

HORECA

Booking.com : réactions «en test»

Le service de réservation de chambres d'hôtel en ligne Booking.com donne depuis peu la possibilité à ses partenaires hôteliers de poster des réponses aux commentaires laissés par les clients sur la page du site consacrée à l'établissement.

La directrice des communications de l'entreprise basée aux Pays-Bas a confirmé vendredi qu'un tel système était depuis peu en phase de test, alors que le président de la Fédération Horeca Wallonie annonçait quelques jours plus tôt avoir cassé son contrat avec Booking.com car il ne se sentait justement «pas compris» quant à sa demande de pouvoir nuancer le commentaire d'un client irrespectueux (nos précédentes éditions).

Il considère qu'il est loin d'être le seul dans la profession à avoir ressenti un «ras-le-bol de ne pas être compris par Booking.com en cas de conflit avec un client».

L'hôtelier, qui voulait «plus de transparence et un vrai partena-



Les hôteliers veulent pouvoir réagir aux commentaires des clients sur le site de réservation.

riat win-win» avec ce géant de la réservation a finalement cassé son contrat «après 10 jours de discussions et d'échanges de mails incessants». «J'ai perdu des milliers d'euros dans l'histoire mais je prends le risque», précise celui qui a appris peu après que Booking.com mettait finalement en service l'option de réaction aux commentaires des clients.

L'entreprise Booking.com confirmait vendredi avoir

ouvert cette possibilité, mais sans que ça n'ait «rien à voir avec la rupture de contrat» forcée par l'hôtelier wallon. «Nos partenaires (les clients hôteliers, NDLR) ont souvent fait des demandes en ce sens et c'est pour cela que nous avons décidé d'y faire quelque chose», précise Anoeska van Leeuwen, directrice communications chez Booking.com B.V.

«Les hôteliers peuvent maintenant réagir à toutes les nouvelles appréciations en 7 langues différentes (anglais, espagnol, italien, français, néerlandais, allemand et portugais). Ils devront réagir en utilisant la même langue que le commentaire concerné, pour que les clients qui visitent la page puissent comprendre aussi bien le commentaire que la réaction. Nous allons voir quel est l'impact des réactions sur le comportement des clients et si nos partenaires sont contents de cette nouvelle fonction. Si le test est négatif, nous l'arrêterons éventuellement mais a priori nous ne partons pas avec cette idée.» ■