

Pashmina : concevoir l'expérience signature d'un hôtel 5*****

Le groupe Yak & Yéti est une entreprise familiale fondée et portée par la famille Gorini. Arrivés à Val Thorens à la création de la station en 1972, Sandrine et Marc Gorini ont développé une réelle passion pour la vallée et ne tardent pas à ouvrir un premier hôtel, l'Hôtel des 3 vallées. En 2006, Cédric et Arnaud Gorini, les fils de Sandrine et Marc, continuent l'aventure en acquérant un chalet d'altitude dans lequel ils ouvrent un restaurant, le Chalet de la Marine. Près de dix ans après ce premier projet, en 2015, ils créent le Pashmina, un hôtel au concept unique de refuge cinq étoiles.

La famille Gorini a créé cet hôtel autour d'un concept très précis : le Pashmina est un refuge de luxe, un cocon dans lequel on vient se retrouver en famille ou entre amis, découvrir Val Thorens et la montagne autrement et vivre de nouvelles aventures avec des passionnés de montagne. Le Pashmina, c'est aussi une philosophie et des valeurs très présentes qui créent une culture unique : authenticité, hospitalité et évasion sont les maîtres mots pour ses fondateurs.

Lorsque l'on arrive au Pashmina, on se sent tout de suite à l'aise et on est surpris par la gentillesse du personnel toujours à l'écoute des demandes des clients et très impliqué pour qu'ils passent un séjour exceptionnel. Les fondateurs ont su recruter une équipe à leur image qui partage leurs valeurs et entre en résonance avec leur culture bienveillante. La bonne entente entre les membres du personnel et leur enthousiasme sont palpables et les clients disent souvent qu'ils se sentent comme en famille au Pashmina tant les collaborateurs sont chaleureux.

Objectif du projet

Dans l'ensemble, cette année d'ouverture a été un succès pour le Pashmina : l'hôtel a été rempli jusqu'aux derniers jours de la saison et il a même accueilli certains clients plusieurs fois au sein de la même saison, ce qui est très bon signe. Les clients sont globalement satisfaits de la prestation de l'hôtel, cependant les revues TripAdvisor révèlent un certain nombre de points d'amélioration. Si elles reflètent dans leur majorité une satisfaction générale et soulignent souvent l'amabilité et la volonté de bien faire du personnel, plusieurs avis postés par des clients font mention d'imperfections à corriger : qualité de service pas au niveau d'un 5 étoiles, communication des informations client à améliorer ... Ces critiques sont souvent adoucies par le fait que l'hôtel venait d'ouvrir, beaucoup de clients expliquent qu'ils "pardonnent" facilement ces petites frustrations parce que le personnel et l'établissement sont jeunes, mais il est clair que ce qui est pardonné en cette première année d'activité sera jugé plus sévèrement la saison prochaine.

Le Pashmina, qui vise une qualité de service irréprochable, est conscient de la nécessité d'améliorer l'expérience qu'il délivre à ses clients pour atteindre le niveau "cinq étoiles". Pour y parvenir, il est crucial que l'hôtel repense son expérience autour de ses clients afin d'éliminer les détails négatifs et ainsi faire vivre à ses clients une expérience réellement mémorable qui dépasse leurs attentes. C'est dans cette optique que les fondateurs de l'hôtel ont fait appel à X+M.

Le challenge

Le Pashmina part sur de très bonnes bases pour faire des séjours qu'il fait vivre à ses clients des expériences exceptionnelles. L'équipe dirigeante est très soudée autour de valeurs fortes et le personnel porte haut et fort cette culture de l'empathie et de la bienveillance envers le client. Il y a une vraie volonté de bien faire et de placer le client au centre de l'activité et des décisions, tout cela fournit un socle solide pour repenser les process autour du client, mais les équipes manquent de méthode et d'outils pour les guider dans cette démarche.

A l'issue d'une phase d'observation extensive des collaborateurs et des clients, nous avons mis en lumière plusieurs points de frustration et moments de vérité qui résultaient le plus souvent de process qui, dans l'urgence de l'ouverture de l'hôtel, n'avaient pas été pensés autour du client. Dans un second temps, nous avons animé plusieurs ateliers pour sensibiliser l'ensemble des collaborateurs à l'état d'esprit expérience client. Ces derniers, partageant déjà l'orientation client et des valeurs d'empathie et d'authenticité, ont très vite adhéré à la démarche et se sont mobilisés pour sa réussite.

Après cet épisode théorique, l'équipe en charge du projet a cartographié le parcours client de manière collaborative et s'est saisie des problématiques identifiées lors de la phase d'observation pour les y intégrer. Une fois la démarche de co-conception de l'expérience client structurée à l'aide de concepts clairs et d'outils de design de services, l'équipe peut désormais convertir ces découvertes en initiatives concrètes à implémenter. L'étape ultime consistera en la construction d'une plateforme de l'expérience qui proposera un cadre structurant destiné à l'amélioration des expériences existantes et à la conception de nouvelles expériences en ligne avec l'ADN de l'hôtel.

Effets positifs / résultats

L'hôtel est nominé pour le prix de "Meilleur nouvel hôtel de montagne du Monde" : tous nos voeux l'accompagnent pour qu'il l'emporte grâce à son expérience unique et mémorable !