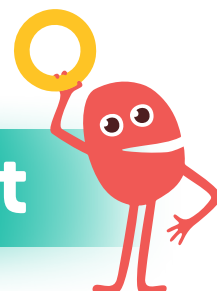


Nom de code : **#bemyguest**



APARTHOTELS ADAGIO® LANCE

«STORIES»

UN PROJET PILOTE POUR UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE CLIENT
PLUS RELATIONNELLE ET CONNECTÉE

APARTHOTELS ADAGIO® annonce l'accélération de son projet BE MY GUEST, nom de code d'une démarche de profonde transformation de sa marque et de ses offres. Face à la mutation du marché mondial du tourisme, aux évolutions sociales, environnementales, économiques et technologiques, l'entreprise souhaite apporter des réponses nouvelles aux usages nouveaux des consommateurs.

C'est dans ce cadre qu'APARTHOTELS ADAGIO® avec l'agence de Design Thinking SISMO lance STORIES, un projet pilote éphémère de ses futurs espaces d'accueil, donnant le LA d'une série d'autres projets visant à rendre l'expérience de ses clients plus mémorable, plus fluide, plus digitalisée. STORIES a été déployé du 1^{er} au 10 octobre 2016 dans l'Aparthotel Adagio Paris Bercy Village, une première à Paris.

BE MY GUEST, RÉENCHANTER L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'attractivité avérée des destinations urbaines pour les voyageurs professionnels comme pour les touristes, la multiplicité des formes de mobilité, le désir du client de se sentir habitant plus que de passage même dans une ville qu'il découvre à peine, l'attrait des Gen Y pour les formes d'habitat partagé et leur préférence pour ce qui se vit en commun versus ce qui se vit en solo confirment le potentiel avéré du concept d'aparthotel.

Pour accompagner et anticiper cette mutation, APARTHOTELS ADAGIO® a lancé BE MY GUEST, une vaste initiative touchant à l'ensemble des piliers de l'entreprise : RH, organisation, offre.



Au cœur de cette transformation, les clients sont l'objet de toutes les attentions. Il s'agit à la fois de proposer des solutions innovantes mais aussi d'enrichir, de simplifier, de fluidifier l'expérience client. Les équipes opérationnelles d'Adagio se concentrent donc autour de ce projet commun en repensant par exemple l'organisation de leur temps de travail pour le réinvestir dans la relation client.

Le projet BE MY GUEST s'illustre également par l'écoute et la compréhension de la clientèle Adagio via une grande enquête

d'analyse comportementale de l'usage des équipements des appartements. Les résultats permettront notamment à la marque de mieux organiser la transformation de ses infrastructures et de son offre servicielle.

« Notre priorité est de mettre le client au cœur de toutes nos décisions et actions. Pour y répondre, nous avons mis en place ce projet BE MY GUEST il y a un peu moins d'un an et nous sommes fiers de pouvoir constater les premiers résultats. Nous lançons continuellement différents projets pilotes, nous testons et ajustons sans relâche afin d'améliorer significativement l'expérience de nos clients et notre offre de services » déclare Karim Malak, Directeur Général Délégué de la marque.

**// NOTRE PRIORITÉ EST
DE METTRE LE CLIENT AU
CŒUR DE TOUTES NOS
DÉCISIONS ET ACTIONS. //**

Karim Malak
Directeur Général Délégué de la marque.

Pour concrétiser cette démarche globale, où la satisfaction du besoin client oriente toute l'entreprise, APARTHOTELS ADAGIO® et l'agence de Design Thinking SISMO lancent STORIES, un projet pilote éphémère de ses futurs espaces d'accueil déployé dans l'aparthotel Adagio Paris Bercy Village, une première étape vers les Adagio de demain.



«STORIES», LE PROJET PHARE D'UNE NOUVELE EXPÉRIENCE DE MARQUE

Axé sur une nouvelle expérience de marque où les besoins émotionnels du client sont au centre des attentions, ce projet se focalise tant sur les équipements des parties communes que sur les nouveaux services et la relation clientèle.

Il s'agit notamment de recréer du lien, à l'intérieur comme à l'extérieur de l'aparthotel. D'une offre jusqu'ici plus axée sur l'autonomie des «guests», APARTHOTELS ADAGIO® souhaite remettre la proximité et le relationnel au cœur de l'expérience qu'elle propose et réaffirme par là-même le rôle central des équipes Adagio.

«Avec STORIES, Adagio, en partenariat avec l'agence de Design Thinking SISMO,

cherche notamment à rompre avec l'isolement, en particulier, de sa clientèle long séjour, en lui offrant des prétextes à créer du lien avec le personnel, les habitants de l'aparthotel, le quartier/ville de son séjour.» déclare Jérôme Navarre, Directeur Développement & Design Aparthotels Adagio.

Du **1^{er} au 10 Octobre 2016**, l'**Aparthotel Adagio Paris Bercy Village** a proposé un test grandeur nature et a accueilli de nombreuses nouveautés en termes de parcours client. Un concept unique où, clients comme voisins de passage, étaient incités à s'approprier les lieux. Dans ces espaces vivants et chaleureux, chacun a pu laisser une trace de son passage afin de participer à l'histoire collective de l'aparthotel.



© Sismo Design

DES SERVICES

- Cuisine à partager
- Epicerie fine
- Bibliothèques d'objets
- Air de piano...

DES ANIMATIONS

- Cours de cuisine
- Tournois de babyfoot
- Sessions de sport organisées: jogging et cours de yoga
- Dîners @ Adagio
- Dégustations de vin...



Et en parallèle de ce projet **STORIES**,
d'autres établissements de la marque en France et en Europe
expérimentent de nouveaux services, parmi lesquels :

- La découverte de la ville à Vélo ou en Segway
- La livraison de repas issus de restaurants de quartier, mais aussi d'établissements gastronomiques
- Des services connectés :
 - une solution de connexion à Internet pour toute la famille afin d'éviter les coûts de roaming en partenariat avec la start-up française Webspot;
 - Une application mobile pour fluidifier le parcours client mais aussi faciliter la mise en relation des clients entre eux ou leur permettre de mieux s'approprier la ville dans laquelle ils séjournent.

Prochaine étape, l'ensemble de ces projets pilotes seront analysés,
les meilleurs d'entre eux seront sélectionnés puis
déployés à grande échelle à travers l'ensemble du réseau.



APARTHOTELS ADAGIO® SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suivez l'actualité de la marque sur :



www.mag-adagio.com

A propos : Les Aparthotels Adagio®, référent en France et en Europe, proposent au cœur des villes, des appartements modernes équipés d'une cuisine et de services hôteliers pour des longs séjours avec des tarifs dégressifs dès 4 nuits. Issue de la joint-venture entre les groupes AccorHotels et Pierre & Vacances Center Parcs, en 2007, la marque propose trois gammes de produits : Adagio, des appartements milieu de gamme, dans l'air du temps, situés au cœur des principales métropoles ; Adagio access, gamme économique, des appartements astucieux, à proximité des centres villes, Adagio premium, des appartements haut-de-gamme. Le réseau compte 100 appartements et 11 000 appartements en Europe, avec un objectif d'atteindre 150 appartements et 15 000 appartements à travers le monde d'ici 2020.

CONTACT PRESSE
DENTSU CONSULTING

Rachel Bornais

rachel.bornais@dentsuaegis.com • 07 75 27 20 11

Et sur www.adagio-city.com/press