

Gestion des avis et commentaires en ligne



Booking.com

HolidayCheck 

YVERDON-LES-BAINS Région (ADNV)

Mardi, 27 Novembre 2018

Château d'Yverdon

Roland Schegg

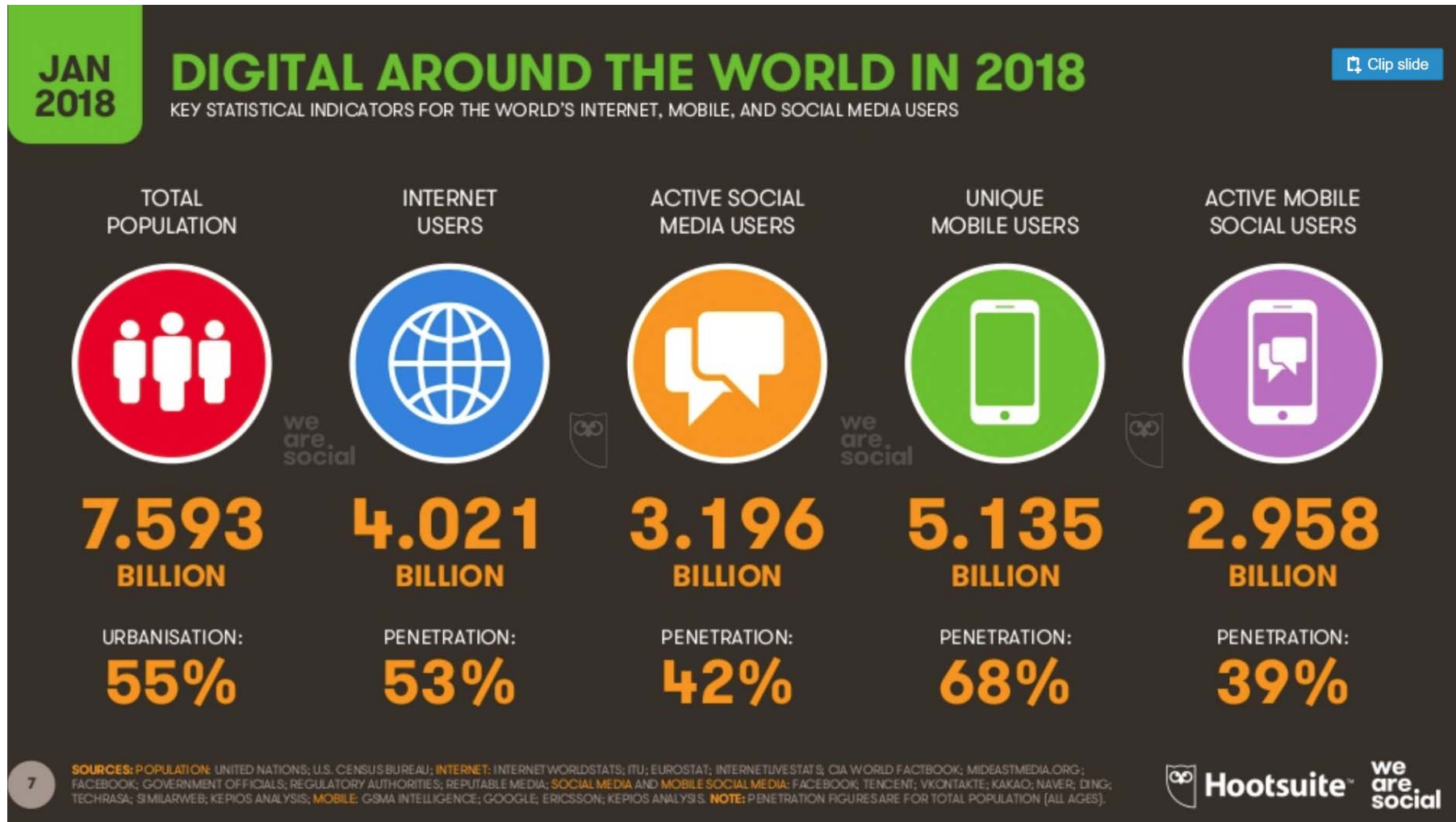
Institut de Tourisme, HES-SO Valais/Wallis

roland.schegg@hevs.ch

Plan du workshop

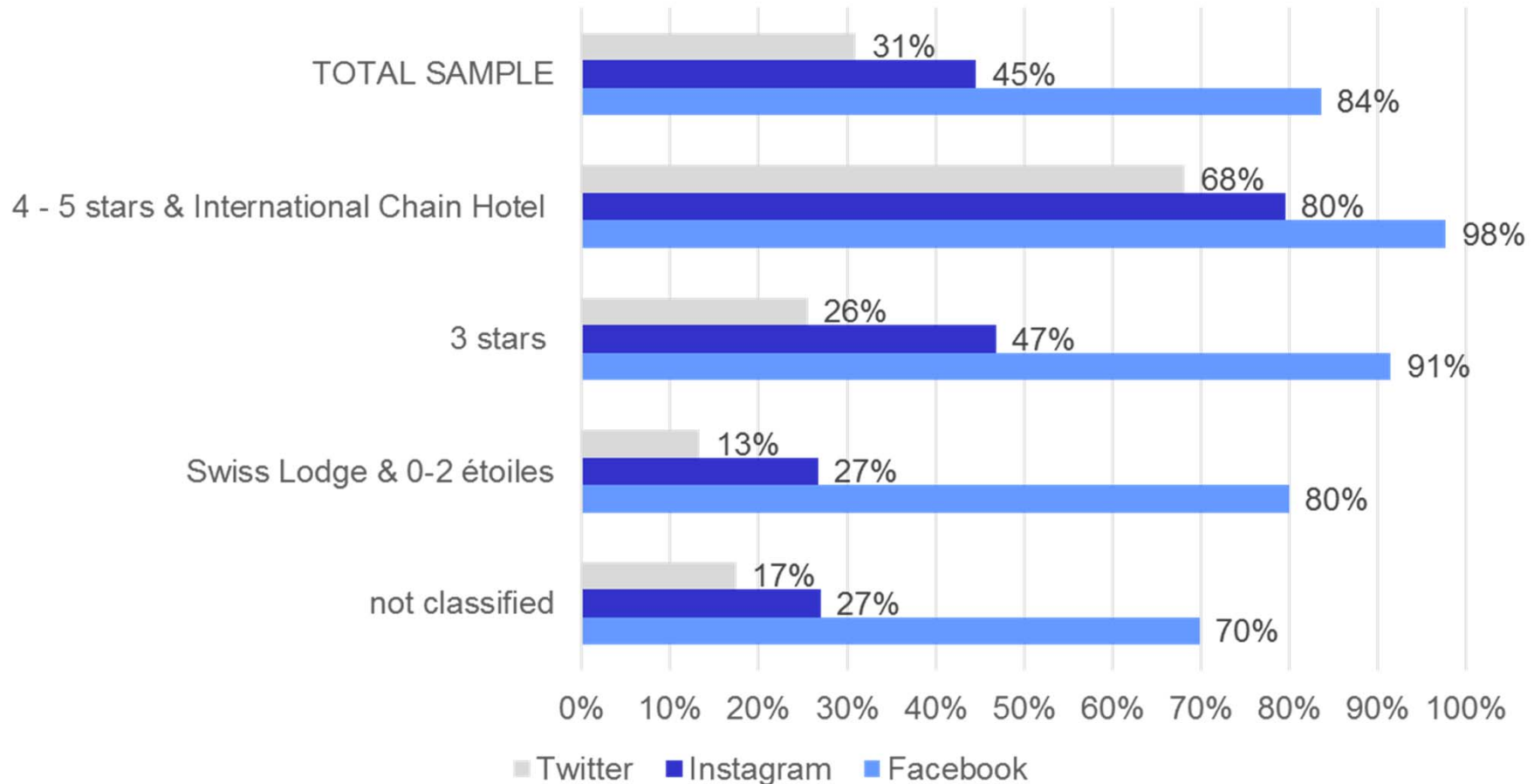
- L'environnement du marché numérique dans le tourisme
- L'importance des avis en ligne
- Gestion des commentaires (conseil et outils)
- Questions/Discussion

Utilisation des médias numériques: global, mobile et social



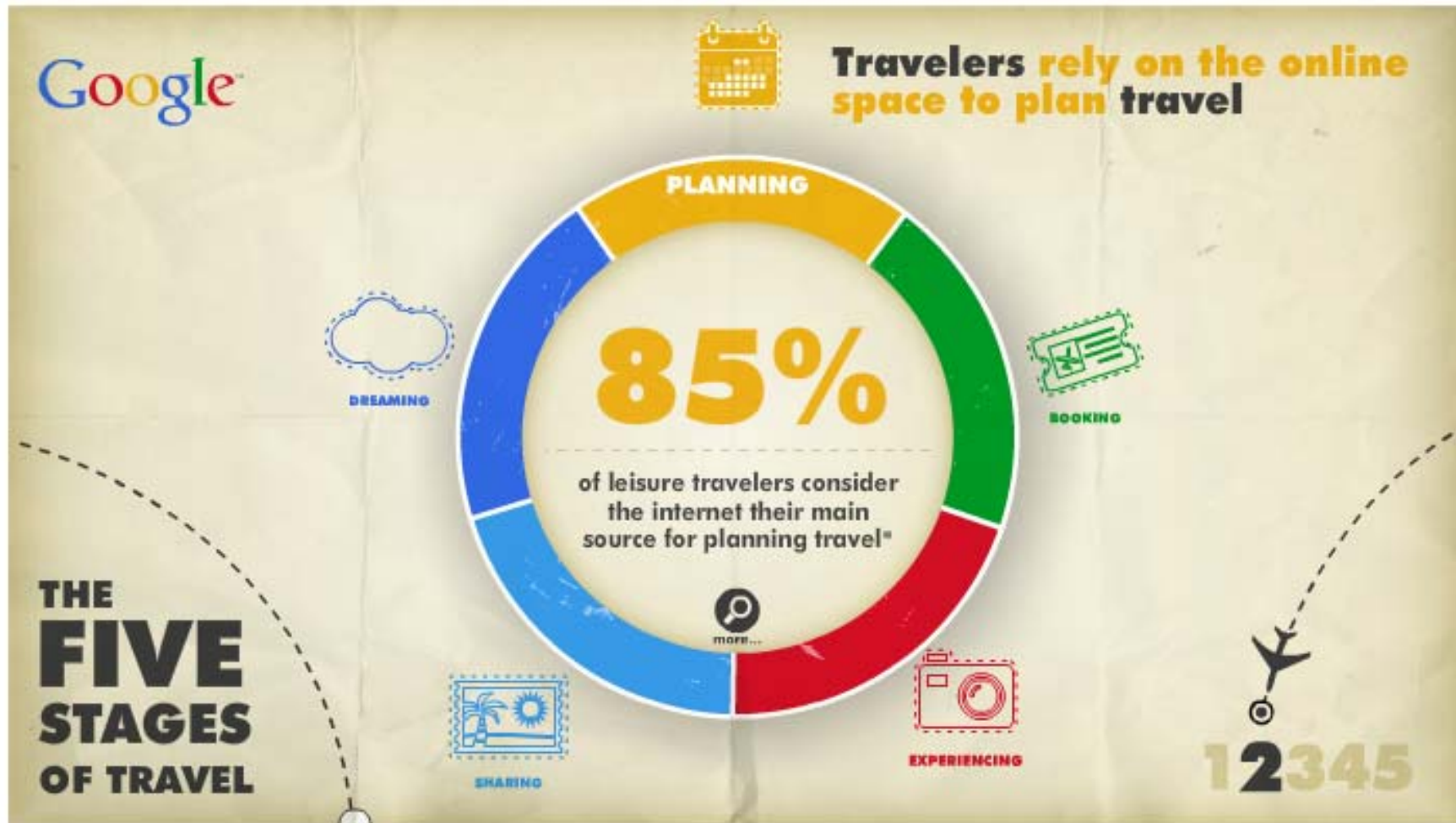
<https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338?ref=https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Utilisation des médias sociaux par les hôtels suisses

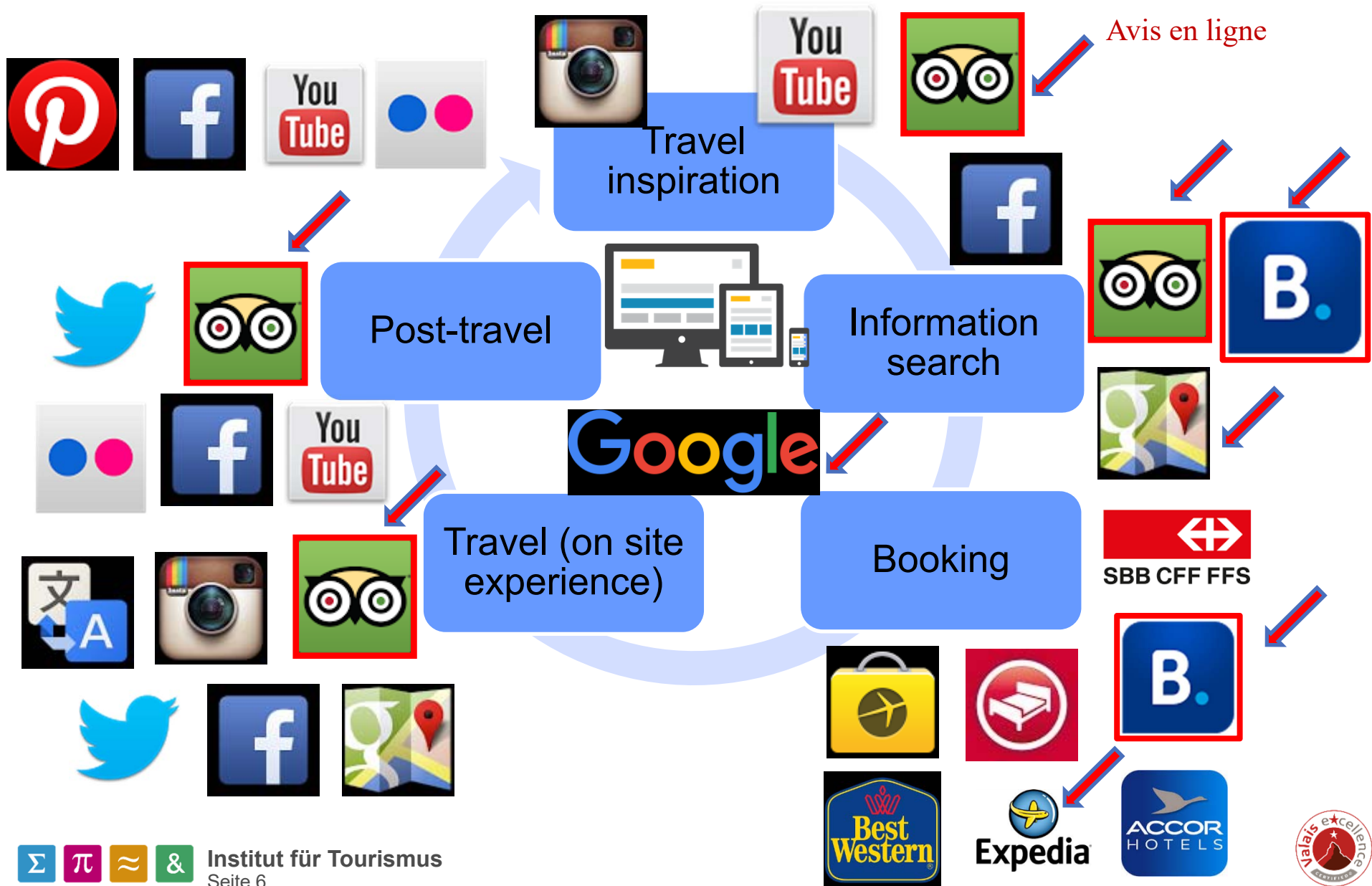


Panel représentatif de 200 hôtels (Moser & Schegg 2018)

Les digital dans le *customer cycle*



Le digital et les avis omniprésents dans la planification des voyages



Les avis sur Google

https://www.google.ch/search?q=yverdon+hotel&rlz=1C1GCEU_frCH822CH822&oq=yverdon+hotel&aqs=chrome

Scoop.it! Today PPI Catalogue BM Google Drive HES-SO AAI DeepL Traducteur Planing_eTr

Hotels near Yverdon-les-Bains

About these results

Sun, 2 Dec

Mon, 3 Dec



TOP CHOICES

Based on your search, prices & quality



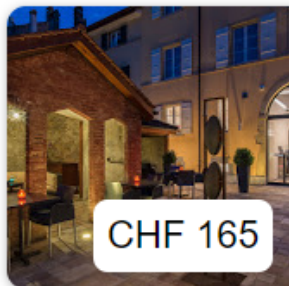
GUEST FAVORITES

Rated 4.0+



BUDGET OPTIONS

Lowest-priced hotels



Hôtel du Théâtre

4,5 ★★★★★ (104)

Free Wi-Fi

CHF 165



Grand Hôtel des Bains

4,2 ★★★★★ (280)

Free Wi-Fi

CHF 179



Reviews on other travel sites



8.9/10 · 361 reviews
Booking.com



4/5 · 127 reviews
TripAdvisor

Ratings by traveler type



Solo
4.4/5



Couples
4.6/5

Les avis sur Google

Hôtel du Théâtre CHF 165
 Ad 4.5 ★★★★★
 3-star hotel
 Charming pick with a garden & a be...
 Free Wi-Fi

Résidence Hôtelière - De La Source SA CHF 144
 Ad 4.2 ★★★★★
 3-star hotel
 Informal hotel with complimentary Wi-Fi

Review summary
 5 ★ ██████████
 4 ★ ████████
 3 ★ ██████
 2 ★ █████
 1 ★ █████
4.5
 ★★★★★
 104 reviews

Rooms · 4.1 ★★★★★
 Guests liked the large, clean, well-maintained, updated rooms ·
 Guests appreciated the large bathrooms

Location · 4.9 ★★★★★
 Near the city center · Near the train station · Parking available

Service & facilities · 4.9 ★★★★★
 Guests appreciated the friendly staff · Guests spoke highly of
 the reception staff



Le tourisme devient plus dynamique et moins contrôlable

- La primauté du processus client (customer journey comme orientation du marketing) place majoritairement le produit ainsi que les **expériences et activités des hôtes au coeur**.
- Les **histoires** ainsi générées (racontées par les hôtes) créent la base d'un lien émotionnel des hôtes avec un lieu ou respectivement un ou plusieurs prestataires.
- L'**UGC (user generated content)** qui en est issu et qui est diffusé de manière virtuelle (réseaux sociaux) ou stationnaire (rapporté en face-to-face) vient contribuer aux efforts pour gagner de nouveaux hôtes.

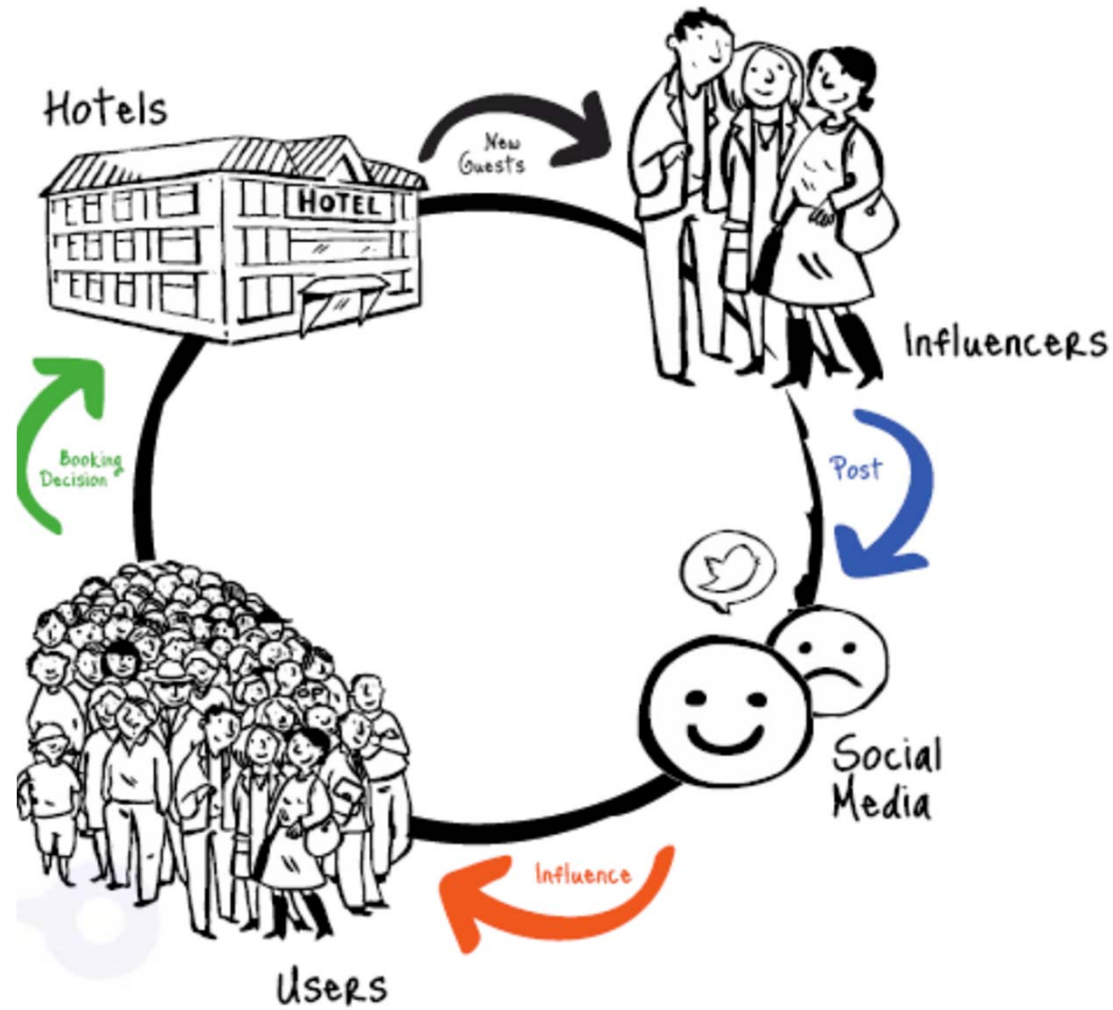
Conclusions

- Aujourd'hui, le **digital est la norme** dans l'ensemble du processus de voyage des clients
- Les **avis des clients** sont importants **avant, pendant et après le voyage**
- Les contenus produits par les clients (**user-generated content UGC**) sont les vecteurs de marketing primordiales

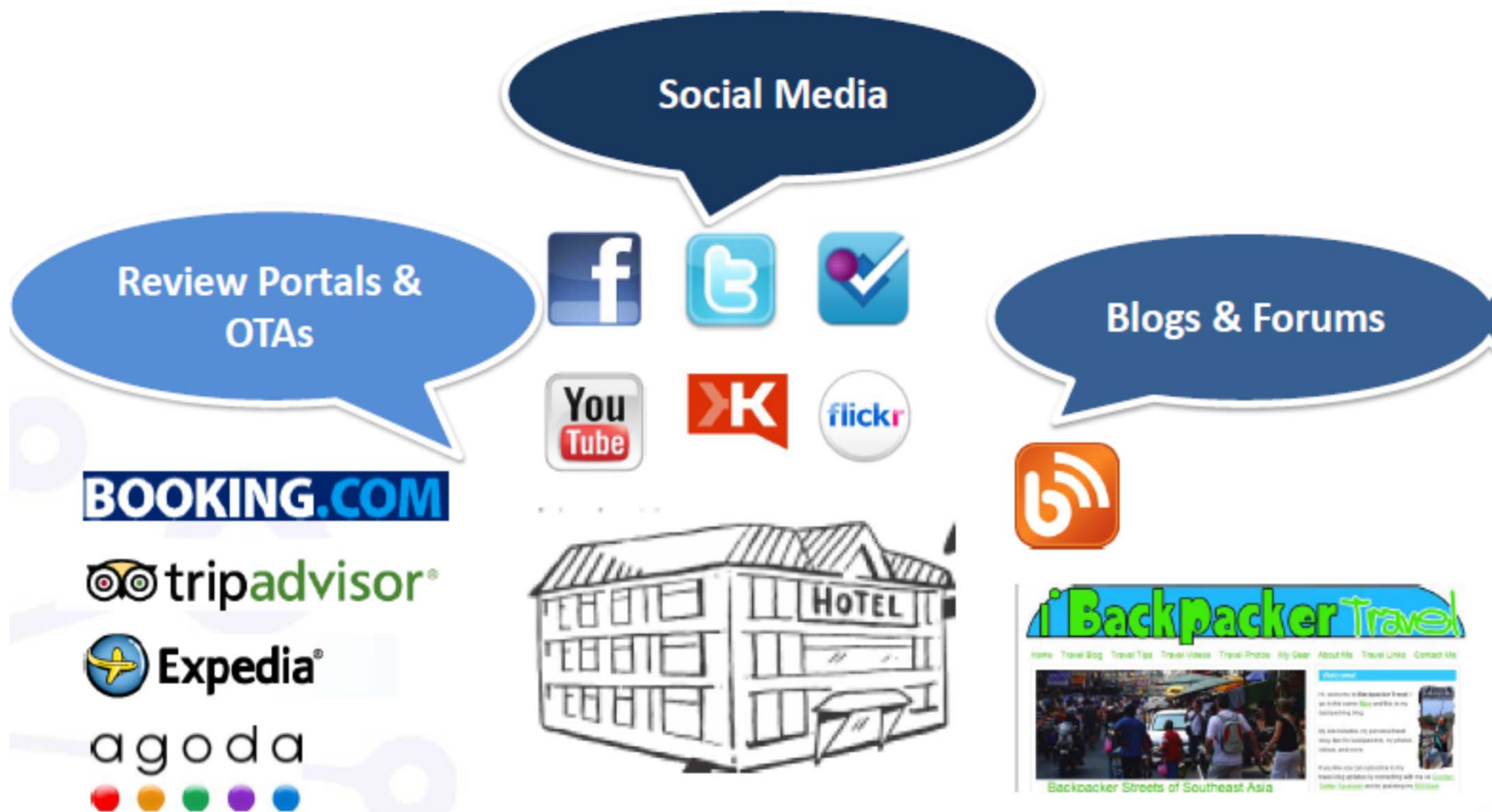
Plan du workshop

- L'environnement du marché numérique dans le tourisme
- **L'importance des avis en ligne**
- Gestion des commentaires (conseil et outils)
- Questions/Discussion

Cercle de confiance



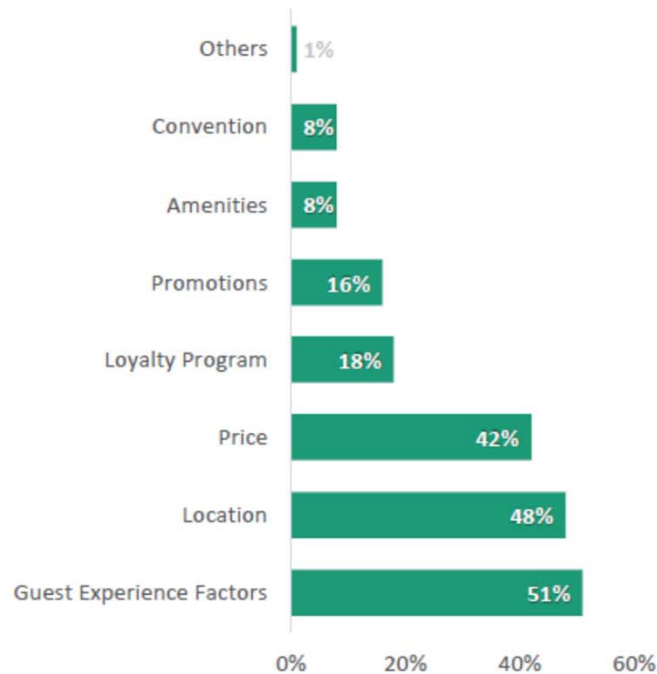
Avis en ligne éparpillés sur Internet



The power of reviews



The power of reviews



1% Increase in a Hotel's Online Reputation Score

+0.89%

In ADR

+0.54%

In Occupancy

+1.42%

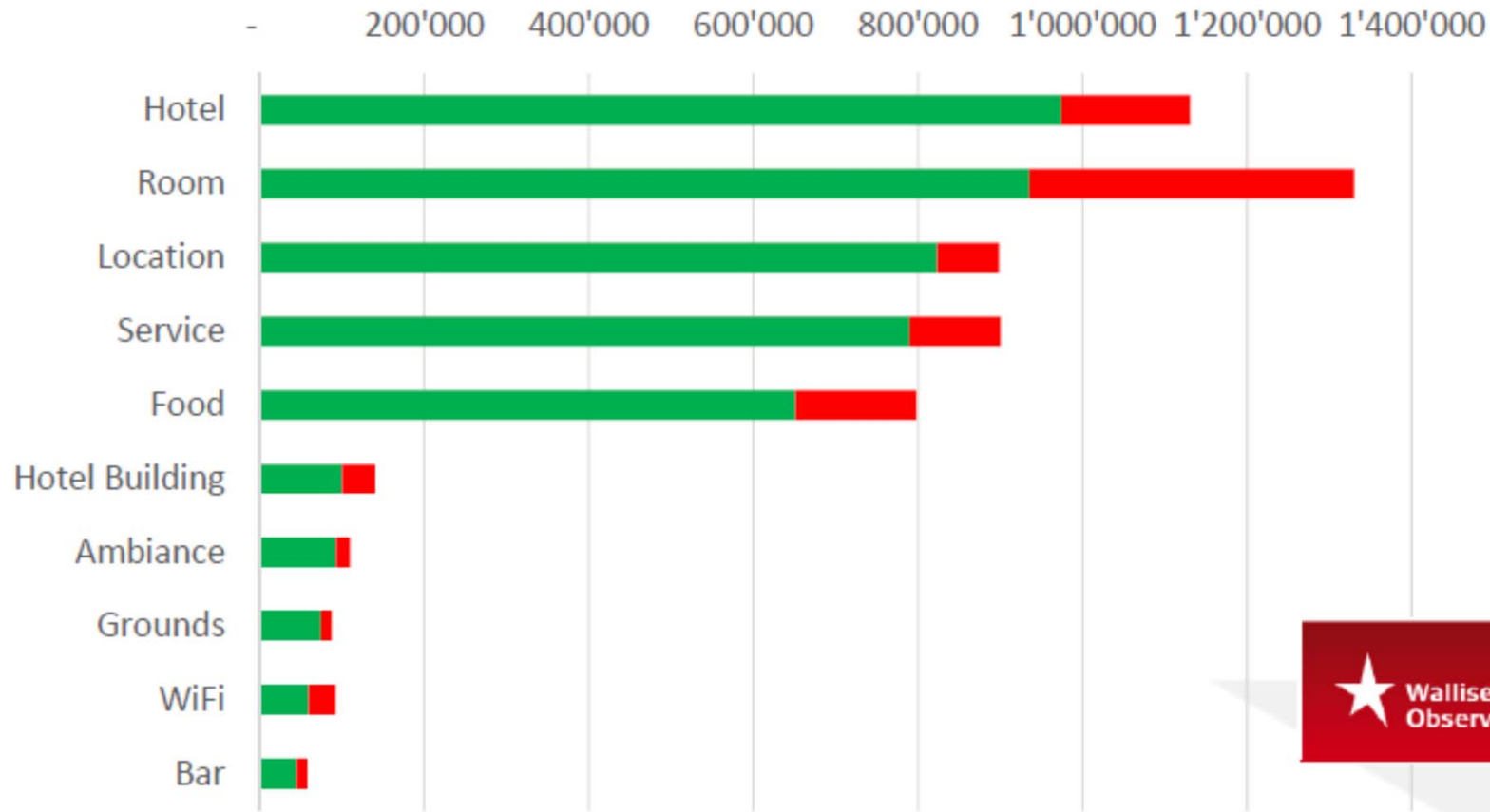
In RevPAR

Après le prix, ce sont les avis qui comptent le plus

Concernant les voyageurs qui consultent les avis en ligne et les différents classements :

- 96 % d'entre eux estiment que les avis sont importants dans la recherche d'un établissement ;
- **88 % excluent** tous les hôtels qui compilent une note moyenne **inférieure à 3 sur 5** ;
- 32 % ne sélectionnent que ceux qui ont une cote de 4 sur 5 et plus ;
- 79 % lisent entre **6 et 12 avis avant de réserver** ;
- 80 % considèrent **qu'un hôtelier qui répond aux avis en ligne est plus attentif à ses clients** qu'un hôtelier qui ne répond pas.

5 millions de commentaires positifs et négatifs entre 2013 et 2015 pour les hôtels suisses



Vert: commentaires positifs Rouge: commentaires négatifs



TrustScore (1-100) par catégorie pour les hôtels suisse

	2013		2014		2015	
	TrustScore	Nombre d'hôtels	TrustScore	Nombre d'hôtels	TrustScore	Nombre d'hôtels
Aucune classification	78.07	609	78.89	644	79.43	487
Swiss Lodge	80.55	144	80.44	149	81.7	125
Autres établissements hôteliers	79.25	802	79.5	838	80.97	698
0-2 étoiles	78.95	198	78.66	197	79.77	180
3 étoiles	82.46	902	82.62	906	83.36	876
4-5 étoiles	85.67	545	86.19	549	86.72	544
International Chain Hotel	84	5	83.6	5	84	5
En phase de réalisation	78.27	11	78	11	80.67	12



Attente du client (website)



Hotel Website

Hotel website versus réalité



Hotel Website



Realität

Expectations versus service delivered

Wohlfühlwelten.

Luxus und Eleganz gibt es auch anderswo in Berlin, doch hier verströmt das Interieur eine ganz besondere Note. Man spürt die Liebe zum Detail, die stets präsent, aber unauffällige Bereitschaft, jeden einzelnen Gast in eine Stimmung des Wohlbefindens zu versetzen. 246 elegante Zimmer mit klassisch-modernem Flair erfüllen höchste Ansprüche. Und 55 Suiten schweben in einer außergewöhnlichen Symbiose aus Exklusivität und Funktionalität. Es gab wohl noch keinen Sonderwunsch, der hier nicht erfüllt wurde.

Website Hotel

Es bröckelt an allen Ecken und Kanten. 😞

“This hotel needs a refurb”

🟢🟢🟢🟢🟢 Reviewed May 1, 2011

72%
Weiterempfehlung

🔴 Das Hotel ist schon gewaltig "in die Jahre" gekommen.

Luxushotel mit unübersehbaren Mängel 😞

“Renovations required”

🟢🟢🟢🟢🟢 Reviewed October 30, 2010

“Hotel hat beste Tage gesehen!”

🟢🟢🟢🟢🟢 Bewertet am 19. September 2013

Hotelbewertungen

Faits surprenants avec la gestion de la réputation dans un hôtel

- En ligne, **peu d'hôteliers écrivent des commentaires** aux feedbacks des clients !
- Pourtant, **80 % des personnes apprécient le commentaire d'un hôtelier** à la suite d'un commentaire négatif d'un client.
- Les **commentaires** de la direction sont **importants pour la décision de réservation**
- Mais pas comme cela...

❌ - no soap and shampoo in rooms - no renewal of towels over a 5 night stay - cold coffee and out of juice for several breakfasts - very little staff on duty even in departure and arrival periods - only cash payment is possible, and this was a big surprise on the morning of departure. - the ski boot dryer was not really emitting sufficient heat to dry the boots.

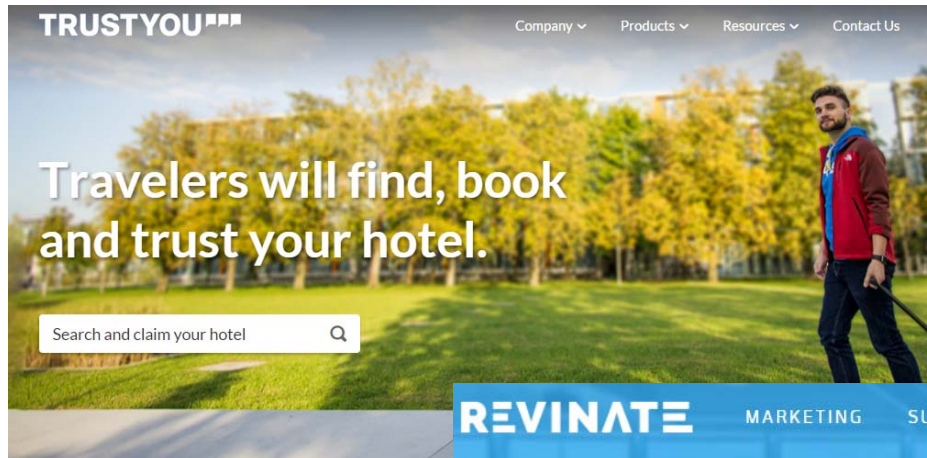
Die Unterkunft Park Hotel Gastein hat auf diese Bewertung geantwortet

Hello, no soap no shampoo..... we are no Stern!!!! More Money, More Shampoo:-)

Plan du workshop

- L'environnement du marché numérique dans le tourisme
- L'importance des avis en ligne
- **Gestion des commentaires (conseil et outils)**
- Questions/Discussion

Social Media Intelligence Tools Hotel

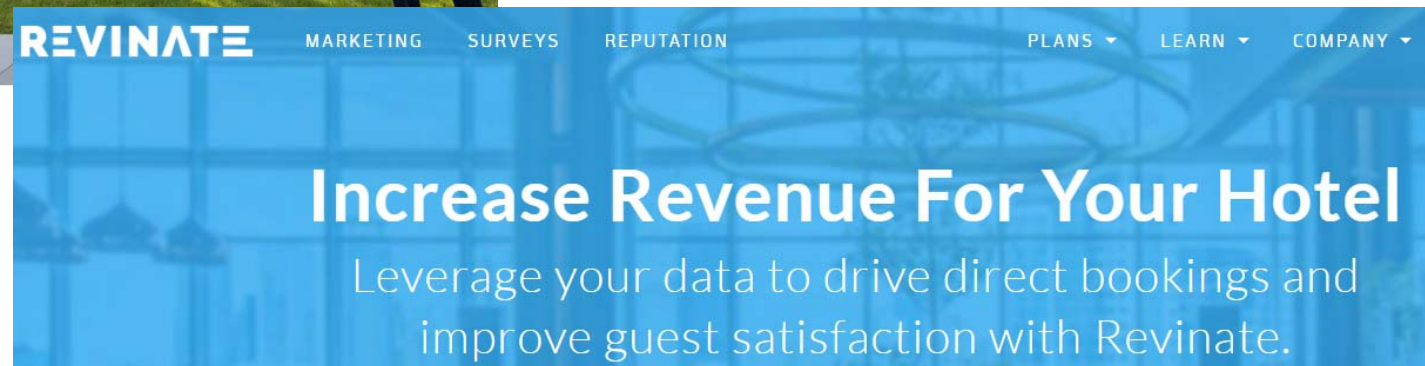


TRUSTYOU

Company ▾ Products ▾ Resources ▾ Contact Us ▾

Travelers will find, book and trust your hotel.

Search and claim your hotel



REVINATE

MARKETING SURVEYS REPUTATION

PLANS ▾ LEARN ▾ COMPANY ▾

Increase Revenue For Your Hotel

Leverage your data to drive direct bookings and improve guest satisfaction with Revinate.



PRODUCTS ▾ COMPANY ▾ RESOURCES ▾ BLOG | LOGIN |

WEBINAR: The 4 Key Trends Impacting the Hospitality Industry in 2018. [WATCH NOW>>](#)



HOTEL REPUTATION MANAGEMENT

Improve guest satisfaction & watch your revenue grow

Dashboard metrics:

- 89.0% (0.5)
- 493 (+142)
- 82.1% (3.4)
- 59.8% (+25.3)

TrustYou Analysis

MysteryGuest: ★★★★★
“The buffet was huge and had a variety of international foods. The rooms were a bit stuffy – A/C didn’t seem to work.”

Hotels4Life: ★★★★★
“Don’t go here the hotel is nice but the dinner is expensive.”

MinibarRaider: ★★★★★
“Nice hotel aside from the expensive dinner.”

BnB: ★★★★★
“Excellent hotel – check out bookhotels.com for more information.”

Riesiges Buffet
Große Auswahl beim Essen
Klimaanlage

Teuer
Kinder groß genug

Restaurant

IHRE ONLINE REPUTATION

Restaurant

Buffet groß & vielfältig
→ In Marketing benutzen

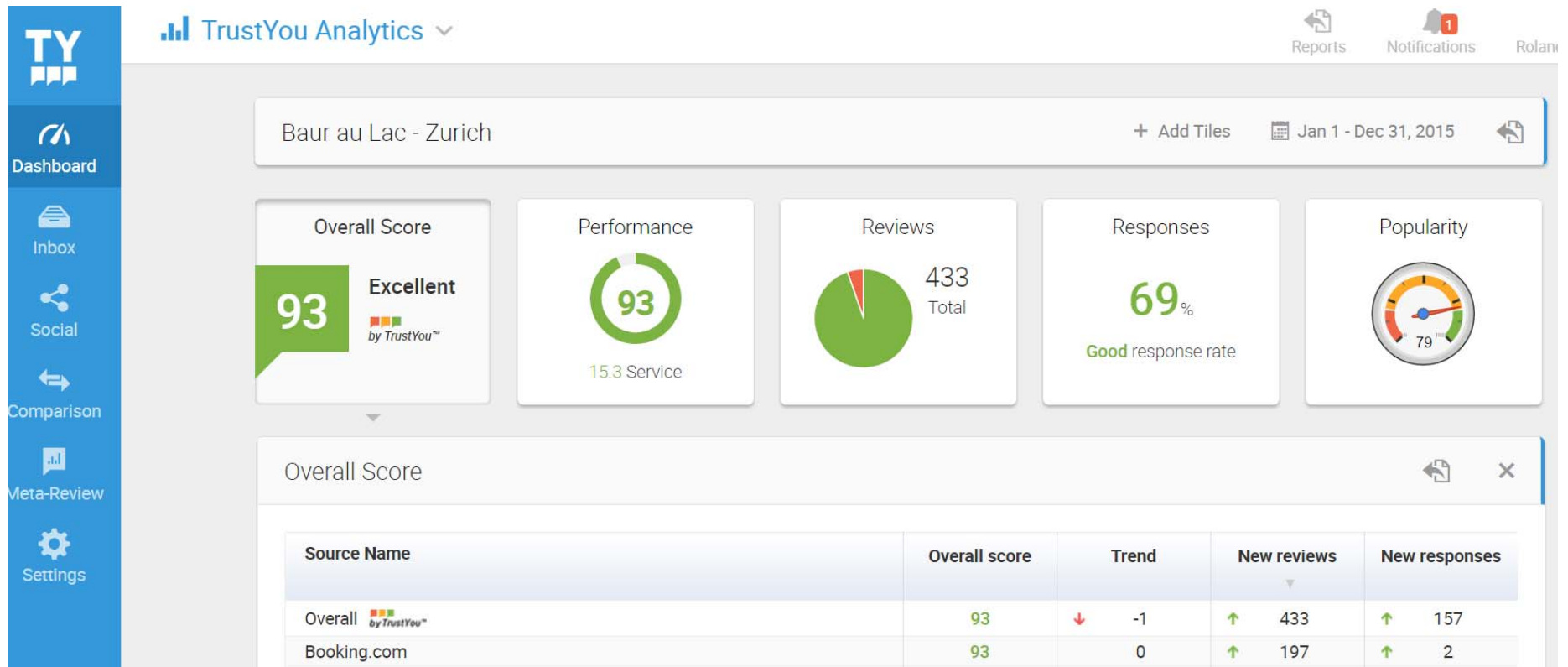
Teures Essen
→ Gruppen-/Familienrabatt

Zimmer

Stickig, keine Kühlung
→ Klimaanlage reparieren

Groß genug für Kinder
→ Familienpreise bewerben

TrustYou Dashboards




TrustYou Dashboards: Social Media


The screenshot shows the TrustYou Analytics interface. On the left is a blue sidebar with navigation options: Dashboard, Inbox, Social (highlighted), Comparison, Meta-Review, and Settings. The main content area is titled 'TrustYou Analytics' and contains a 'Social Stats' section. This section has a 'Values' tab, a 'Previous Month' dropdown, and an 'Update' button. Below this is a table with columns for Name, Klout Score, Tweets previous month, Followers previous month, and Likes previous month. The row for 'Baur au Lac' shows a Klout Score of 41, 3 tweets, 24 followers, and 114 likes. Below the table is a section for 'Baur au Lac' with three social media cards: Twitter (35), Facebook (21), and Foursquare (0).


Name	Klout Score	Tweets previous month	Followers previous month	Likes previous month
Baur au Lac	41	3	24	114


Platform	Count
Twitter	35
Facebook	21
Foursquare	0


TrustYou Dashboards: Comparison





 Dashboard

 Inbox

 Social

 Comparison

 Meta-Review

 Settings

TrustYou Analytics ▼


Reports Notifications 1


Overall Score - Demo Comparison 🔄 ✕


Values & sources
Update
Reset filter

Name ▼	Overall Score Last 30 Days	Overall Score Last 30 Days Trend	Reviews Today	Reviews Last 30 Days	Response rate Last 30 Days
Baur au Lac	94	+0.38	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 2246	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 38	19%
Das Weitzer	82	+0.14	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 6225	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 82	83%
Hotel Continental Zurich MGallery by Sofitel	83	+0.03	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 8679	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 152	81%
Sofitel Munich Bayerpost DEMO	87	+0.57	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 453	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 12	45%
Storchen Zürich	92	+0.34	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 2290	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 33	0%
Your Values	93.52	+0.38	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 2246	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 38	19%
Competitor Values	86.2	+0.27	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 17647	<div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0072bc; margin: 0 auto;"></div> 279	52%
CompIndex	1.08	-	0.13	0.14	0.36

28

Schweiz Tourismus.
Mitglied. 


Quality.
Our Passion.

Hes·SO  VALAIS
WALLIS

TrustYou Dashboards: Meta-Reviews

4.7 **Excellent**
★★★★★

Summary of 478 verified reviews

All langu...
100%

All
100%

Couples
75%

Families
16%

Solo
9%

Rated **4.7/5** based on reviews from **all travelers**.

"Excellent luxury hotel. Fantastic service. Popular among solo travelers."

EXCELLENT Overall Ranking
Top 3% in city

Service
4.8/5
88 reviews

"Service is professional and friendly."

Location
4.7/5
45 reviews

"Great location."

Room
3.7/5
55 reviews

"Large rooms and nice bathrooms, but beds are only okay."

Vibe
3.4/5
30 reviews

"OK vibe and a friendly atmosphere."
Entrance area is not particularly attractive. Stylish hotel.
Luxurious Hotel. Luxury hotel. Nice for romantic trips.
Good for business people.

TrustYou: daily mail to hotel

Dear Roland Schegg,

This email summarizes all of your properties' reviews, social media comments and tasks published in the last 24 hours. Please note that websites may delay publishing reviews for up to 14 days due to internal quality checks.

Highlights:

- [Login to TrustYou](#)
- A new review
 - No new negative reviews!
 - [A new positive/neutral review](#)

A new positive/neutral review :

[top](#)

Baur au Lac

Talstrasse 1, Zurich, 8001, Switzerland

100 /100

None [Respond](#)



[Booking.com](#)

11-28-2015

Published on 11-27-2015

Manal

TrustYou: Impact Scores

Impact Scores analyze which categories affect performance the most

Service	+4.3	EMEA	-5.0	Room Maintenance
Service Friendliness	+4.0		-3.5	Bathroom
Management	+3.9		-3.3	Bathroom Cleanliness
Hotel	+4.7	DACH German-Speaking	-3.9	Room Maintenance
Service	+4.2		-2.8	Bathroom Cleanliness
Service Friendliness	+3.7		-2.7	Hotel Maintenance

Conseil 1: Utilisez le nom du client

- Commencez toujours vos réponses par le nom du client.
- "*Salut, Louise. Merci...*" "*Bonjour, Max. Nous sommes tellement désolés...*" semble beaucoup plus personnel que de commencer par un froid "*Merci...*" ou "*Nous sommes tellement désolés...*".
- L'utilisation de noms indique à vos clients que vous vous souciez d'eux en tant qu'individus.
- Et cela donne l'impression qu'il s'agit moins d'une réponse automatisée.

Conseil 2: Être authentique

- Personne n'aime recevoir une réponse en boîte. Il semble inauthentique et ne fait rien pour établir un lien avec les clients.
- Ainsi, évitez les énoncés génériques et utilisez un **langage qui met en valeur la personnalité de votre propriété.**

Conseil 3: Ne soyez pas répétitif

- Il peut être tentant d'utiliser les mêmes réponses encore et encore pour gagner du temps, mais les gens lisent plusieurs critiques lorsqu'ils font des recherches en ligne.
- **Si les mêmes phrases sont répétées encore et encore, ils le remarqueront.**
- Alors, mélangez les choses, ça fera mieux pour votre marque.

Conseil 4: Répondez aux avis positifs

- Bien que la plupart de vos réponses devraient être axées sur les évaluations négatives, il est tout de même important de répondre à certaines d'entre elles.
- **Cela montre que vous ne tenez pas les mots gentils des clients pour acquis**, et c'est l'occasion de tirer encore plus profit de l'examen.

Conseil 5: Avis positifs - Répétez l'aspect positif

- Lorsqu'un invité écrit une critique élogieuse, il inclut habituellement les détails spécifiques qui signifient le plus pour lui, comme "*le petit déjeuner chaque matin était délicieux*".
- Répétez ces détails dans vos réponses. Dire quelque chose comme "*nous sommes si heureux que vous ayez apprécié notre petit déjeuner*" montre à l'invité (et aux autres personnes qui lisent l'échange) que vous écoutez ce qu'ils ont à dire et réaffirme les attributs positifs de votre propriété.

Conseil 6: Avis positifs - Utilisez le nom de votre entreprise et vos mots-clés

- Lorsque vous rédigez votre réponse, assurez-vous d'inclure le **nom de votre propriété** (c.-à-d. " *nous sommes très heureux d'apprendre que vous avez aimé votre temps à [NOM DE LA PROPRIÉTÉ]* " ainsi que d'autres mots-clés.
- Vous voulez que les gens voient vos commentaires positifs, et cela les aidera à apparaître dans les résultats de recherche.

Conseil 7: Avis positifs - Inclure un marketing subtil

- Les évaluations ont un vaste public de clients potentiels, alors ne manquez pas l'occasion de brancher votre propriété plus loin.
- Après avoir remercié l'invité pour ses mots aimables, ajoutez un **subtil appel à l'action**. Quelque chose comme "*nous sommes si heureux d'apprendre que vous avez apprécié votre vue sur le lac ! Vous devriez revenir le voir en hiver, c'est si beau !*".

Conseil 8: Avis négatifs

- Les critiques négatives ne sont pas amusantes, mais elles arrivent à tout le monde. Et **vos réponses en disent long aux clients potentiels qui les lisent.**
- Vous devez donc avoir un plan pour aller de l'avant.
- Si c'est bien fait, vous **pouvez réduire considérablement les retombées** (et un client peut même les réviser par la suite -> **customer service recovery**).

Conseil 9: **Avis négatifs** - Reconnaître et s'excuser

- La première chose à faire est de **reconnaître l'expérience vécue** par votre invité et **de vous en excuser**.
- Les gens ont tendance à se calmer quand leurs sentiments sont validés.

Conseil 10: **Avis négatifs** - Déplacer la conversation hors ligne

- Vous ne voulez pas transformer des critiques négatives en discussions longues et prolongées en ligne.
- Après vous être excusé pour l'expérience de l'invité, incluez une **invitation à vous contacter hors ligne** pour que la situation puisse être résolue.

Conseil 11: Avis négatifs - Soyez bref et doux

- Personne ne veut lire des paragraphes de texte, surtout lorsqu'ils sont contrariés. Donc, n'ajoutez pas de l'huile sur le feu avec des réponses longues.
- Une simple reconnaissance, des excuses et une invitation à communiquer davantage sont tout ce dont vous avez besoin.

Exemple 1



Nicole W
Echandens, Suisse

200 81

●●●○○ Avis publié : il y a 3 semaines

Chambres et situation magnifiques, mais service déplorable

L'hôtel est situé au-dessus du centre de Zermatt, accessible depuis la gare soit à pied (environ 15 minutes), soit avec un ascenseur. Les chambres sont magnifiques, avec vue sur le Cervin. Plusieurs chalets de 6 chambres composent l'hôtel, et chacun dispose d'un petit spa au sous-sol offrant 2 saunas, 1 jacuzzi extérieur et quelques chaises longues. Par contre, le service laisse à désirer. Au restaurant CERVO le soir, où nous avons une réservation, le personnel voulait absolument nous installer à l'extérieur, ce que nous n'avions jamais demandé et ne voulions surtout pas, la température en haute-montagne baissant très vite. Nous avons attendu presque 5 minutes, plantés à l'entrée du restaurant, jusqu'à ce qu'on nous installe finalement à l'intérieur. Les commandes arrivent avec beaucoup d'erreur ... ou pas du tout ! Et pour finir, la facture du restaurant arrive fautive également (3 bouteilles d'eau alors que 2 commandées, et le vin oublié). Par contre, tous les plats étaient excellents et très qualitatifs. Le buffet du petit-déjeuner était très bien, complété d'une carte proposant de pouvoir commander beaucoup d'autres plats. Point négatif : un hôtel 5* devrait disposer d'un fitness, hors ils ont seulement un accord avec un fitness situé au centre de Zermatt ... mais qui n'accepte pas les clients de l'hôtel le dimanche !

[Afficher moins](#)

Exemple 1

Lukas M, Manager de CERVO Zermatt, a répondu à cet avis

A répondu il y a 3 semaines

Salutation avec pseudonyme

Chère Nicole W,

Notre terrasse avec vue époustouflante face au Cervin est très appréciée par nos hôtes pendant la journée, mais également surtout pour le dîner. La terrasse est conçue avec des pierres naturelles, elle se chauffe de ce fait pendant la journée et reste encore chaude pour encore quelques heures le soir. Autrement, nous y avons toujours bien entendu des couvertures pour nos hôtes. Or, pour ceux qui le souhaite, il est bien entendu clair de pouvoir manger à l'intérieur. 3 explications et informations

De plus, en ce qui concerne les erreurs de votre commande, nous vous en excusons vivement.

Excuses

Solution proposée

D'autre part, comme Zermatt à une des meilleures natures au monde, nous vous conseillons de profiter des activités extérieures. Pour ceux qui désirent rester dans notre établissement, il est possible de réserver, par exemple, une instructrice de Yoga ou nous vous offrons les leçons tous les dimanches matin gratuitement pour nos clients de l'hotel.

Remerciements

Nous vous remercions tout de même pour votre feedback. Toutefois, nous y serions très reconnaissants lors d'une prochaine fois, si vous pourrez nous en avvertir personnellement, des désagréments occasionnées pendant votre séjour.

Nous espérons tout de même d'avoir le privilège de pouvoir vous accueillir à nouveau lors d'un prochain séjour ici à Zermatt!

Bien cordialement,

Lukas Meier

Hotel & Operations Manager

Signature avec formule de politesse, nom et poste du répondant

Exemple 2



plantamare
strasbourg

113 38

4 Avis publié : 5 août 2015 par mobile

A rénover

J'ai choisi cet hôtel en me basant sur les critiques positives sur tripadvisor. Malheureusement, je ne comprends pas comment on peut dire du bien de cet hôtel decrepit et d'un autre âge. Certes, il y a la vue - splendide - sur les montagnes, dont un bout du cervin. Mais sur une terrasse partagée par 3 chambres, de sorte que l'on voit passer devant son lit à 22h des anglais qui s'extasient bruyamment. Impossible de fermer les volets, bloqués ou cassés, et pas de rideaux occultants : bonjour l'intimité ! Chambres basiques, vaguement repeintes par un bricoleur, salle d'eau minuscule, pas d'armoire, une planche de 20cm en guise de table de nuit. Lits corrects. Par contre, aucune isolation phonique. Impossible de dormir avec les groupes de randonneurs qui se lèvent à 4h ! L'hôtelier explique le bruit en disant que la structure - petite - n'est pas faite pour les groupes, mais il n'y a que cela, sans doute parce que ce type de client se contente de peu. Petit déjeuner basique, vite dévoré par les groupes, à 7h30, il n'y a plus rien et ce qui a été mangé n'est pas remplacé. Le Besso a un grand potentiel, à condition d'être racheté par des gens dynamiques. Avec ses propriétaires actuels, il se meurt doucement.

Exemple 2

brandli j, Gérant de Le Besso, a répondu à cet avis
A répondu 13 août 2015

Excuses

Madame,

Nous sommes désolé que le charme de notre hôtel ne vous ai pas convenue Malgré vos dire nous avons changé les moquettes l'été passé ainsi que toute la literie de l'établissement.n'étant que locataire de cet établissement, nous transmettrons avec plaisir vos doléances à nos propriétaires.

Explications et contestation

Malgré

Vous dire

plaisir vos doléances à nos propriétaires.

Veillez recevoir mes sincères salutations.

Formule de politesse

La direction

Département du répondant



Kontakt

Prof. Roland Schegg

University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais (HES-SO Valais)

School of Management & Tourism

Institute of Tourism (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Switzerland

Tel: +41 (0)27 606 90 83

Mail: roland.schegg@hevs.ch

Twitter: @RolandSchegg

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://www.linkedin.com/in/rolandschegg/)



School/Institute: www.hevs.ch

eTourism news: www.etourism-monitor.ch

Tourism Observatory: www.tourobs.ch

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English

<http://tourism.hevs.ch>

EMBA en innovation touristique: www.innovation-touristique.com