"En Europe, les hôteliers ont aujourd'hui l'opportunité de développer les ventes de produits à la carte grâce au mobile, selon une récente étude de PhoCusWright.

Dans l'industrie du voyage, les compagnies aériennes américaines furent les premières à développer les options payantes, qui représentent en 2011 environ 12% de leurs revenus opérationnels. Les hôteliers pourraient leur emboiter le pas. C'est en tout cas ce qui ressort de l'étude "Hotels Leverage Mobile to Drive Ancillary Sales" réalisée par PhoCusWright.

Les options génèrent pour l'instant une toute petite proportion des revenus hôteliers : 1,7% de l'ensemble des revenus d'hébergement aux Etats-Unis (1,8 milliard de dollars), et environ 0,5% en Europe. Avec l'avènement d'Internet, ce pourcentage est amené à progresser, d'après le cabinet d'études américain".

lire la suite

Consultez la source sur Veille info tourisme: Le mobile aide les hôteliers à vendre des options