

Accor capitalise sur les nouveaux usages digitaux et les met au service d'une efficacité accrue de sa force de ventes, avec la création d'un outil innovant et résolument « 2.0 » en partenariat avec Salesforce.com. Baptisé ANAIS (Accor New Application for Integrated Sales), cet outil a été déployé auprès des 700 vendeurs du Groupe implantés à travers le monde et leur apporte une vision à 360° des comptes stratégiques du Groupe au service d'une meilleure connaissance de leurs clients B-to-B.

« Nous améliorons continuellement l'efficacité et la performance de nos systèmes de distribution et ventes qui sont un critère essentiel de sélection pour les propriétaires de nos hôtels en contrat de management et de franchise » explique Jean-Luc Chrétien, Directeur Général Ventes, Distribution et Fidélisation de Accor. « C'est dans ce contexte stratégique que nous avons créé ce nouvel outil de gestion de la relation client, qui nous permet de mieux répondre aux attentes de nos clients en matière de ventes B-to-B. »

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Accor innove dans la gestion de sa relation clients B-to-B grâce à un nouvel outil conçu avec Salesforcecom](#)