

# BALLADINS LANCE SON ACADEMIE

## L'ENSEIGNE STRUCTURE DES PROGRAMMES DE FORMATION POUR L'ENSEMBLE DE SON RESEAU

Lors du rachat de balladins en juin 2018, David Morel et Fabrice Beyer se sont fixés pour objectif de remettre le service au cœur de la philosophie de l'enseigne. Service client bien sûr mais également services proposés à l'ensemble des collaborateurs de l'enseigne. Ainsi, la rentrée 2019 est marquée par le lancement de l'Académie balladins, une école moderne et digitalisée permettant à chacun de monter en compétences ou de renforcer ses connaissances. E-réputation, stratégie tarifaire, distribution numérique... ces formations couvrent les besoins rencontrés par les hôteliers d'aujourd'hui. Une bonne nouvelle pour ces derniers, confrontés à la révolution digitale.

### ACADEMIE DIGITALISÉE ET PARTICIPATIVE

A travers des sessions de e-learning de 30 minutes à 1h00, balladins veut permettre à chaque collaborateur de son réseau de monter en compétences, qu'il soit membre d'un établissement en franchise ou en licence de marque. Les sessions de formation se font en petit comité, pas plus de huit participants, pour favoriser l'échange et le partage d'expérience.

#### LES COLLABORATEURS POURRONT SE FORMER, NOTAMMENT :

- ✓ **au community management pour prendre efficacement la parole sur les réseaux sociaux,**
- ✓ **à la gestion de l'e-réputation pour gérer au mieux commentaires et réponses,**
- ✓ **à la fidélisation pour optimiser le programme balladins,**
- ✓ **à la gestion des outils de distribution,**
- ✓ **à la stratégie tarifaire en assimilant les bases de Yield Management et de l'optimisation du revenu par chambre et à la gestion des outils statistiques,**
- ✓ **à l'accueil et à la vente par téléphone.**

Engagés dans une démarche de co-construction avec leurs hôteliers, David Morel et Fabrice Beyer feront évoluer les programmes au fil des semestres, en fonction de leurs besoins et suggestions.



La naissance de l'Académie balladins est un vrai marqueur de différenciation. Nous voulions proposer un service inédit à nos hôteliers, notamment aux hôteliers indépendants qui avaient peu de ressources pour se former et former leurs collaborateurs avant leur entrée dans le réseau. Cela traduit notre volonté de monter en gamme, pas seulement pour les clients mais également pour notre réseau » détaille Fabrice Beyer, Directeur marketing et commercial associé.

## UNE RÉPONSE POUR FAIRE FACE À LA RÉVOLUTION DIGITALE DU SECTEUR

### POUR UNE EXPÉRIENCE BALLADINS REMARQUABLE

L'arrivée de nouveaux acteurs tel Airbnb a changé les règles du jeu sur le marché de l'hôtellerie économique avec des prix attractifs et la convivialité au cœur de l'expérience de voyage. « L'hôtellerie 2 ou 3 étoiles doit réagir en replaçant le service client au cœur de son offre : de la réservation à la fin du voyage, avec des outils facilitant la vie des clients mais également un meilleur accueil » explique Fabrice Beyer.

Gestion des outils, accueil, mais également fidélisation et réseaux sociaux : le programme de formation qu'il a mis au point doit permettre de poser les bases pour une montée en gamme de balladins sur chacun de ces leviers.

### POUR UNE MEILLEURE MAÎTRISE DE LA DISTRIBUTION DIGITALE

Autre enjeu crucial aujourd'hui pour les hôteliers : réussir à émerger en ligne. L'Académie balladins permettra de mieux maîtriser les plate-forme et les outils mis à disposition par le groupe pour adapter les prix avec agilité et optimiser sa visibilité sur le web.

### UN ARGUMENT DE TAILLE POUR LES HÔTELIERS INDÉPENDANTS

Aujourd'hui, les hôtels, 2 ou 3 étoiles de moins de 50 chambres, représentent la majorité du parc hôtelier français. Souvent pas, ou peu, armés face aux nouvelles données des plateformes ils sont en quête de solutions pour commercialiser et communiquer sur leurs établissements. balladins s'adresse déjà à eux à travers la licence de marque : une façon de bénéficier de l'appui du groupe dans perdre son identité. L'enseigne ajoute une corde à son arc avec le lancement de son Académie. Les dirigeants de balladins y voient également un bon outil pour faire grandir la proximité qu'ils entretiennent avec leurs hôteliers, une proximité clé de voute de la croissance du réseau.

### A PROPOS DE BALLADINS

balladins est une chaîne d'hôtellerie française, fondée en 1985. Elle compte à ce jour 34 établissements, allant de deux à trois étoiles, sous franchise et licence de marque, partout en France et en Belgique. L'enseigne a été rachetée en juin 2018 par deux de ses salariés, David Morel et Fabrice Beyer, qui opèrent un véritable travail de fond depuis plusieurs années déjà, afin de repositionner la marque dans le but d'accroître sa notoriété, de perfectionner l'expérience client, de redorer son image et d'améliorer son attractivité auprès des hôteliers candidats à la franchise ou à la licence de marque. En mai 2019, l'enseigne a déclenché la déclinaison de son enseigne en cinq nuances, pour répondre aux attentes de sa clientèle et simplifier la lecture de son offre : initial by balladins, authentic by balladins, urban by balladins, inspiration by balladins et myhome by balladins.

## CONTACTS PRESSE AGENCE BELLE NOUVELLE !

Mélanie Godefroy // [melanie.godefroy@bellenouvelle.fr](mailto:melanie.godefroy@bellenouvelle.fr) // 06 32 06 71 66

Laurène Le Norcy // [laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr](mailto:laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr) // 06 18 68 33 32