

Recherche d'hôtel avec l'intelligence artificielle : comment se préparer ?

Pour simplifier leur recherche d'hébergement, les voyageurs peuvent dès à présent interroger des outils tels ChatGPT et Gemini et trouver des logements correspondant à leurs critères. Raison de plus pour les hôteliers pour être le plus précis et détaillé possible dans le descriptif sur internet. Bientôt, le marché va être inondé d'outils très pertinents et attrayants qui construiront des voyages en fonction des habitudes de l'utilisateur. De plus en plus de voyageurs utilisent l'intelligence artificielle pour rechercher un hôtel adapté à leurs besoins. Il est vrai qu'ils sont aussi de plus en plus sollicités : Expedia propose par exemple des suggestions de voyages personnalisés avec son IA 'Romi', un accompagnement qui séduit les internautes. Bientôt, le marché va être inondé d'outils très pertinents et attrayants qui construiront des voyages en fonction des habitudes de l'utilisateur. On n'en est pas encore là, mais on s'en approche. Prenons les exemples de ChatGPT et sur Google Gemini. Ces deux IA sont toutes deux très utiles, mais une grosse différence les sépare : ChatGPT est actuellement le plus populaire et il apporte une vraie solution. Mais, n'étant connecté qu'à une petite partie d'internet, il ne fonctionne pas en temps réel même s'il fait des mises à jour fréquentes et vous indiquera : *"J'ai rafraîchi ; j'ai pris deux mois de plus, trois mois de plus..."* Google Gemini effectue pour sa part une recherche plus large sur Google, pour un résultat nettement plus pertinent et efficace.

L'exemple d'une même recherche sur deux IA distinctes **Avec ChatGPT** Voici une situation typique. Un internaute fait cette recherche sur ChatGPT : *"Donne-moi des suggestions d'hôtels à Cannes, proches de la mer et adaptés aux couples. Mon budget est de 200 € environ par nuit. Je veux des hôtels qui ont un spa [ou autres exigences] et de très bons commentaires sur le web."* ChatGPT démarre sa recherche sur le web. En réalité, il va sur Bing ; ce qui est loin d'être optimal. La réponse pourra être utile mais elle manquera de pertinence et de précision. *"Hôtel central à Cannes, si vous aimez vous promener dans la ville, environ 155 € par nuit, avec spa. Autre hôtel avec spa, bon emplacement, également situé en plein centre-ville, 120 € par nuit, proche de la mer, disposant de bonnes installations, dans votre budget et avec commentaires sur Booking."* » Ce n'est pas si mal mais ça ne suffit pas pour simplifier la démarche de l'utilisateur. **Avec Google Gemini** En copiant-collant la même demande sur Gemini –l'IA de Google, la recherche est plus large. Outre les suggestions d'hôtels, Gemini va ensuite communiquer des dates, des budgets, des prix, les disponibilités et des liens pour entrer directement dans la fiche des hôtels. C'est beaucoup plus soigné et convivial, et surtout plus complet. Il est évident que l'IA de Google va désormais gagner du terrain et dépasser ses concurrents, Google étant déjà le moteur de recherche le plus utilisé au monde. Nous pensons même qu'à un moment donné, certainement imminent, l'IA de Google et le moteur de recherche Google fusionneront en une seule unité intégrée. Google Gemini représente d'ores et déjà une solution très performante avec des éléments additionnels vraiment intéressants : images, mini-slides, etc. et autres ajouts incroyables à découvrir. Outil amené à se développer encore, il sera de plus en plus utilisé - c'est certain. Les hôteliers devraient donc s'y intéresser de plus près, commencer à regarder comment intégrer intelligemment Google Gemini et se poser la question clé : **quels sont les critères à respecter pour mettre en valeur mon hôtel et me démarquer ?** L'IA continuera d'évoluer et il est important que les professionnels du tourisme et de l'hôtellerie s'y préparent dès maintenant. C'est l'avenir et il est véritablement proche. Cf. H.R. 12 septembre 2024