

INNOVATION EXPÉRIENCE CLIENT

CENTER PARCS LANCE LE PAIEMENT DÉMATÉRIALISÉ "CASHLESS"

La marque transforme son bracelet digital en un moyen de paiement unique pour l'ensemble des activités et services proposés sur ses domaines. Plus qu'un simple portefeuille électronique, une véritable extension de la carte bancaire.

Engagé dans une stratégie visant à proposer aux vacanciers un séjour plus expérientiel et un parcours client fluide, Center Parcs ajoute une nouvelle fonctionnalité à ses bracelets digitaux et lance le service de paiement dématérialisé "cashless" sur son site Villages Nature® Paris (Seine-et-Marne).

À la fois innovant et ludique, le bracelet digital permettait déjà aux clients d'accéder à leur cottage, à l'espace aquatique et ses casiers, aux activités réservées ; aujourd'hui il leur permet de régler directement leurs achats. Un outil clé pour améliorer l'expérience de séjour des vacanciers et répondre aux nouveaux usages et habitudes des familles.

UNE EXPÉRIENCE DE PAIEMENT INÉDITE ET LUDIQUE

Travaillé d'une manière innovante, en **co-conception** et **co-développement** avec la start-up **Payintech**, sous l'impulsion des équipes internes « digitales » et « expérience client », cette solution de paiement sans pré-chargement s'appuie sur les bracelets digitaux Digipass déployés par Center Parcs ces dernières années. Ce bracelet permettait déjà aux vacanciers d'accéder à leur hébergement, à l'espace aquatique et ses casiers.

Aujourd'hui, les clients y concentrent leur contremarque des activités réservées et peuvent désormais régler leurs achats dans la plupart des points de vente : restaurants, magasins, espace bien-être... Plus qu'un simple portefeuille électronique, le dispositif est une véritable extension de la carte bancaire, à l'utilisation simple et sécurisée.



"Le client est au cœur de notre stratégie digitale. Notre volonté est de développer des services innovants dédiés à fluidifier et faciliter le séjour de nos vacanciers. Cette nouvelle solution cashless leur permet ainsi de ne plus s'encombrer de leur portefeuille pendant le séjour – un véritable avantage lorsqu'ils sont dans l'espace aquatique notamment – et de profiter pleinement de leurs vacances. Nous souhaitons transformer chaque action en une expérience ludique et créer des occasions de partage entre tous les membres de la famille. Ce dispositif en fait partie. Les parents peuvent par exemple choisir d'inclure les enfants dans l'expérience en leur donnant un peu d'argent de poche. Tous ont ainsi un véritable sentiment de liberté" témoigne Laurène Beurdeley, Directrice Marketing Center Parcs France.

FONCTIONNEMENT DU BRACELET "CASHLESS"

- À son arrivée sur site, le client reçoit son bracelet pour accéder à son hébergement, à l'espace aquatique et aux activités et services réservés.
- Il choisit alors de l'associer à sa carte bancaire, via l'application Villages Nature® Paris ou directement à la réception.
- Le client décide, si besoin, de paramétrer un plafond de dépenses et choisit un code PIN qui lui sera demandé tous les 3 paiements et pour toute dépense supérieure à 10 €.
- La carte bancaire peut également être appairée à d'autres bracelets digitaux de la réservation. Les parents peuvent ainsi donner de l'argent de poche à leurs enfants : une expérience ludique pour les petits !
- Sur chaque point de vente, le client choisit le paiement cashless et scanne le bracelet pour régler ses achats. Il reçoit le ticket de caisse et une confirmation d'achat et de paiement directement sur son email. Le suivi de toutes les transactions est également disponible en temps réel sur l'application Villages Nature® Paris.
- Simple et sûre, l'option "cashless" du bracelet digital peut être activée/désactivée à tout moment pendant le séjour.

Aujourd'hui proposé aux clients séjour et journée de Villages Nature® Paris, l'objectif, à terme, est de déployer le dispositif sur l'ensemble des domaines Center Parcs.

DES SERVICES CONNECTÉS POUR UN SÉJOUR SIMPLIFIÉ

Le développement des bracelets digitaux et du dispositif cashless s'inscrit dans un programme global de digitalisation des domaines Center Parcs.

Ces dernières années, la marque a ainsi mis à disposition des collaborateurs des **PDA (Park Digital Assistant)**, indispensables à la simplification et personnalisation du parcours client, pour le check-in, l'encodage des bracelets digitaux, le contrôle des contremarques digitales des activités et prestations, et l'accès en quelques clics aux informations clients.

Des **bornes interactives dédiées à la consultation et la réservation d'activités de sports et de loisirs** sont également à disposition. En quelques clics, les clients découvrent l'ensemble des activités, les horaires et tarifs pour une réservation tactile et un achat simplifié. En parallèle, les réceptionnistes, à l'aide des PDA, prennent le relais et renseignent les vacanciers de manière plus personnalisée.

Les clients bénéficient également d'un véritable compagnon de voyage : **l'espace personnel Center Parcs**. Disponible sur mobile et web, il permet à chacun de préparer ses vacances et d'accéder à toutes les informations dont il a besoin avant et pendant le séjour. Il offre une expérience simple et fluide, au travers de nombreuses fonctionnalités : check-in en ligne, consultation du planning des activités et réservations, plans interactifs des domaines, accès aux informations pratiques...

Lancée en juillet 2015, l'application Planet Center Parcs a été téléchargée plus de 1,35 millions de fois. Quant à l'application Villages Nature® Paris, elle comptabilise 65 000 téléchargements depuis l'ouverture du site en septembre 2017.

À propos de Center Parcs :

Créé en 1967 aux Pays-Bas, le concept Center Parcs reste sans équivalent en Europe. Center Parcs compte à ce jour 24 domaines : 6 en France, 3 en Belgique, 9 aux Pays-Bas et 6 en Allemagne. Center Parcs est un concept unique qui vise à répondre au besoin des familles de trouver un lieu idéal pour vivre et partager des émotions. La marque s'engage donc à offrir une coupure dans le quotidien pour vivre ensemble une véritable expérience riche de moments mémorables à travers ses 7 piliers : la nature, l'Aqua Mundo, les activités, la détente avec l'offre spa, les cottages, le dôme avec ses boutiques et restaurants et les services. Center Parcs s'engage aussi à assurer un séjour fluide et simple grâce à l'application Planet Center Parcs, compagnon de séjour destiné à faciliter l'expérience client

Contacts Presse - Groupe Pierre & Vacances - Center Parcs

Anna Almeida - Lucie Audren - Marion Sarrio - Clémence Ariztia
01.58.21.64.29

rptourisme@groupepvc.com

Site Presse : <http://rptourisme.pierreetvacances.com/>