations, «le digital en hôtellerie n'est pas un luxe,