

L'HÔTEL 2 FEVRIER ANNONCE SON ENGAGEMENT AVEC L'INITIATIVE **Stay healthy, Stay calm**

Bien que l'industrie hôtelière ait été l'une des premières touchées par la pandémie, nous avons mis en œuvre les meilleures pratiques améliorées de nettoyage des hôtels, les interactions sociales et les protocoles sur le lieu de travail. Ces initiatives assureront une plus grande transparence et confiance dans toute l'hospitalité, une industrie déjà bâtie sur la propreté et suivant des normes de nettoyage exigeantes. Avec l'initiative **STAY HEALTHY, STAY CALM**, nous améliorons ces normes pour aider à créer la tranquillité d'esprit.

SANTÉ ET HYGIÈNE

Notre initiative est basée sur des protocoles de propreté de longue date et améliore le programme existant avec des conseils élaborés en réponse à la pandémie, y compris des recommandations liées au nettoyage en profondeur, à la désinfection, à l'hygiène, mais sans s'y limiter et, aux meilleures pratiques et protocoles de distanciation sociale tels que :

- Augmentation de la fréquence de nettoyage avec des désinfectants de qualité hospitalière sur toutes les surfaces et zones à contact élevé telles que les halls, les chambres, les restaurants, les espaces de réunion et d'événement, les zones de loisirs, les toilettes publiques, la salle de gym, les boutons d'ascenseur, toutes les zones réservées aux employés, etc.
- Tous les meubles dans les espaces publics ont été réorganisés pour garder les règles de distanciation sociale pour le confort des clients. Nous utilisons la signalisation dans le hall pour rappeler aux clients de maintenir les protocoles de distanciation sociale.
- Les clés magnétiques sont désinfectées avant et après utilisation. Nous fournissons des stations aux entrées principales et aux zones à fort trafic, par exemple, une station pour permettre aux invités d'essuyer le bouton de l'ascenseur avant d'appuyer.
- Une intimité absolue est offerte aux clients qui, lors de l'enregistrement et pendant leur séjour, décident de ne permettre à aucun membre de l'équipe de l'hôtel d'entrer dans leur chambre pendant toute la durée de leur séjour à l'hôtel.
- Équipement de protection individuelle pour le personnel de l'hôtel, y compris masques et gants, pour protéger les clients et les employés; stations de désinfection des mains situées dans des zones à fort trafic dans tout l'hôtel, telles que la réception,

la salle du petit-déjeuner, les halls d'ascenseurs et la salle de gym.

- Communication du personnel de la réception aux clients sur les précautions prises pour leur sécurité et leur confort, et rappels sur les dispositifs supplémentaires disponibles si désiré par les clients.
- Faire évoluer les nouvelles politiques en tenant compte des orientations et des informations partagées par diverses organisations de santé telles que l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), les Centres de Contrôle et de Prévention des Maladies (CCPM), les autorités locales et d'autres organisations et experts;

Consultez <https://covid19.gouv.tg/situation-au-togo/> pour avoir les dernières données sur la situation au Togo et les mesures prises par le gouvernement.

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

La sécurité et l'hygiène alimentaires, les achats, la réception des marchandises, le stewarding, la cuisine et la production alimentaire sont suivis par les chefs de service, avec des réunions régulières sur les mesures prises et les processus mis en œuvre;

Les processus d'achat, de stockage, de préparation et de livraison dans les zones desservies sont définis et correctement enregistrés. La réception de tous les aliments et des articles en contact avec des aliments a été réévaluée et adoptée pour répondre aux exigences de sécurité étendues;

Les points de restauration fonctionnent selon les normes de santé et de sécurité les plus élevées, garantissant une distance physique de 1,5 mètres, strictement maintenue entre les individus et désinfection des surfaces de repas après chaque

Stay healthy
Stay calm

#STOPCOVID19



COMPOSEZ LE NUMÉRO VERT 111



2 FEVRIER
HOTEL-LOME
★★★★★

client. Nous sommes en train de modifier les pratiques opérationnelles pour les repas en chambre et de concevoir de nouvelles approches pour les buffets.

SERVICE

Tout en faisant plus avec moins, nous évitons de réduire les coûts qui ont un impact négatif sur les niveaux de service, sauf si nous pouvons nous permettre de l'éviter. Par exemple, nous gardons la réception bien équipée pour que les clients n'aient pas à attendre longtemps et, étant une propriété de luxe, nous ne coupons pas complètement les équipements, tels que les fleurs ou les cocktails de bienvenue;

Lorsque les réservations reviendront, les bonnes expériences reviendront probablement lentement. Nous utilisons la faible occupation comme une opportunité d'engager nos clients de manière personnelle, d'augmenter le tête-à-tête avec les clients pour les faire se sentir plus désirés et montrer comment nous nous soucions de tout le monde;

Nous sommes généreux avec les surclassements. A moins que nous ayons les ressources, nous essayons de surprendre et de ravir les clients avec une belle commodité dans la chambre;

Tout effort supplémentaire que nous faisons avec nos clients maintenant, les incitera à partager leurs expériences avec les autres et nous aidera à les fidéliser, ce qui sera essentiel pour générer plus de réservations;

Des séances coaching personnel dans l'intimité de la salle de sport, ainsi que des activités de bien-être telles que des cours de yoga et de natation, sont disponibles uniquement pour les individus, les couples ou les petits groupes, avec une distance de sécurité respectée.

VENTES & MARKETING

Nous continuons d'investir dans le marketing qui, en particulier dans les moments difficiles, peut générer des gains via divers générateurs de revenus et réaliser des gains au-delà du court terme;

Alors que certains estiment qu'il est inapproprié de dialoguer avec les clients pendant une pandémie, les

clients veulent avoir de nos nouvelles. Nous utilisons maintenant les ressources de vente pour gérer des choses comme les réservations de groupes pour des dates ultérieures, en contactant de manière proactive les voyageurs pour réserver sans pénalité d'annulation, ce qui est un excellent moyen de garder une réservation qui a une forte probabilité d'annulation;

S'attendant à ce que le marché local rebondisse en premier, nous en apprenons davantage sur les clients locaux et utilisons le temps pour maîtriser des segments de clientèle uniques;

Nous surveillons ce qui se passe sur le marché pour être en phase avec la concurrence. Même avec le tarif le plus bas de notre secteur, nous n'allons pas obtenir la réservation si personne ne cherche pas à voyager;

Notre objectif est d'obtenir le bon prix et d'offrir des conditions d'annulation raisonnables. Nous sommes flexibles avec les annulations, même lorsque les restrictions de voyage sont levées, afin que nos clients aient la certitude qu'ils peuvent annuler et réserver à tout moment. Une annulation a un impact temporaire sur l'entreprise mais bouleverser un client a un impact à vie.

FUTURE

Au cours des prochaines semaines, les clients pourront découvrir une variété progressive de protocoles, produits et communications nouveaux et améliorés, afin de promouvoir une santé et une sécurité extrêmes, notamment:

- Option de ménage "à la demande" qui permet aux clients de demander la livraison d'articles de toilette supplémentaires, de serviettes, de draps ou de café sans qu'une femme de ménage entre dans la chambre;
- Améliorations conçues pour faciliter l'enregistrement et le départ sans contact, telles que des cloisons en plexiglas pour une protection supplémentaire et un endroit pour laisser les cartes magnétiques des clients lors du départ; système d'ouverture de porte sans contact, conception de chambres comme chambres intelligentes, documents numériques utilisés dans les chambres - **tout cela fait partie d'un programme de développement à long terme.**

info@hotel2fevrierlome.com
www.hotel2fevrierlome.com

Stay **healthy**
Stay **calm**

#STOPCOVID19



COMPOSEZ LE NUMÉRO VERT 111



2 FEVRIER
HOTEL - LOME
★★★★★