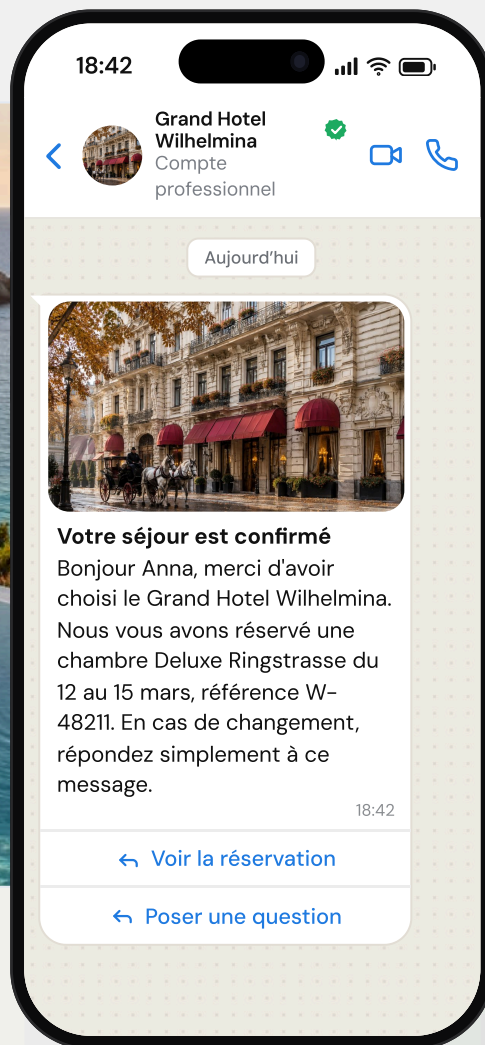


30 modèles WhatsApp pour les hôtels

Des messages prêts à adapter pour chaque moment du séjour, de la confirmation de réservation à la reconquête, avec les règles de Meta sur la validation, la tarification et le consentement telles qu'elles s'appliquent en octobre 2026.

30 modèles et messages



Ce que vous **trouverez**

	Pourquoi ce guide	03
01	Pourquoi WhatsApp pour les hôtels	04
02	Les bases des modèles et les règles de Meta	06
03	La chronologie du parcours client	09
04	Réservation et pré-arrivée	13
05	Arrivée et séjour	21
06	Ventes additionnelles et événements	28
07	Après le séjour, fidélisation et campagnes	37
08	Comment obtenir les meilleurs résultats	45
	Sources	49

Pourquoi ce guide

Vos clients vivent déjà sur WhatsApp. Ils écrivent à leur famille depuis l'aéroport, partagent la photo de la chambre depuis le balcon et demandent à leurs amis où dîner. Quand un hôtel y écrit au bon moment, avec quelque chose d'utile, le message est lu. Quand il écrit trop souvent, ou vend trop fort, le client bloque le numéro, et Meta le remarque.

WhatsApp pour les entreprises obéit à des règles que la plupart des équipes hôtelières ne découvrent qu'au moment où un modèle est refusé ou qu'une campagne s'arrête à mi-chemin. Ce guide les explique telles qu'elles s'appliquent en octobre 2026 : les trois catégories de modèles et la façon dont Meta les reclasse, les limites des en-têtes, du texte et des boutons, la fenêtre de service client de 24 heures, le consentement et le RGPD, et la tarification par message, modifiée une nouvelle fois le 1er octobre 2026.

Le cœur du guide est une bibliothèque de 30 modèles et messages numérotés, classés selon le parcours client : réservation et pré-arrivée, arrivée et séjour, ventes additionnelles et événements, après-séjour et campagnes. Pour

chacun, vous voyez le message tel que le client le reçoit, le modèle brut avec ses variables, la catégorie et un conseil pratique. Adaptez la formulation au ton de votre maison et soumettez-les dans WhatsApp Manager ou dans l'outil de messagerie que vous utilisez déjà.

Le dernier chapitre traite de ce qui sépare un bon modèle d'un bon résultat : le moment d'envoi, la personnalisation, la langue, la mesure et la prévention des blocages de Meta. Il montre aussi où chatlyn prend en charge la partie répétitive, en envoyant chaque message quand votre PMS signale l'événement de réservation et en traitant les réponses des clients.

L'ESSENTIEL

- ✓ Les modèles utilitaires servent la réservation ; tout ce qui vend relève du marketing, et Meta vérifie.
- ✓ Depuis le 1er octobre 2026, Meta facture aussi les réponses dans la fenêtre, au-delà de 1 000 par numéro et par mois.
- ✓ En dehors de la fenêtre de 24 heures, vous ne pouvez envoyer qu'un modèle validé.
- ✓ Le moment d'envoi, la langue du client et un seul bouton clair comptent plus qu'une formulation brillante.

01

CHAPITRE 1

Pourquoi WhatsApp pour les hôtels

Vos clients ouvrent WhatsApp plusieurs fois par jour, et la plupart préfèrent écrire plutôt qu'appeler. C'est donc le canal où le message d'un hôtel est réellement lu.



L'e-mail transporte encore la confirmation de réservation, mais il est en concurrence avec les newsletters, les factures et les filtres anti-spam. Le téléphone exige quelqu'un de disponible à la réception. WhatsApp est déjà ouvert sur le téléphone du client, dans toutes les langues, à chaque étape du voyage, et en Allemagne presque tout le monde l'utilise.

3 Md+

de personnes utilisent
WhatsApp chaque mois
dans le monde

Source: Meta, résultats du T1
2025

92 %

des personnes de 16 ans et
plus en Allemagne utilisent
WhatsApp régulièrement

Source: Bundesnetzagentur,
enquête consommateurs 2023

73,3 %

des consommateurs de 22
marchés préfèrent la
messenger pour contacter
une entreprise

Source: Kantar pour Meta, State
of Business Messaging 2025

Les voyageurs disent la même chose des hôtels. Dans une enquête menée en 2025 auprès de 430 voyageurs par l'éditeur de logiciels hôteliers eviivo, une majorité préférerait les SMS, WhatsApp ou des liens par e-mail dans leurs échanges avec les hébergeurs, et seuls 4 % voulaient télécharger l'application d'un établissement ou scanner un QR code. Selon les propres études de Meta, deux consommateurs sur trois sont agacés lorsqu'une entreprise ne propose aucun moyen de lui écrire.

Ce que constatent les hôtels qui s'y prennent bien

Des taux d'ouverture génériques pour WhatsApp circulent partout, mais peu sont mesurés. Les chiffres ci-dessous proviennent d'hôtels qui envoient leurs messages WhatsApp avec chatlyn et

publient leurs propres résultats. À l'Hotel Enzian d'Obertauern, plus de neuf clients sur dix ont ouvert le message de pré-arrivée envoyé quelques jours avant leur voyage.

92 %

de taux d'ouverture des messages WhatsApp de pré-arrivée à l'Hotel Enzian Obertauern

Source: Étude de cas chatlyn, Hotel Enzian

+38 %

de réservations au restaurant grâce aux campagnes WhatsApp de l'Hotel Enzian

Source: Étude de cas chatlyn, Hotel Enzian

93 %

de taux d'ouverture des newsletters WhatsApp du groupe IMLAUER

Source: Étude de cas chatlyn, IMLAUER Group



...il y a un petit rappel qui vous donne la bonne information au bon moment, juste avant le début de vos vacances, et vous avez vraiment hâte de découvrir ce qui vous attend.

Elisabeth Veit, propriétaire, Hotel Enzian Obertauern [traduit]

CONSEIL

Ouvert ne veut pas dire bienvenu

Un taux d'ouverture élevé montre que le message a été vu, pas qu'il était souhaité. Chaque message de ce guide mérite sa place parce qu'il est utile au client à ce moment-là : l'itinéraire le matin de l'arrivée, une table le premier soir, la facture après le départ. Les offres suivent la même règle.

02

CHAPITRE 2

Les bases des modèles et les règles de Meta

Chaque message qu'un hôtel envoie en premier sur WhatsApp est un modèle validé par Meta. Connaître les catégories, les limites et la fenêtre de 24 heures vous évite les modèles refusés, les coûts imprévus et les campagnes bloquées.

DANS CE CHAPITRE

- La fenêtre de service client de 24 heures
- Comment Meta facture depuis juillet 2025

Un **modèle** est un format de message validé à l'avance, avec un texte fixe et des variables numérotées comme {{1}} pour le prénom du client. C'est le seul type de message qu'une entreprise peut envoyer à un client qui ne lui a pas écrit au cours des dernières 24 heures. Chaque modèle appartient à l'une des trois catégories, et la catégorie détermine la façon dont Meta l'examine, son coût et s'il compte dans la limite de messages marketing du client.

Les trois catégories de modèles, plus les réponses de service

Catégorie	À utiliser pour	Exemples à l'hôtel	Attention
Utilitaire	Des informations sur une réservation ou une demande précise, sans promotion	Confirmation, lien de check-in, itinéraire, facture, avis sur ce séjour	La moindre offre ou vente additionnelle en fait du marketing
Marketing	Tout ce qui promeut, recommande ou invite	Surclassements, créneaux spa, offres de départ tardif, événements, reconquête, vœux d'anniversaire	Soumis à la limite marketing de chaque client et au contrôle le plus strict
Authentification	Codes à usage unique uniquement	Code de connexion à une application client ou à un compte fidélité	Rarement utile aux hôtels ; ni URL, ni média, ni emoji
Service (pas un modèle)	Réponses libres dans la fenêtre de 24 heures	Répondre à une question sur le parking ou les horaires du petit-déjeuner	Possible uniquement après un message du client

- **Meta vérifie la catégorie que vous choisissez.** Si vous soumettez un modèle comme utilitaire et que Meta le juge marketing, il est validé comme marketing (le fonctionnement par défaut depuis avril 2025). Vous pouvez demander un réexamen dans les 60 jours.

- **Un contenu mixte ou vague compte comme marketing.** Une mise à jour de réservation avec une promotion, une demande d'avis générique, des vœux d'anniversaire ou un modèle composé surtout d'une variable relèvent tous du marketing selon les règles de Meta.
- **Le contrôle continue après la validation.** Meta réexamine régulièrement les modèles utilitaires validés et fait passer en marketing ceux qui paraissent promotionnels, normalement avec un jour de préavis. Les entreprises déjà averties pour usage abusif perdent ce préavis.
- **L'examen prend souvent quelques minutes, mais prévoyez 24 heures.** Les modèles validés démarrent avec le statut « Actif, qualité en attente ». Les modèles refusés peuvent être modifiés et soumis à nouveau, ou faire l'objet d'un recours avec un exemple ; les recours sont tranchés sous 24 heures.
- **Chaque langue est un modèle à part.** Meta ne traduit pas. Vous soumettez et faites valider chaque version linguistique séparément, et chacune compte dans votre limite de modèles (250 par compte si votre portefeuille d'entreprise n'est pas vérifié, jusqu'à 6 000 une fois vérifié).

ATTENTION**Motifs de refus fréquents**

Des variables aux accolades mal fermées, avec des caractères spéciaux ou une numérotation à trous ({{1}}, {{2}}, {{4}}). Un modèle qui commence ou se termine par une variable. Trop de variables pour la longueur du texte. Une formulation identique à l'un de vos modèles existants. Demander aux clients un numéro de carte complet, des coordonnées bancaires ou un numéro de pièce d'identité. Un ton menaçant, par exemple au sujet des frais de non-présentation. Et, le plus souvent pour les hôtels, une offre glissée dans un modèle soumis comme utilitaire.

Composants et limites

Composant	Contenu possible	Limite
En-tête (facultatif)	Texte, image, vidéo, document ou localisation	Texte : 60 caractères, 1 variable. Image 5 Mo, vidéo 16 Mo, document 100 Mo
Corps (obligatoire)	Texte avec mise en forme et variables	1 024 caractères
Pied de page (facultatif)	Court texte brut, p. ex. « Répondez STOP pour vous désabonner »	60 caractères
Boutons de réponse rapide	Un appui vous renvoie une réponse fixe	Jusqu'à 10, libellé de 25 caractères
Boutons URL	Ouvrent une page web ; une variable en fin d'URL	Jusqu'à 2, libellé de 25 caractères
Bouton d'appel	Appelle le numéro que vous définissez	1, libellé de 25 caractères

CONSEIL

Des boutons et des variables qui passent l'examen

Un modèle peut contenir jusqu'à 10 boutons au total, dont un bouton de copie de code pour un bon (20 caractères). Regroupez les réponses rapides, avant ou après les autres boutons, jamais intercalées entre eux. Au-delà de trois boutons, le client en voit deux et un lien « Voir toutes les options », et les modèles à quatre boutons ou plus ne s'affichent pas sur WhatsApp pour ordinateur : deux ou trois boutons fonctionnent donc le mieux. Numérotez les variables dans l'ordre, placez du texte avant et après chacune et ajoutez un exemple réaliste pour chaque variable lors de la soumission.

La fenêtre de service client de 24 heures

Chaque fois qu'un client vous écrit ou vous appelle sur WhatsApp, une fenêtre de service client de 24 heures s'ouvre, et chaque nouveau message du client la relance. Dans cette fenêtre, votre équipe peut répondre librement : texte, photos, documents et messages interactifs avec boutons de réponse ou listes, sans validation de Meta. Après 24 heures sans nouvelles du client, la fenêtre se ferme et vous ne pouvez plus envoyer qu'un modèle validé. C'est pourquoi tout parcours client automatisé commence par un modèle : la réponse du client, même un simple appui sur un bouton de réponse rapide, ouvre la fenêtre pour la conversation qui suit. Un modèle marketing envoyé pendant que la fenêtre est ouverte ne compte pas dans la limite marketing du client.

Comment Meta facture depuis juillet 2025

- **Par message délivré.** Depuis le 1er juillet 2025, Meta facture chaque message délivré, et non plus chaque conversation de 24 heures. Le tarif dépend de la catégorie et de l'indicatif pays du numéro du client. Les messages que les clients vous envoient ne sont jamais facturés.
- **Modèles.** Les modèles marketing, utilitaires et d'authentification sont facturés à chaque remise. Les modèles utilitaires et d'authentification bénéficient de paliers de volume qui réduisent le tarif à mesure que votre volume mensuel augmente ; pas le marketing.
- **Nouveau depuis le 1er octobre 2026 : les réponses sont aussi facturées.** Les réponses libres dans la fenêtre, rédigées par votre équipe ou par une IA tierce, sont désormais facturées comme messages de service. Pour chaque numéro professionnel, les 1 000 premiers messages de service du mois ne sont pas facturés. Les modèles utilitaires envoyés dans une fenêtre ouverte, non facturés depuis juillet 2025, sont de nouveau payants.
- **Ce qui reste non facturé.** Tous les messages d'une fenêtre ouverte par un point d'entrée : le client lance la discussion depuis une publicité Click to WhatsApp ou un bouton de Page Facebook, et vous répondez sous 24 heures.
- **Quand les prix changent.** Meta ne modifie ses tarifs qu'au 1er janvier, 1er avril, 1er juillet ou 1er octobre, avec au moins un mois de préavis. Les tarifs sont publiés par marché, en euros et dans d'autres devises, dans la documentation développeurs de Meta ; vérifiez-les là plutôt que de vous fier à des chiffres cités ailleurs, et demandez à votre prestataire ce qu'il facture en plus.

03

CHAPITRE 3

La chronologie du parcours client

Trente messages ne fonctionnent que si chacun arrive à son moment. Ce chapitre place la bibliothèque sur le séjour et commence par l'étape qui précède tout le reste : l'autorisation d'écrire.

Avant le premier message : consentement et RGPD

- **Meta exige un consentement.** Vous ne pouvez écrire à un client sur WhatsApp que s'il vous a donné son numéro et a accepté de recevoir des messages de votre établissement. Le consentement peut être recueilli partout, sur le moteur de réservation, par téléphone, à la réception ou sur papier, à condition qu'il nomme votre entreprise et indique clairement ce que le client accepte.

- **Séparez le service des offres.** Demandez un consentement pour les messages liés au séjour et un autre pour les offres et actualités. Meta recommande un consentement par type de message, et en Allemagne (§ 7 UWG) comme en Autriche (§ 174 TKG 2021), la publicité par message électronique exige en général un consentement préalable. Les messages liés à la réservation peuvent le plus souvent s'appuyer sur la réservation elle-même ; le marketing a besoin de ce consentement.
- **Conservez la preuve et respectez chaque désinscription.** Le RGPD vous impose de pouvoir montrer quand et comment un client a donné son consentement. Une désinscription compte où qu'elle soit exprimée, sur WhatsApp, par e-mail ou à la réception, et doit être respectée immédiatement.
- **Mentionnez WhatsApp dans votre politique de confidentialité.** Meta traite les données des messages en tant que sous-traitant, selon les conditions de traitement des données de WhatsApp Business, et transfère les données européennes vers les États-Unis dans le cadre du EU-US Data Privacy Framework. Sur la Cloud API de Meta, un numéro peut être enregistré de façon à stocker le contenu des messages dans l'UE (Allemagne).
- **Ne collectez que le nécessaire.** Ne demandez jamais de numéro de carte complet, de coordonnées bancaires ou de numéro de passeport par message ; la politique de Meta l'interdit et les modèles qui le font sont refusés.

ATTENTION

Ceci n'est pas un conseil juridique

Les règles de consentement varient selon les pays et évoluent avec la jurisprudence, par exemple sur la question de savoir si l'exception e-mail pour les clients existants s'étend aux messageries. Faites valider votre formulation de consentement et votre politique de confidentialité par votre délégué à la protection des données avant la première campagne.

Les tableaux ci-dessous suivent les quatre parties de la bibliothèque. Les nombres entre parenthèses sont les numéros des modèles des chapitres 4 à 7. Les moments d'envoi sont des points de départ : ajustez-les à votre délai de réservation et à votre durée de séjour habituels.

Réservation et pré-arrivée (chapitre 4)

Moment	Envoi	Catégorie	Objectif
Confirmation de réservation (01)	Juste après la réservation	Utilitaire	Confirmer le séjour et ouvrir le canal WhatsApp
Offre de transfert aéroport (02)	7 jours avant l'arrivée	Marketing	Vendre un transfert avant que le client ne réserve un taxi
Préférences avant l'arrivée (08)	5 jours avant l'arrivée	Utilitaire	Connaître l'heure d'arrivée et les souhaits
Offre d'arrivée anticipée (07)	3 jours avant l'arrivée	Marketing	Transformer un vol matinal en revenu
Check-in en ligne (03), confirmation du transfert (05)	1 à 2 jours avant	Utilitaire	Réduire l'attente à la réception
Itinéraire (04), chambre prête (06)	Jour d'arrivée	Utilitaire	Répondre aux questions avant qu'elles ne soient posées

Arrivée et séjour (chapitre 5)

Moment	Envoi	Catégorie	Objectif
Bienvenue et point du jour 1 (09)	Soir de l'arrivée	Utilitaire	Repérer les problèmes tant qu'on peut les régler
Préférence de ménage (12)	Soir de l'arrivée	Utilitaire	Organiser le service selon le client
Réservation du dîner (10), créneau spa (11)	Jour 1 à jour 2	Marketing	Remplir les tables et les cabines de soin
Bonnes adresses (14)	Jour 2, matin	Marketing	Être le concierge dans leur poche
Vol retardé et arrivée tardive (13)	Dès qu'un retard est connu	Utilitaire	Garder la chambre et rassurer
Conversation de service (15)	Dès que le client écrit	Service	Répondre dans la fenêtre ouverte

Ventes additionnelles et événements (chapitre 6)

Moment	Envoi	Catégorie	Objectif
Offre de surclassement (17)	3 jours avant l'arrivée	Marketing	Vendre la meilleure chambre avant l'arrivée
Logistique des participants (18), rappel du gala (19)	Jour de l'événement	Utilitaire	Tenir le programme des groupes
Réservation d'activité (22), club enfants (23)	Début du séjour	Utilitaire	Confirmer le programme réservé par le client
Soirée en auberge (20), programme de la fête (21)	Quelques jours avant	Marketing	Remplir le bar, le rooftop ou la terrasse
Offre de départ tardif (16)	Veille du départ	Marketing	Vendre les heures en plus

Après le séjour et campagnes (chapitre 7)

Moment	Envoi	Catégorie	Objectif
Départ et facture (24)	Juste après le check-out	Utilitaire	Clore le séjour proprement
Demande d'avis (25)	2 jours après le départ	Utilitaire	Demander un avis sur ce séjour
Remerciement et offre de retour (26)	7 jours après le départ	Marketing	Gagner le prochain séjour en direct
Anniversaire (27)	10 jours avant la date	Marketing	Se souvenir de ce qui compte pour le client
Reconquête (28)	11 mois après le séjour	Marketing	Faire revenir le client pour la même saison
Ouverture de saison (29), dîner des vendanges (30)	3 à 6 semaines avant	Marketing	Inviter les anciens clients à une date



La chronologie, pilotée par votre PMS

Dans chatlyn, les événements PMS envoient un modèle à un moment défini de chaque réservation : à la création de la réservation, autour de l'arrivée, du check-in et du check-out, après le séjour et à l'annulation d'une réservation. Les décalages vont de quelques minutes à plusieurs mois, les champs se remplissent à partir de la réservation, et une annulation arrête les messages encore en attente pour cette réservation.

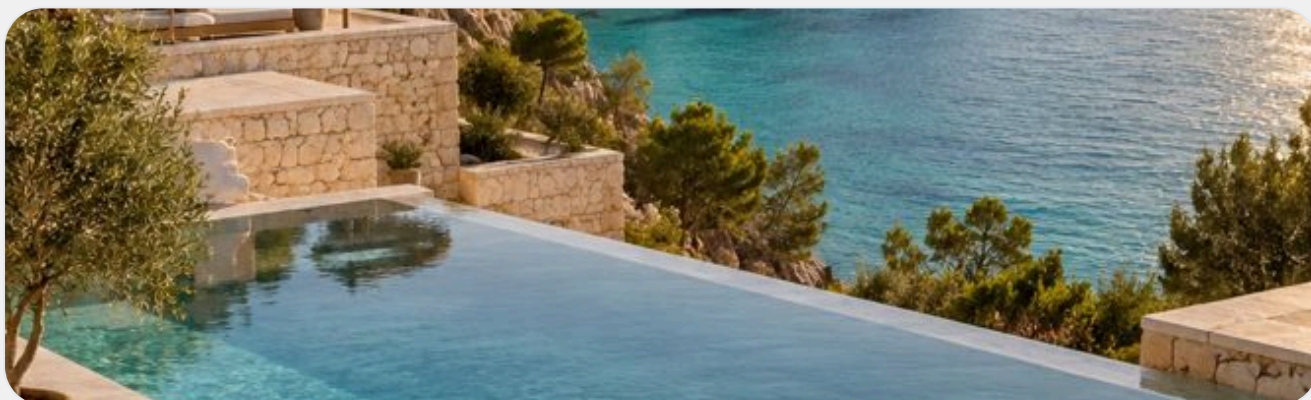
04

CHAPITRE 4

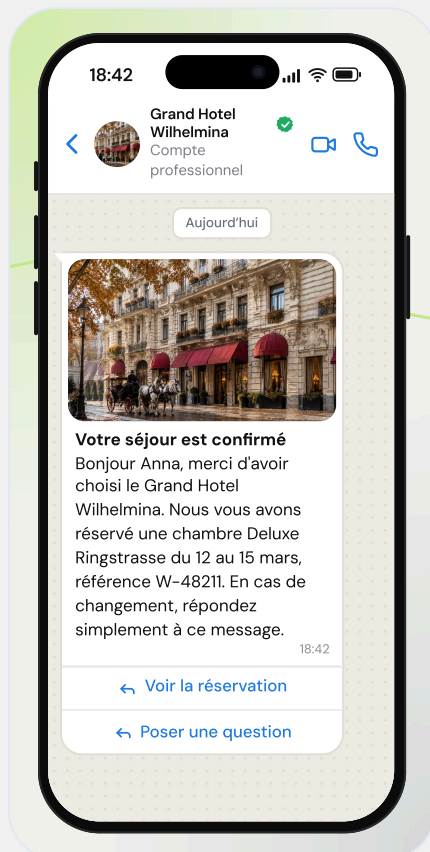
Réservation et pré-arrivée

De la confirmation au jour d'arrivée, ces modèles répondent aux questions des clients avant qu'ils ne les posent, et font quelques offres au bon moment.

8 modèles
Modèle 01 à 08



Huit modèles pour la période qui va de la réservation au moment où le client arrive à votre porte. Les modèles utilitaires confirment, informent et demandent ce dont vous avez besoin. Les modèles marketing font une seule offre pertinente. Gardez les deux séparés, car Meta examine la catégorie et peut reclasser un modèle utilitaire qui cherche à vendre.



Modèle 01

UTILITAIRE

Juste après la réservation

Confirmation de réservation

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hôtel historique, Vienne

MODÈLE

Votre séjour est confirmé

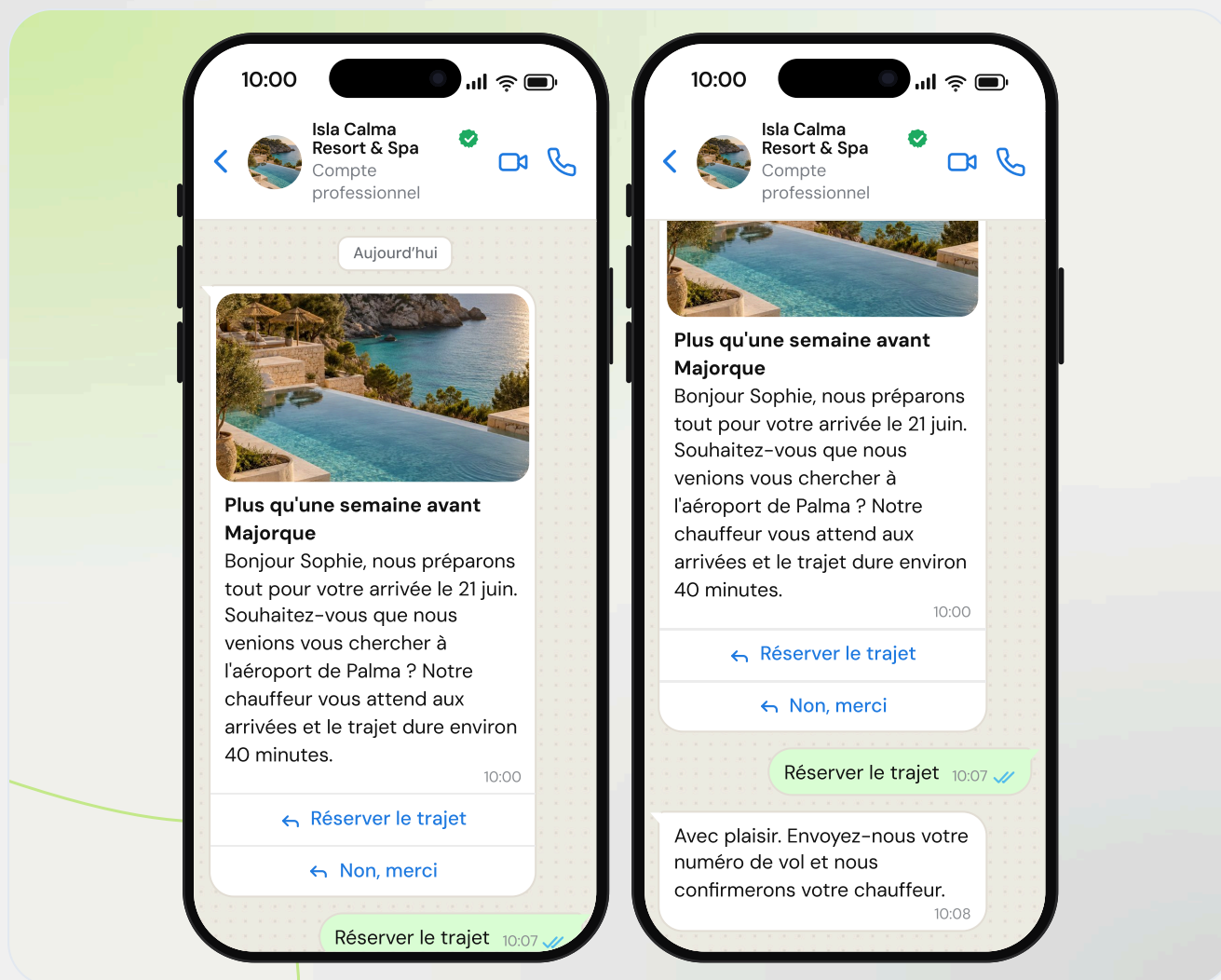
Bonjour **{{1}}**, merci d'avoir choisi le Grand Hotel Wilhelmina. Nous vous avons réservé une **{{2}}** du **{{3}}** au **{{4}}**, référence de réservation **{{5}}**. En cas de changement, répondez simplement à ce message.

VARIABLES

- {{1}}** prénom du client
- {{2}}** type de chambre
- {{3}}** date d'arrivée
- {{4}}** date de départ
- {{5}}** référence de réservation

CONSEIL Envoyez-le dans les minutes qui suivent la réservation.

Une confirmation tardive pousse le client à vérifier son relevé bancaire au lieu de se réjouir de son séjour.



Modèle 02

MARKETING

7 jours avant l'arrivée

Transfert aéroport avant l'arrivée

Isla Calma Resort & Spa · Resort balnéaire, Majorque

MODÈLE

Plus qu'une semaine avant Majorque

Bonjour {{1}}, nous préparons tout pour votre arrivée le {{2}}. Souhaitez-vous que nous venions vous chercher à l'aéroport de Palma ? Notre chauffeur vous attend aux arrivées et le trajet dure environ {{3}} minutes. Appuyez ci-dessous et nous nous en occupons.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} date d'arrivée
- {{3}} durée du transfert en minutes

CONSEIL Une seule offre par message. Un transfert se vend le mieux une semaine avant, quand les clients réservent leurs vols et se demandent encore comment quitter l'aéroport.



Modèle 03

UTILITAIRE

2 jours avant l'arrivée

Check-in en ligne

NOVA/12 · Hôtel boutique design, Copenhague

MODÈLE

Faites votre check-in avant d'arriver

Bonjour **{{1}}**, votre chambre au NOVA/12 vous attend le **{{2}}**. Faites votre check-in en ligne en deux minutes environ et montez directement dans votre chambre à l'arrivée. Votre lien : **{{3}}**. À bientôt.

VARIABLES

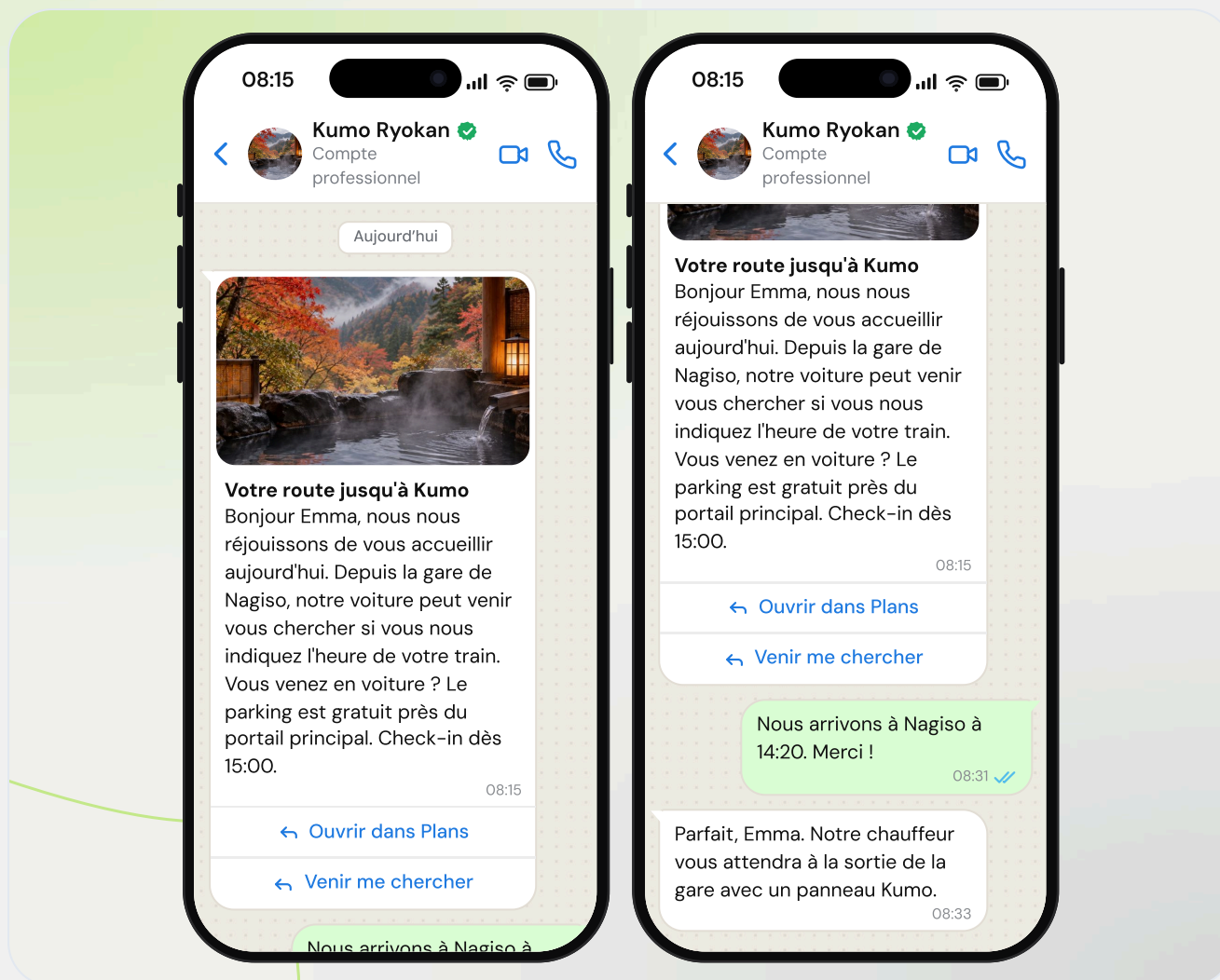
{{1}} prénom du client

{{2}} date d'arrivée

{{3}} lien de check-in personnel

CONSEIL

Placez le lien dans un bouton URL plutôt que dans le corps quand c'est possible. C'est plus net, et vous pouvez toujours ajouter un suffixe dynamique à la fin de l'URL.



Modèle 04

UTILITAIRE

Matin du jour d'arrivée

Itinéraire et parking le jour d'arrivée

Kumo Ryokan · Auberge japonaise, vallée de Kiso

MODÈLE

Votre route jusqu'à Kumo

Bonjour **{{1}}**, nous nous réjouissons de vous accueillir aujourd'hui. Depuis la gare de Nagiso, notre voiture peut venir vous chercher si vous nous indiquez l'heure de votre train. Vous venez en voiture ? Le parking est gratuit près du portail principal, adresse : **{{2}}**. Le check-in commence à **{{3}}**. À tout à l'heure.

VARIABLES

- {{1}}** prénom du client
- {{2}}** adresse ou lien vers la carte
- {{3}}** heure du check-in

CONSEIL Envoyez-le le matin de l'arrivée, pas la veille au soir. C'est à ce moment que les clients ouvrent leur téléphone pour préparer le trajet.



Modèle 05

UTILITAIRE

24 h avant la prise en charge

Confirmation du transfert aéroport

Maison Orsalle · Palace de luxe, Paris

MODÈLE

Votre voiture est prête

Bonjour {{1}}, votre chauffeur {{2}} vous attendra à {{3}} le {{4}}, avec un panneau à votre nom. Véhicule : {{5}}. Nous suivons votre vol et adaptons la prise en charge en cas de changement.

VARIABLES

{{1}} nom du client

{{2}} nom du chauffeur

{{3}} point de rendez-vous

{{4}} date et heure de prise en charge

{{5}} véhicule

CONSEIL Nommez le chauffeur et le point de rendez-vous. Vous supprimez le seul moment de doute que tout voyageur connaît dans un hall d'arrivée.

Modèle 06

UTILITAIRE

Dès que la chambre est prête

Chambre prête

Hostal Dos Lunas · Hostal familial, Séville

MODÈLE

Votre chambre est prête

Hola {{1}}, bonne nouvelle : la chambre {{2}} vous attend dès maintenant. Votre clé est à la réception, ou vous pouvez la récupérer dans le patio si nous servons le petit-déjeuner. Profitez bien de Séville.

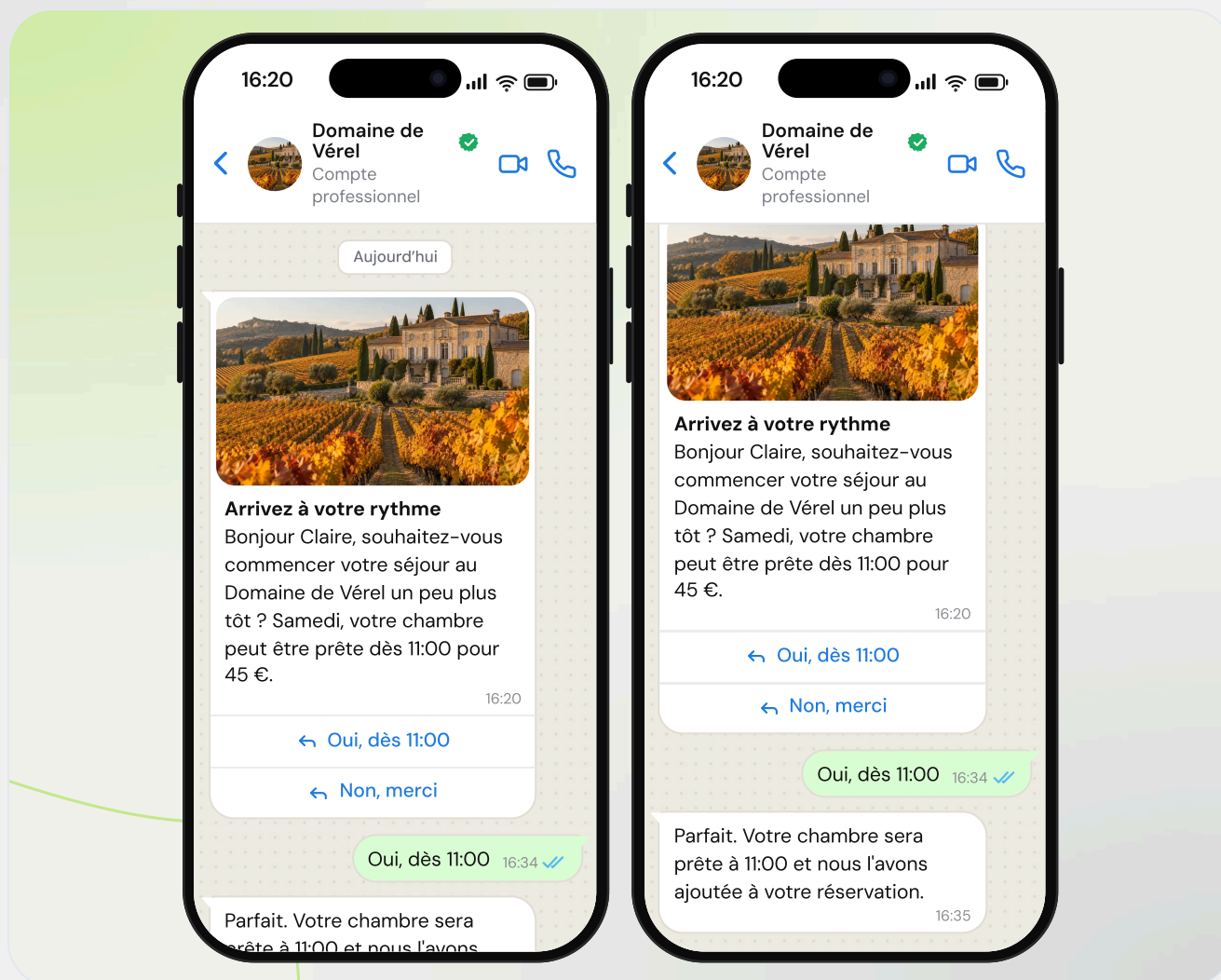
VARIABLES

{{1}} prénom du client

{{2}} numéro de chambre

CONSEIL Déclenchez-le à partir du statut de la chambre, pas de l'horloge. Les clients qui attendent dans un café voisin apprécieront chaque minute gagnée.





Modèle 07

MARKETING

3 jours avant l'arrivée

Offre d'arrivée anticipée

Domaine de Vérel · Domaine viticole, Luberon

MODÈLE

Arrivez à votre rythme

Bonjour {{1}}, souhaitez-vous commencer votre séjour au Domaine de Vérel un peu plus tôt ? Le {{2}}, votre chambre peut être prête dès {{3}} pour {{4}}. Répondez ci-dessous et nous la réservons pour vous.

VARIABLES

- [[1]] prénom du client
- [[2]] date d'arrivée
- [[3]] heure d'arrivée anticipée
- [[4]] prix

CONSEIL Ne proposez l'arrivée anticipée que les jours où l'occupation de la nuit précédente laisse des chambres libres. Vérifiez la disponibilité avant l'envoi du modèle, pas après le oui du client.



Modèle 08

UTILITAIRE

5 jours avant l'arrivée

Préférences avant l'arrivée

Sereno Thermal Retreat · Retraite bien-être

MODÈLE

Nous préparons votre retraite

Bonjour **{{1}}**, avant votre séjour du **{{2}}**, quelques questions : avez-vous une préférence d'oreiller, des allergies ou un régime particulier, ou quelque chose à nous signaler pour vos soins ? Répondez ici quand vous le souhaitez.

VARIABLES

{{1}} prénom du client

{{2}} date d'arrivée

CONSEIL Demandez, puis utilisez la réponse de façon visible. Un oreiller hypoallergénique déjà sur le lit en dit plus que n'importe quelle lettre de bienvenue.

CONSEIL**Les limites de Meta en un coup d'œil**

Le corps peut contenir jusqu'à 1 024 caractères, mais les modèles ci-dessus restent bien en dessous de 400. L'en-tête peut être un texte (60 caractères au maximum), une image, une vidéo, un document ou une localisation. Les libellés des boutons de réponse rapide et URL acceptent 25 caractères ; restez sous 20 pour qu'ils ne passent jamais à la ligne. Une variable ne peut ni ouvrir ni fermer le corps, et les variables doivent être numérotées dans l'ordre.

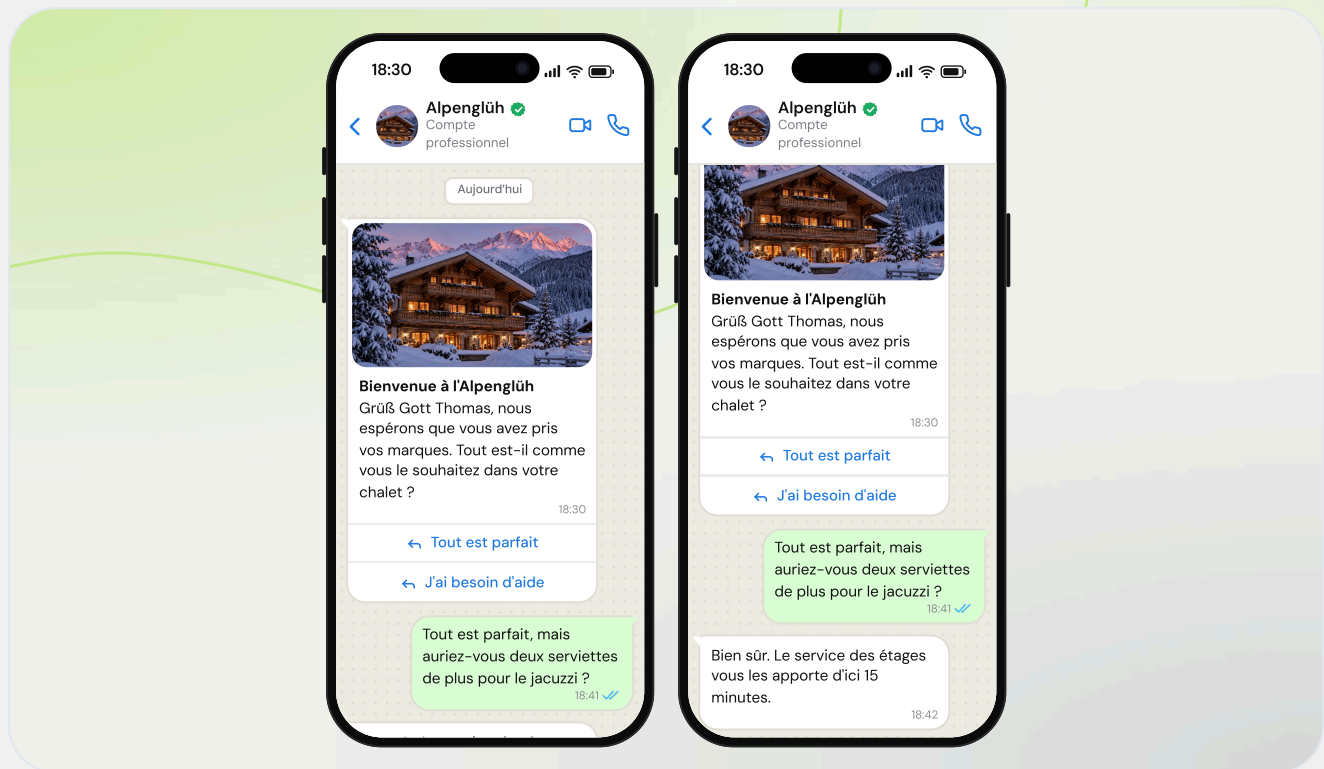
05

CHAPITRE 5

Arrivée et séjour

Une fois le client dans la maison, les messages deviennent une conversation. Ces modèles prennent des nouvelles, remplissent les tables et les créneaux de soin encore libres, et aident quand les plans de voyage tournent mal.

7 modèles
Modèle 09 à 15



Modèle 09

UTILITAIRE

Soir du jour d'arrivée

Bienvenue et point du jour 1

Alpenglüh · Hôtel chalet, Tyrol

MODÈLE

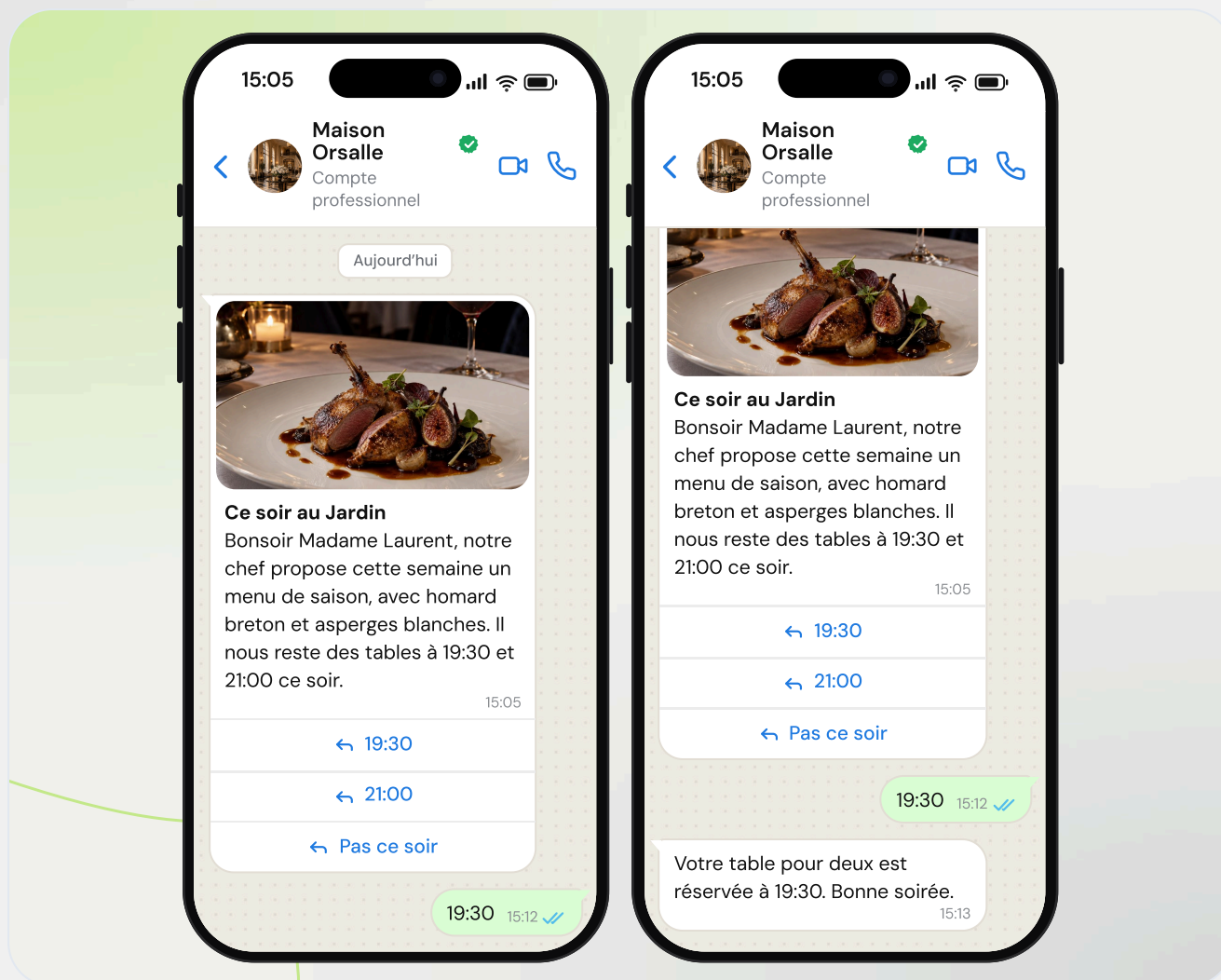
Bienvenue à l'Alpenglüh

Grüß Gott **{{1}}**, nous espérons que vous avez pris vos marques. Tout est-il comme vous le souhaitez dans votre chalet ? Si vous avez besoin de quoi que ce soit, d'une couverture en plus à une table pour le dîner, répondez ici et notre équipe s'en occupe.

VARIABLES

{{1}} prénom du client

CONSEIL Envoyez-le deux ou trois heures après le check-in. Assez tôt pour régler un problème le soir même, assez tard pour que le client ait défait ses valises.



Modèle 10

MARKETING

Jour 1, milieu d'après-midi

Réservation du dîner

Maison Orsalle · Palace de luxe, Paris

MODÈLE

Ce soir au Jardin

Bonsoir **{{1}}**, notre chef propose cette semaine un menu de saison, avec **{{2}}**. Il nous reste des tables à **{{3}}** ce soir. Souhaitez-vous que nous vous en réservions une ?

VARIABLES

- {{1}}** nom du client
- {{2}}** plat signature
- {{3}}** horaires disponibles

CONSEIL Envoyez-le vers 15:00, avant que les clients ne fassent d'autres projets. Proposez de vrais horaires, pas un lien de réservation, pour que la réponse tienne en un appui.



Modèle 11

MARKETING

Jour 2, matin

Offre de créneau spa

Isla Calma Resort & Spa · Resort balnéaire, Majorque

MODÈLE

Une heure de calme pour vous

Bonjour {{1}}, notre spa a encore quelques créneaux libres aujourd'hui : {{2}}. Un {{3}} serait une belle façon de terminer une journée au soleil. Souhaitez-vous que nous vous en réservions un ?

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} créneaux disponibles
- {{3}} nom du soin

CONSEIL

Comblez les trous, ne faites pas la promotion de la carte. Proposer deux ou trois vrais créneaux libres transforme les heures creuses des thérapeutes en revenu.

Modèle 12

UTILITAIRE

Soir du jour d'arrivée

Préférence de ménage

NOVA/12 · Hôtel boutique design, Copenhague

MODÈLE

Comment entretenir votre chambre ?

Bonjour {{1}}, pendant votre séjour, nous pouvons faire votre chambre chaque jour, un jour sur deux ou sur demande. Choisissez ci-dessous et changez quand vous voulez en répondant ici.

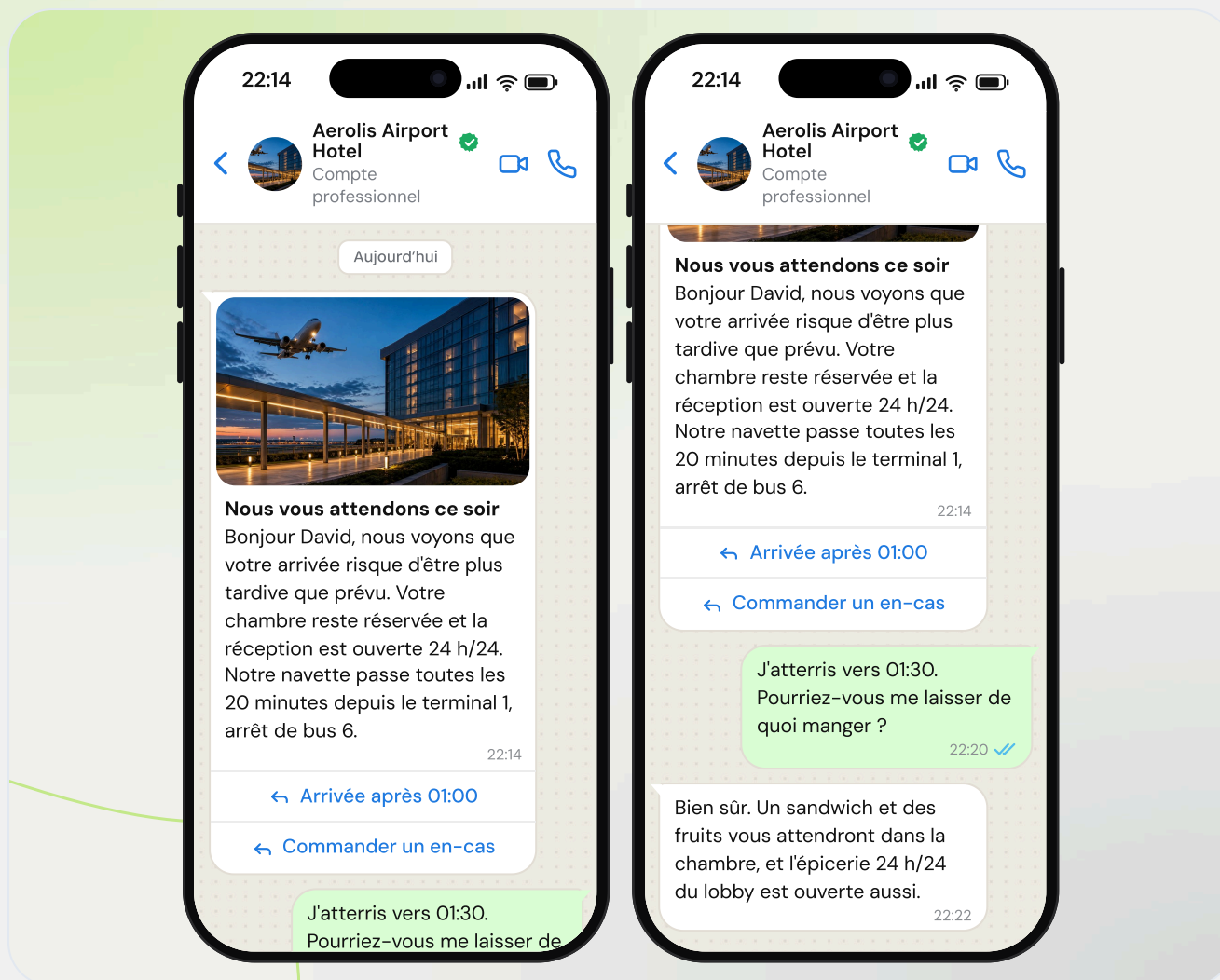
VARIABLES

- {{1}} prénom du client

CONSEIL

Laisser le choix au client évite des coups à la porte et permet au service des étages d'organiser la journée selon les vraies demandes.





Modèle 13

UTILITAIRE

En cas de retard

Vol retardé et arrivée tardive

Aerolis Airport Hotel · Hôtel d'aéroport

MODÈLE

Nous vous attendons ce soir

Bonjour **{{1}}**, nous voyons que votre arrivée risque d'être plus tardive que prévu. Votre chambre reste réservée et la réception est ouverte 24 h/24. Notre navette passe toutes les **{{2}}** minutes depuis **{{3}}**. Bon voyage.

VARIABLES

- {{1}}** prénom du client
- {{2}}** fréquence de la navette
- {{3}}** arrêt de la navette

CONSEIL Rassurez d'abord, puis donnez la seule information logistique dont le client a besoin. Un voyageur en retard veut savoir que sa chambre est gardée et comment s'y rendre.

Modèle 14

MARKETING

Jour 2, matin

Bonnes adresses

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hôtel historique, Vienne

MODÈLE

Vienne, comme nous l'aimons

Bonjour {{1}}, quelques coups de cœur de notre concierge pour aujourd'hui : {{2}}. S'il pleut, notre café sert la Sachertorte jusqu'à {{3}}. Souhaitez-vous une table ou d'autres idées ?

VARIABLES

{{1}} prénom du client

{{2}} deux ou trois recommandations locales

{{3}} heure de fermeture du café

CONSEIL

Même sans offre commerciale, Meta traite généralement les recommandations générales comme du marketing. Classez-le ainsi et ne l'envoyez qu'aux clients qui ont donné leur consentement.





Modèle 15

SERVICE

Le client écrit, sous 24 h

Conversation dans la fenêtre de service

Kumo Ryokan · Auberge japonaise, vallée de Kiso

MODÈLE

Aucun modèle nécessaire. Le client a écrit en premier : la fenêtre de service client de 24 heures est ouverte et l'hôtel répond librement.

CONSEIL Chaque message du client ouvre ou relance la fenêtre de 24 heures. Répondez avec vos propres mots, et si la fenêtre se ferme avant la fin de l'échange, poursuivez avec un modèle validé.

ATTENTION

Utilitaire ou marketing ?

Si un message aide le client à vivre un séjour qu'il a déjà réservé, il est en général utilitaire. S'il cherche à vendre quelque chose, c'est du marketing. Meta réexamine régulièrement les modèles validés et fait passer en marketing les modèles utilitaires mal classés : nommez-les honnêtement dès le départ.

06

CHAPITRE 6

Ventes additionnelles et événements

Huit modèles pour les moments où le client est déjà chez vous et ouvert à un petit plus : un départ plus tardif, une plus belle chambre, un gala, une soirée sur le toit.

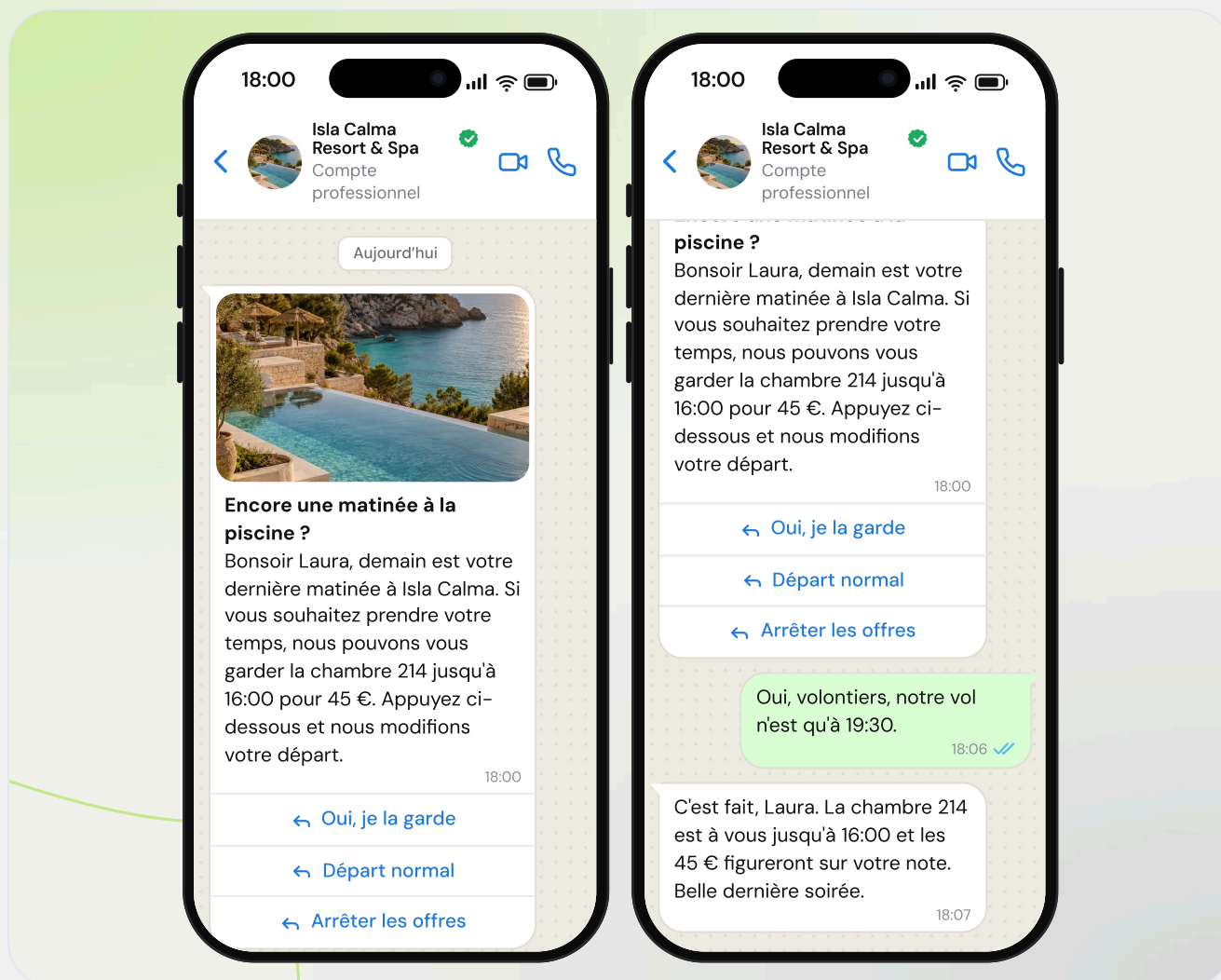
8 modèles
Modèle 16 à 23



ATTENTION

Un seul objectif par modèle

Meta considère comme marketing un modèle qui mêle une information pratique et une offre. Gardez les messages aux participants, au gala et aux activités purement pratiques. Envoyez l'offre spa ou dîner dans un modèle à part, ou comme réponse libre une fois que le client échange déjà avec vous.



Modèle 16

MARKETING

Veille du départ, 18:00

Offre de départ tardif

Isla Calma Resort & Spa · Resort balnéaire, Majorque

MODÈLE

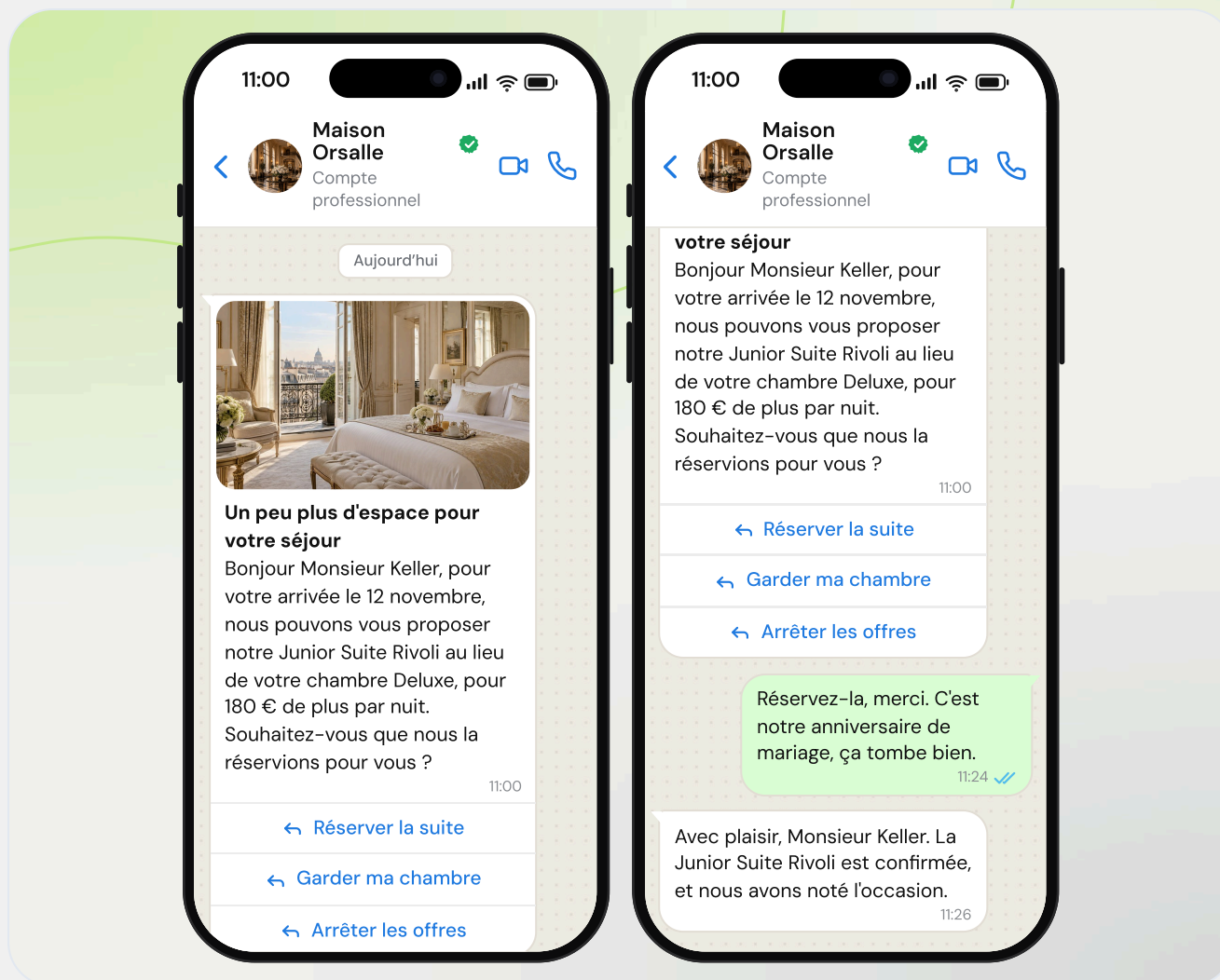
Encore une matinée à la piscine ?

Bonsoir {{1}}, demain est votre dernière matinée à Isla Calma. Si vous souhaitez prendre votre temps, nous pouvons vous garder la chambre {{2}} jusqu'à {{3}} pour {{4}}. Appuyez ci-dessous et nous modifions votre départ.

VARIABLES

- [[1]] prénom du client
- [[2]] numéro de chambre
- [[3]] heure du départ tardif
- [[4]] prix

CONSEIL Ne l'envoyez qu'une fois que le service des étages a confirmé que la chambre n'est pas attendue pour une arrivée le jour même, afin de pouvoir honorer chaque oui.



Modèle 17

MARKETING

3 jours avant l'arrivée

Offre de surclassement

Maison Orsalle · Palace de luxe, Paris

MODÈLE

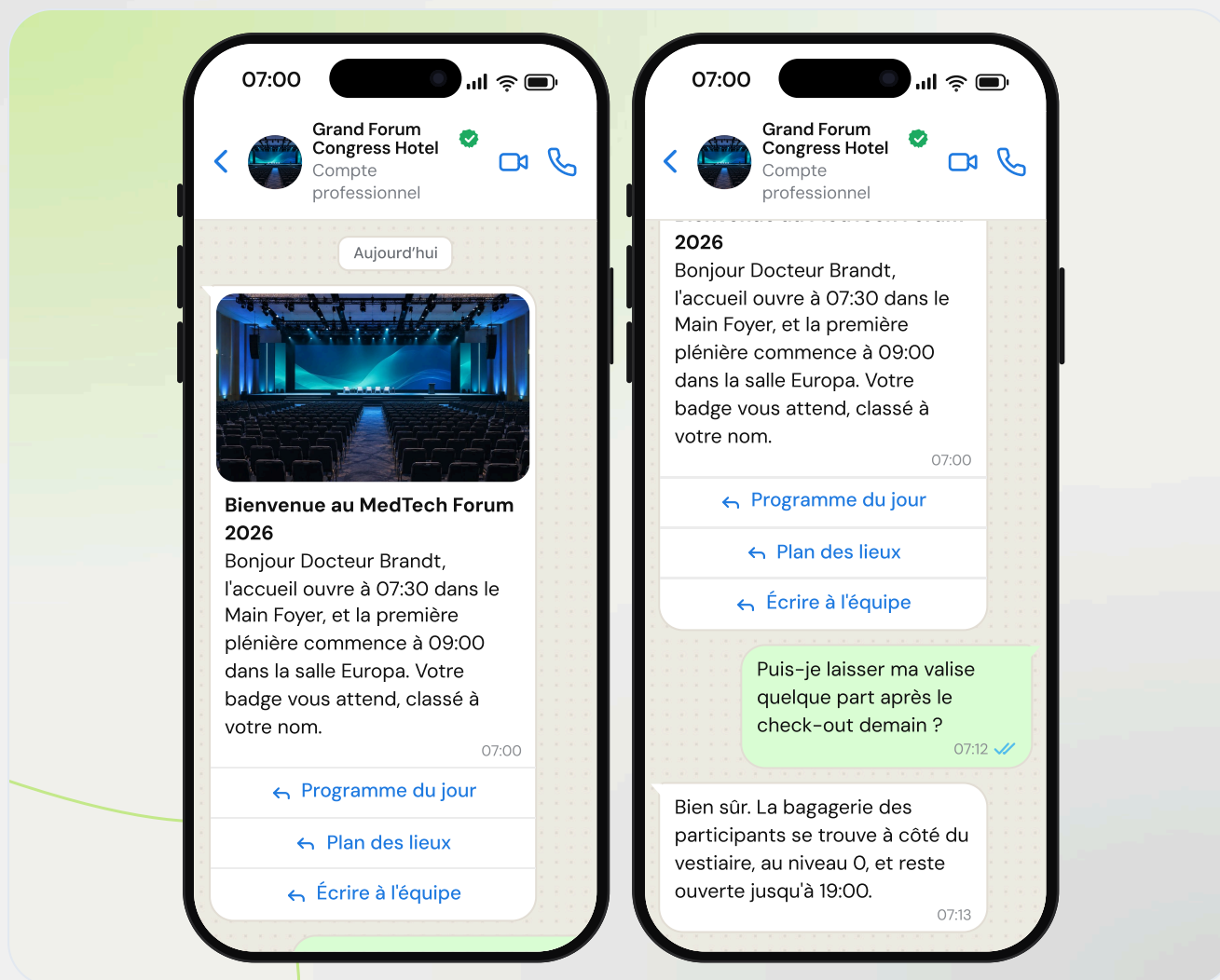
Un peu plus d'espace pour votre séjour

Bonjour {{1}}, pour votre arrivée le {{2}}, nous pouvons vous proposer notre {{3}} au lieu de votre {{4}}, pour {{5}} de plus par nuit. Souhaitez-vous que nous la réservions pour vous ?

VARIABLES

- {{1}} civilité et nom du client
- {{2}} date d'arrivée
- {{3}} catégorie de chambre supérieure
- {{4}} catégorie réservée
- {{5}} différence de prix par nuit

CONSEIL Proposez une seule chambre précise et indiquez la différence par nuit, pas un nouveau total ; un choix clair est plus facile à accepter.



Modèle 18

UTILITAIRE

Matin du jour 1, 07:00

Logistique des participants à un congrès

Grand Forum Congress Hotel · Hôtel de congrès, Francfort

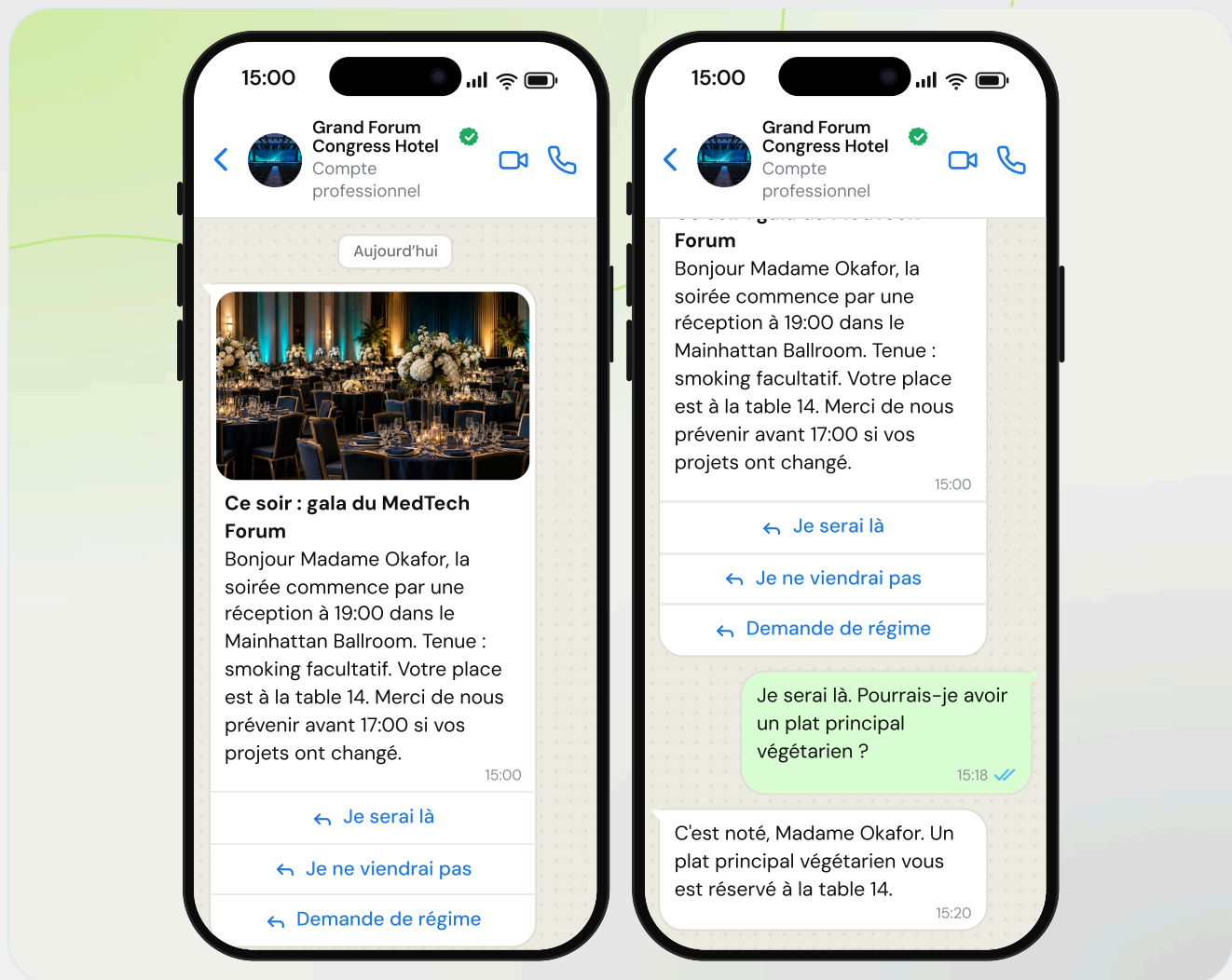
MODÈLE

```
*Bienvenue au {{1}}*
Bonjour {{2}}, l'accueil ouvre à {{3}} dans le
{{4}}, et la première plénière commence à
{{5}}. Votre badge vous attend, classé à votre
nom.
```

VARIABLES

- {{1}}** nom de l'événement
- {{2}}** civilité et nom du participant
- {{3}}** heure d'ouverture de l'accueil
- {{4}}** lieu de l'accueil
- {{5}}** heure et salle de la première session

CONSEIL Il est utilitaire parce que le participant s'est inscrit à cet événement ; restez sur la logistique, sans mention de sponsors ni offre de dîner.



Modèle 19

UTILITAIRE

Jour du gala, 15:00

Rappel du dîner de gala

Grand Forum Congress Hotel · Hôtel de congrès, Francfort

MODÈLE

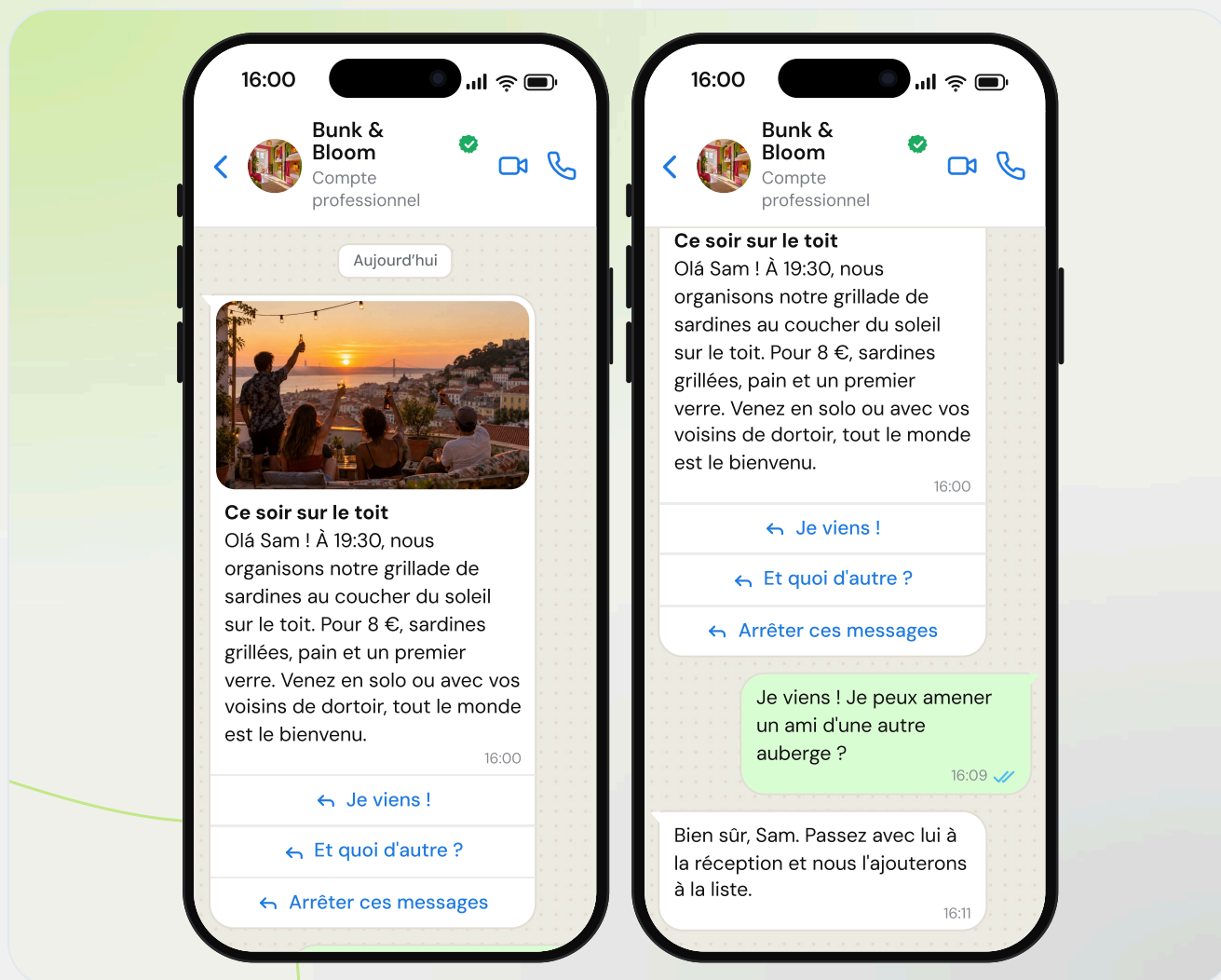
Ce soir : {{1}}

Bonjour {{2}}, la soirée commence par une réception à {{3}} dans le {{4}}. Tenue : {{5}}. Votre place est à la table {{6}}. Merci de nous prévenir avant {{7}} si vos projets ont changé.

VARIABLES

- {{1}} nom de l'événement
- {{2}} civilité et nom du client
- {{3}} heure de la réception
- {{4}} lieu
- {{5}} tenue exigée
- {{6}} numéro de table
- {{7}} date limite de réponse

CONSEIL Un bouton « Je ne viendrai pas » libère des places et donne à la cuisine un nombre définitif bien avant le service.



Modèle 20

MARKETING

Jour de l'événement, 16:00

Soirée en auberge de jeunesse

Bunk & Bloom · Auberge de jeunesse, Lisbonne

MODÈLE

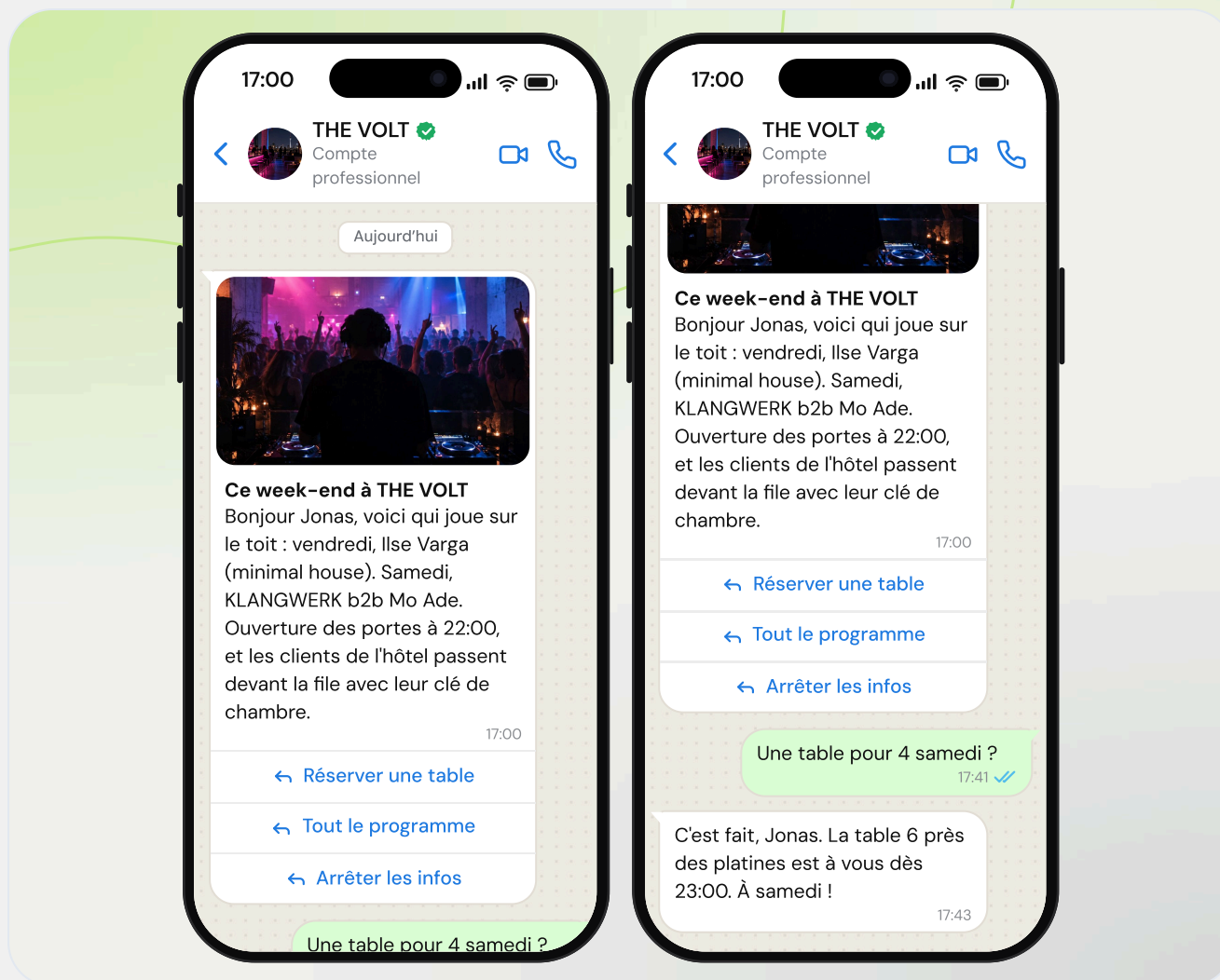
Ce soir sur le toit

Olá {{1}} ! À {{2}}, nous organisons {{3}} sur le toit. {{4}} Venez en solo ou avec vos voisins de dortoir, tout le monde est le bienvenu.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} heure de début
- {{3}} nom de l'événement
- {{4}} une ligne sur le prix et ce qui est inclus

CONSEIL Si le client vous a écrit au cours des dernières 24 heures, répondez librement dans la fenêtre de service au lieu d'envoyer un modèle marketing.



Modèle 21

MARKETING

Jeudi avant le week-end, 17:00

Programme de la soirée

THE VOLT · Hôtel lifestyle urbain, Berlin

MODÈLE

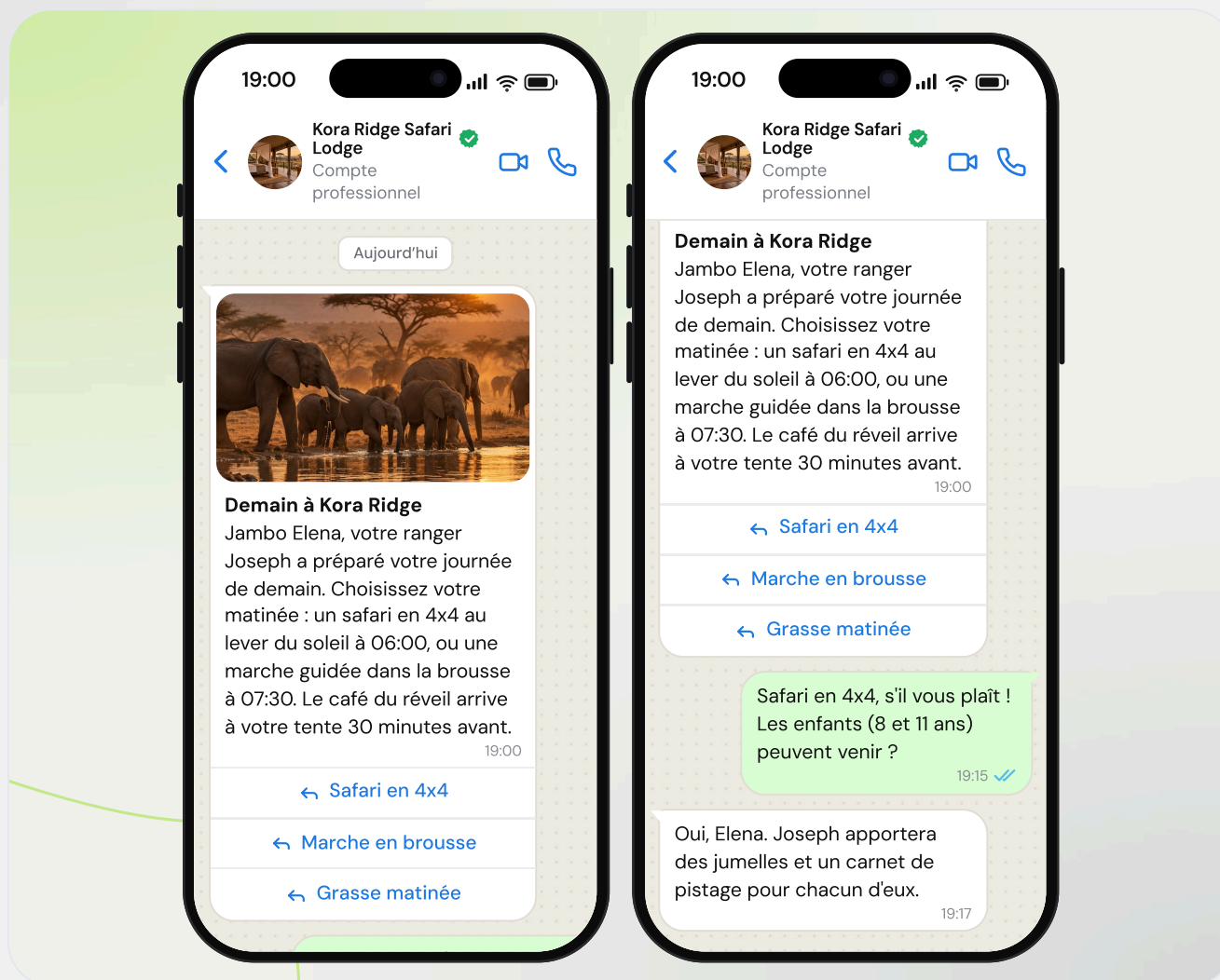
Ce week-end à THE VOLT

Bonjour {{1}}, voici qui joue sur le toit :
{{2}}. Ouverture des portes à {{3}}, et les
clients de l'hôtel passent devant la file avec
leur clé de chambre.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} programme, une ligne par soir
- {{3}} heure d'ouverture

CONSEIL Limitez le programme à deux lignes et laissez le bouton porter le détail ; ne l'envoyez qu'aux clients présents à l'hôtel et aux habitants du quartier qui ont donné leur consentement.



Modèle 22

UTILITAIRE

Soir de l'arrivée, 19:00

Réservation d'activité en safari

Kora Ridge Safari Lodge · Lodge de safari, Kenya

MODÈLE

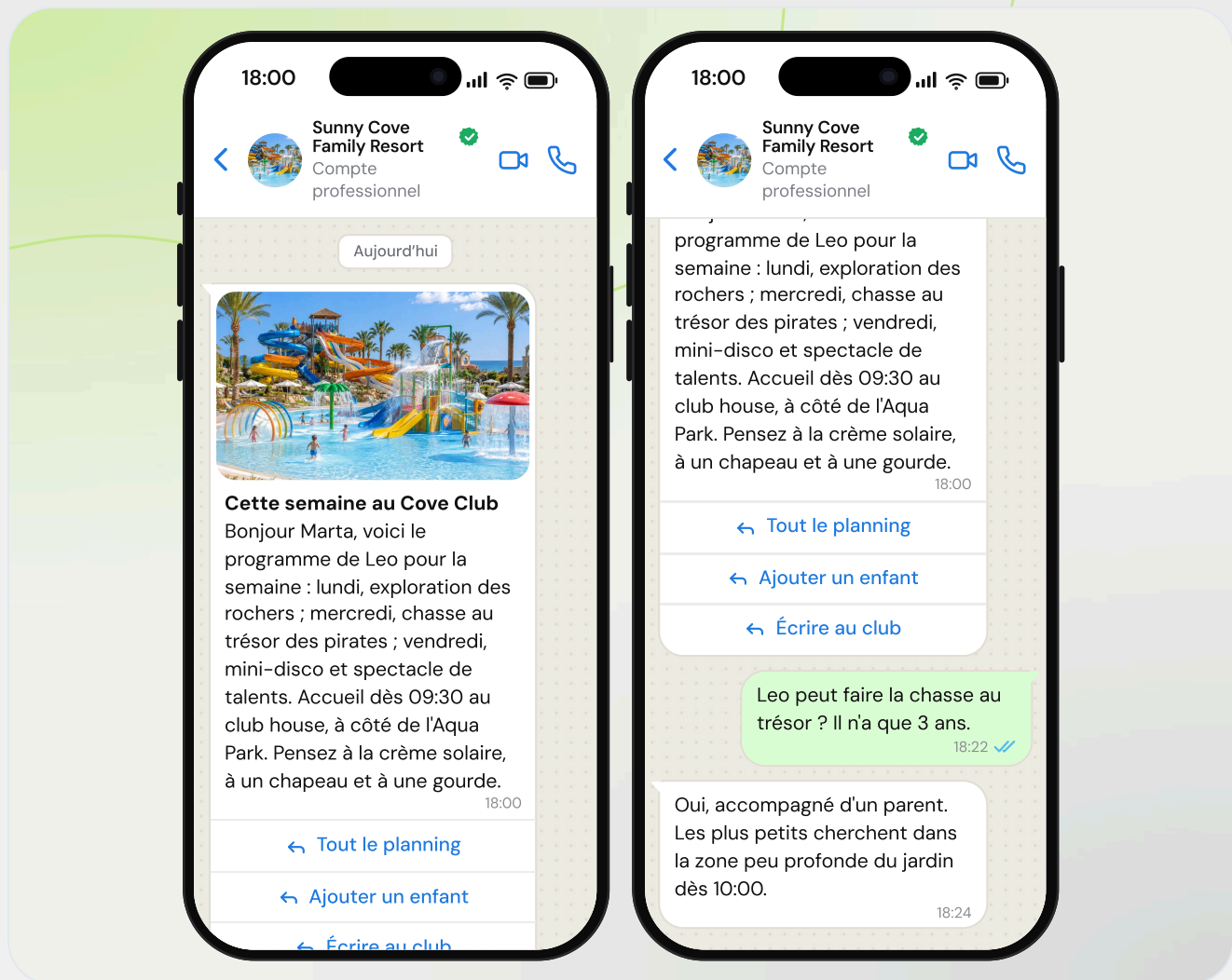
Demain à Kora Ridge

Jambo **{{1}}**, votre ranger **{{2}}** a préparé votre journée de demain. Choisissez votre matinée : un safari en 4x4 au lever du soleil à **{{3}}**, ou une marche guidée dans la brousse à **{{4}}**. Le café du réveil arrive à votre tente 30 minutes avant.

VARIABLES

- {{1}}** prénom du client
- {{2}}** nom du ranger
- {{3}}** heure du safari en 4x4
- {{4}}** heure de la marche

CONSEIL Les activités incluses dans la réservation peuvent passer en utilitaire ; ajoutez un vol en montgolfière payant et le modèle devient marketing.



Modèle 23

UTILITAIRE

Dimanche soir, après inscription

Programme du club enfants

Sunny Cove Family Resort · Resort familial, Algarve

MODÈLE

Cette semaine au Cove Club

Bonjour {{1}}, voici le programme de {{2}} pour la semaine : {{3}}. Accueil dès {{4}} au club house, à côté de l'Aqua Park. Pensez à la crème solaire, à un chapeau et à une gourde.

VARIABLES

- [[1]] prénom du parent
- [[2]] prénom de l'enfant
- [[3]] trois temps forts de la semaine
- [[4]] heure d'accueil

CONSEIL Nommez l'enfant, pas seulement le parent ; cela relie le message à son inscription, et c'est le détail dont les familles se souviennent.

07

CHAPITRE 7

Après le séjour, **fidélisation** et campagnes

Sept modèles pour l'après-départ, de la facture et de l'avis aux messages qui font revenir les clients la saison suivante.

7

modèles

Modèle 24 à 30



CONSEIL

Limites marketing et désinscriptions

Meta limite le nombre de modèles marketing qu'une personne reçoit de la part des entreprises, et certains envois sont retenus jusqu'à ce que le client réponde. Donnez à chaque campagne un moyen visible d'arrêter les offres, respectez-le immédiatement et n'écrivez qu'aux personnes qui ont donné leur consentement, pas à tous vos anciens clients.



Modèle 24

UTILITAIRE

30 min après le check-out

Départ et facture

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hôtel historique, Vienne

MODÈLE

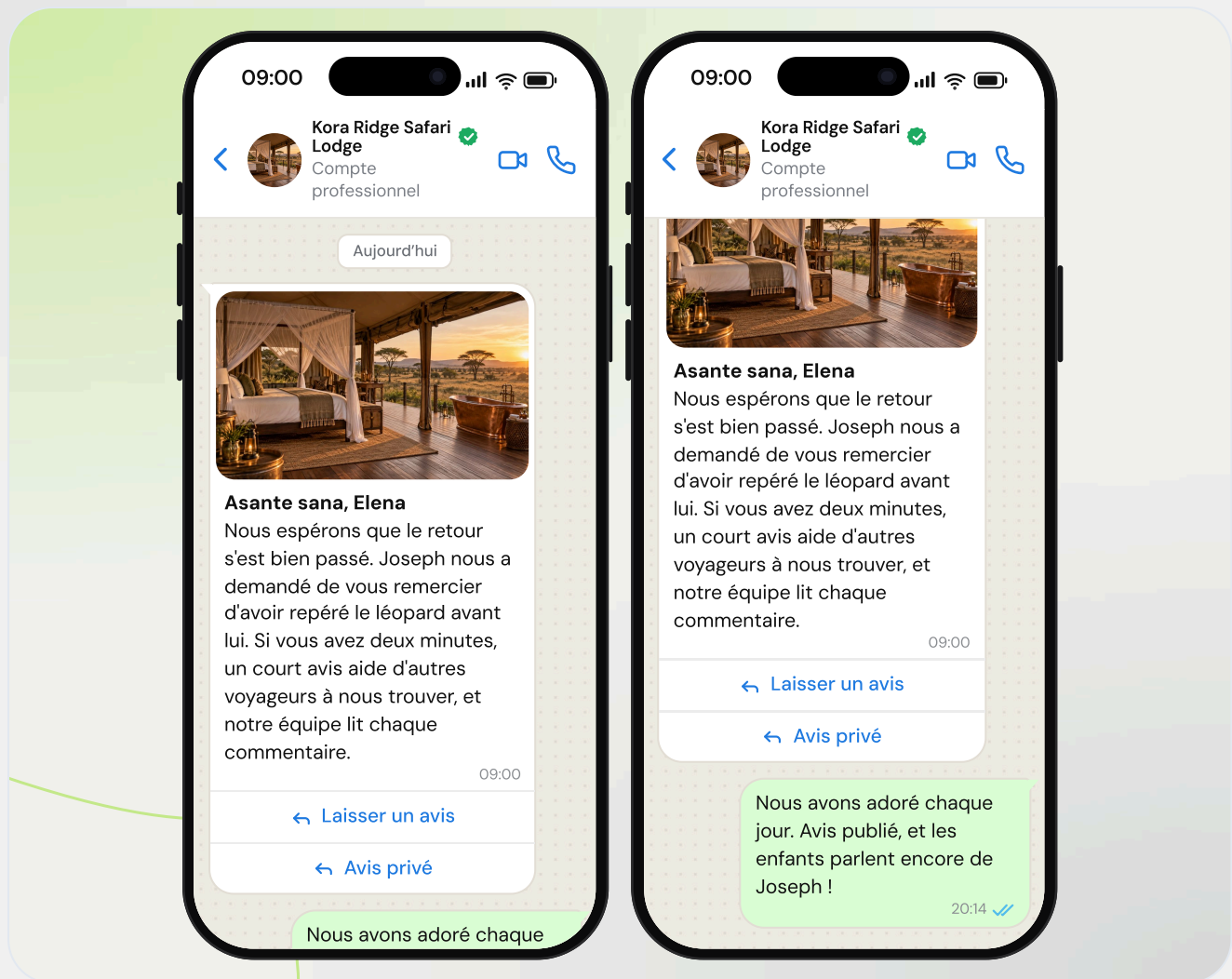
Merci pour votre séjour

Bonjour **{{1}}**, votre note pour la chambre **{{2}}** est réglée et la facture n° **{{3}}** est jointe. S'il vous faut un nom de société ou une autre adresse de facturation, répondez ici et nous la rééditerons.

VARIABLES

- {{1}}** civilité et nom du client
- {{2}}** numéro de chambre
- {{3}}** numéro de facture

CONSEIL Utilisez un en-tête de type document pour le PDF ; la conversation devient alors le lieu des corrections, à la place de la ligne téléphonique de la réception.



Modèle 25

UTILITAIRE

2 jours après le départ

Demande d'avis

Kora Ridge Safari Lodge · Lodge de safari, Kenya

MODÈLE

Asante sana, {{1}}

Nous espérons que le retour s'est bien passé.

{{2}} nous a demandé de vous remercier pour {{3}}. Si vous avez deux minutes, un court avis aide d'autres voyageurs à nous trouver, et notre équipe lit chaque commentaire.

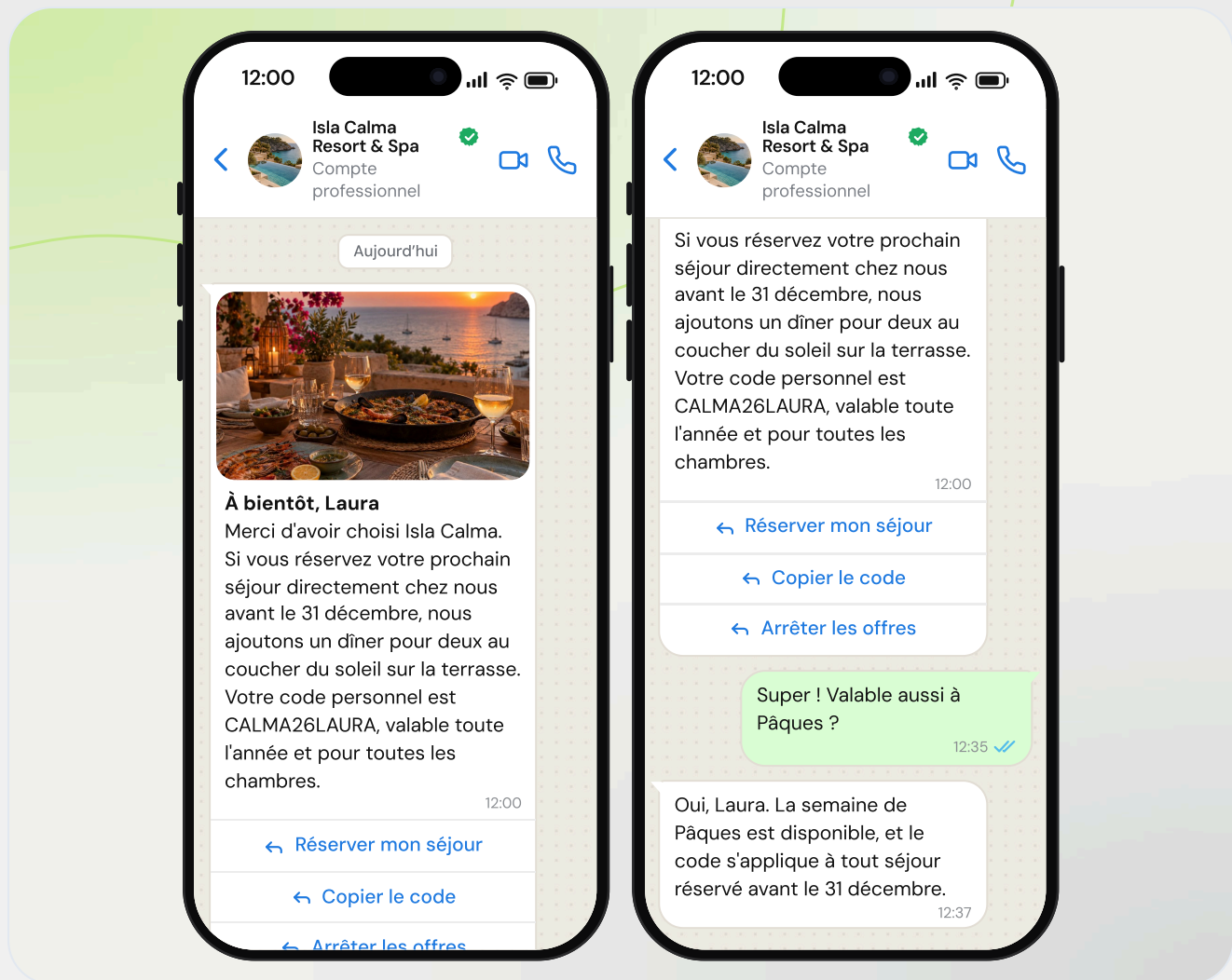
VARIABLES

{{1}} prénom du client

{{2}} nom du ranger ou de l'hôte

{{3}} un moment du séjour

CONSEIL Un vrai moment du séjour fait lire le message comme un remerciement, pas comme une enquête ; demandez à chaque client, pas seulement aux plus satisfaits.



Modèle 26

MARKETING

7 jours après le départ

Remerciement et offre de réservation directe

Isla Calma Resort & Spa · Resort balnéaire, Majorque

MODÈLE

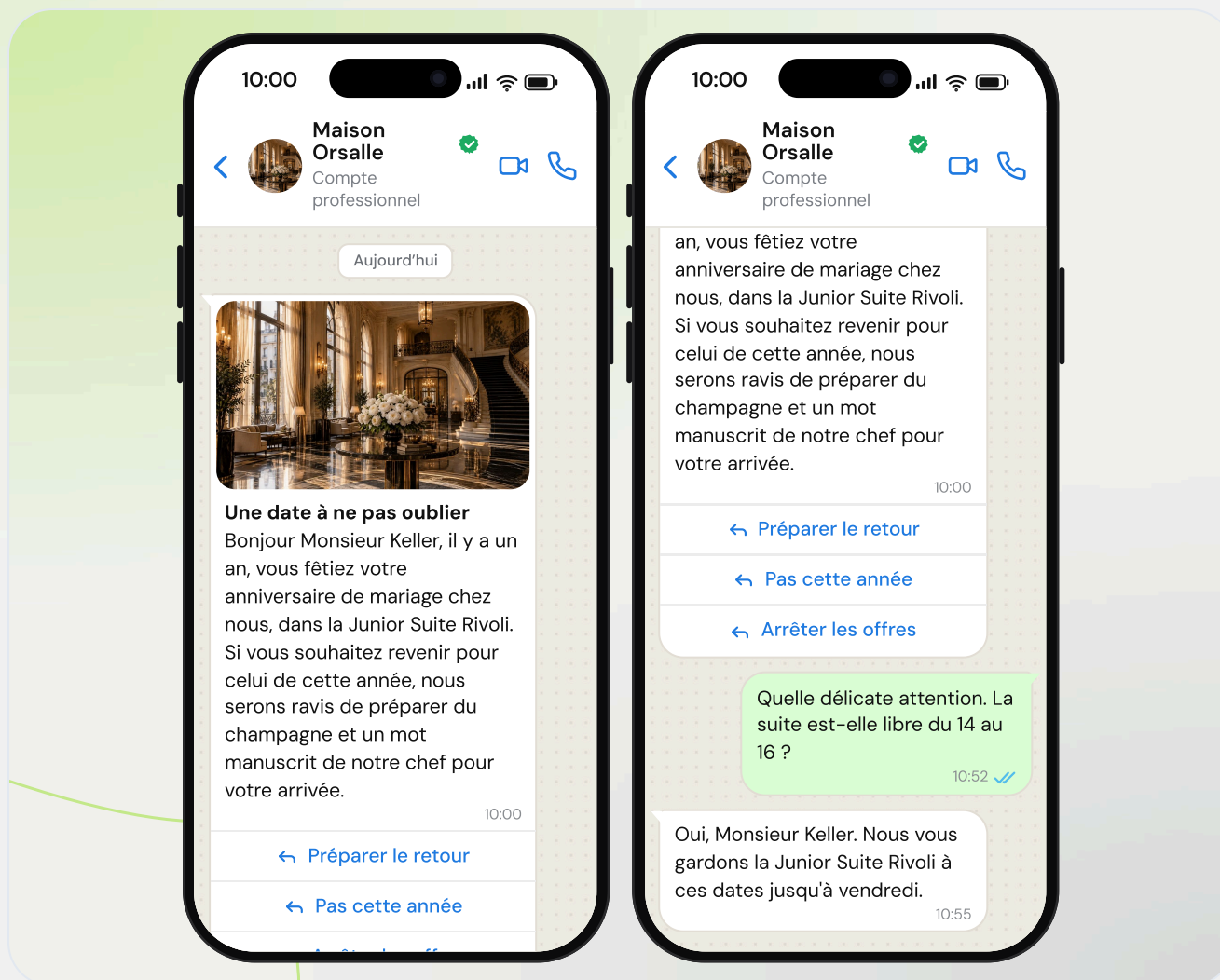
À bientôt, {{1}}

Merci d'avoir choisi Isla Calma. Si vous réservez votre prochain séjour directement chez nous avant le {{2}}, nous ajoutons {{3}}. Votre code personnel est {{4}}, valable toute l'année et pour toutes les chambres.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} date limite de réservation
- {{3}} avantage offert
- {{4}} code de réservation personnel

CONSEIL Ajoutez quelque chose au séjour plutôt que de baisser le tarif ; vous récompensez la réservation directe sans casser vos prix publics.



Modèle 27

MARKETING

10 jours avant l'anniversaire

Anniversaire

Maison Orsalle · Palace de luxe, Paris

MODÈLE

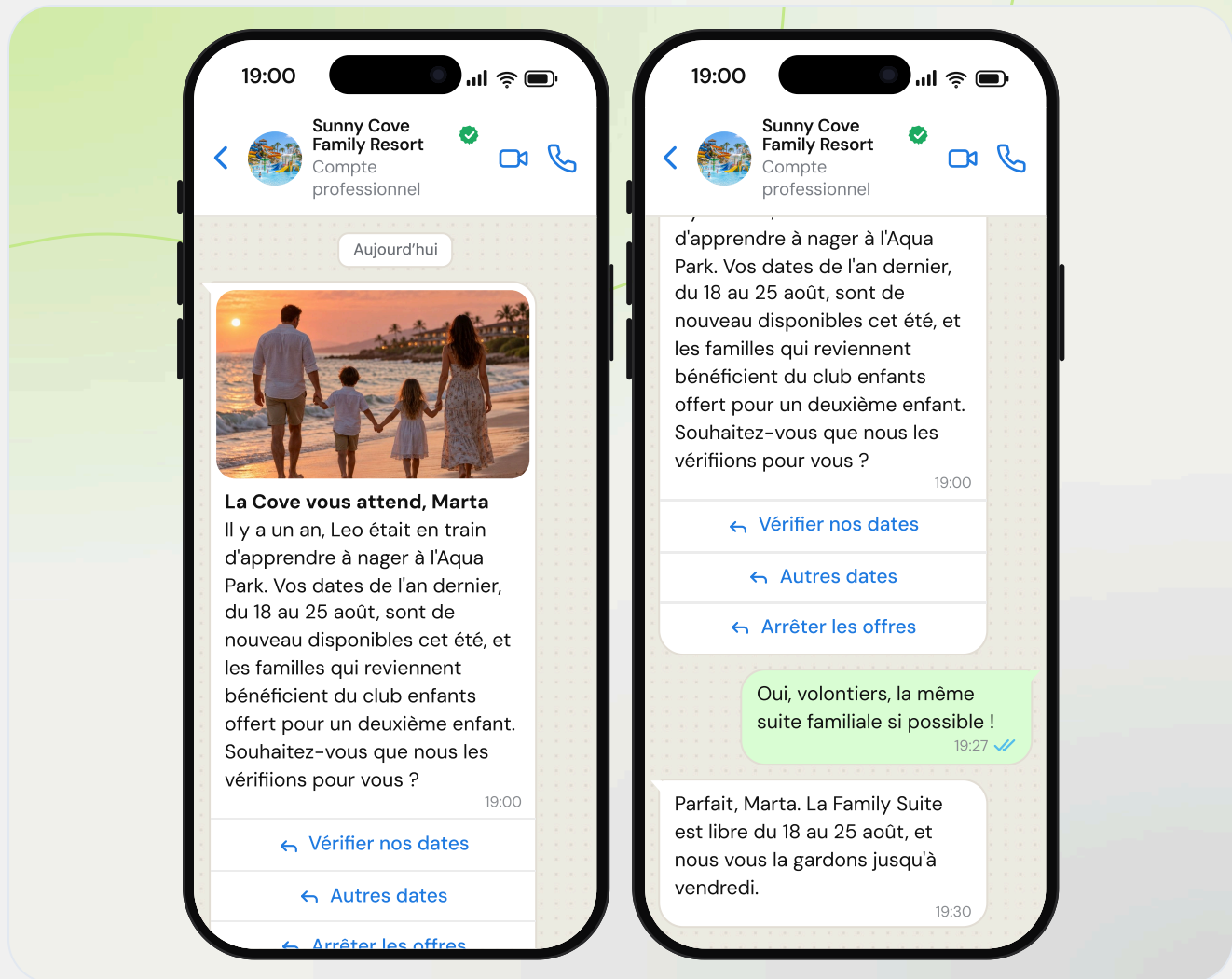
Une date à ne pas oublier

Bonjour **{{1}}**, il y a un an, vous fêtiez votre anniversaire de mariage chez nous, dans la **{{2}}**. Si vous souhaitez revenir pour celui de cette année, nous serons ravis de préparer **{{3}}** pour votre arrivée.

VARIABLES

- {{1}}** civilité et nom du client
- {{2}}** chambre ou suite du dernier séjour
- {{3}}** attention de bienvenue

CONSEIL N'utilisez que des dates que le client vous a communiquées, par exemple une occasion notée lors d'une réservation précédente, et vérifiez que son consentement couvre cet usage.



Modèle 28

MARKETING

11 mois après le dernier séjour

Reconquête après 11 mois

Sunny Cove Family Resort · Resort familial, Algarve

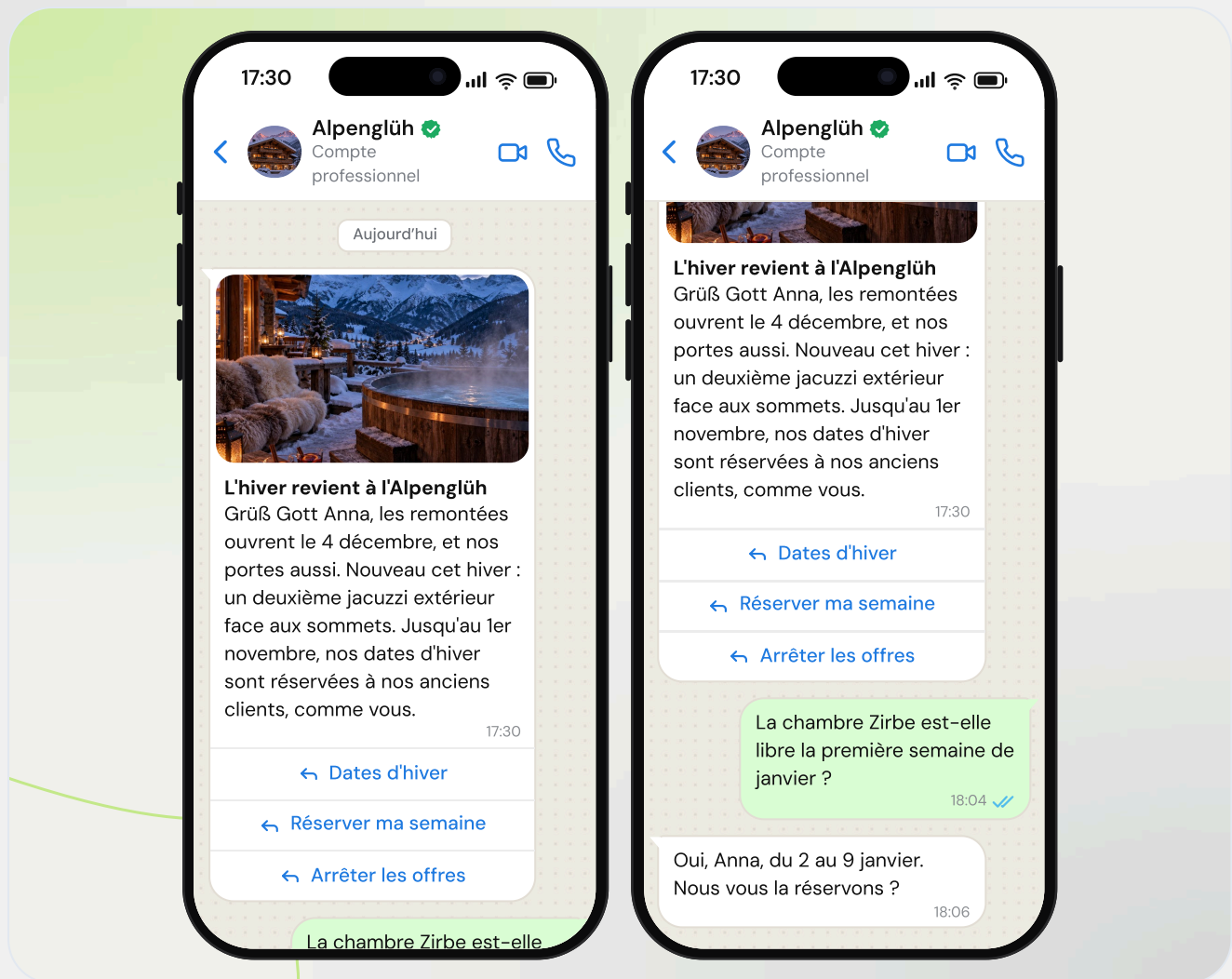
MODÈLE

La Cove vous attend, {{1}}.
 Il y a un an, {{2}} était {{3}}. Vos dates de l'an dernier, {{4}}, sont de nouveau disponibles cet été, et les familles qui reviennent bénéficient de {{5}}. Souhaitez-vous que nous les vérifiions pour vous ?

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} prénom de l'enfant
- {{3}} un souvenir du séjour
- {{4}} dates de l'an dernier
- {{5}} avantage pour les clients fidèles

CONSEIL Onze mois, c'est juste avant que la plupart des familles ne réservent à nouveau les mêmes vacances ; commencez par ce qu'elles ont vécu, pas par une remise.



Modèle 29

MARKETING

6 semaines avant l'ouverture

Ouverture de la saison d'hiver

Alpenglüh · Hôtel chalet, Tyrol

MODÈLE

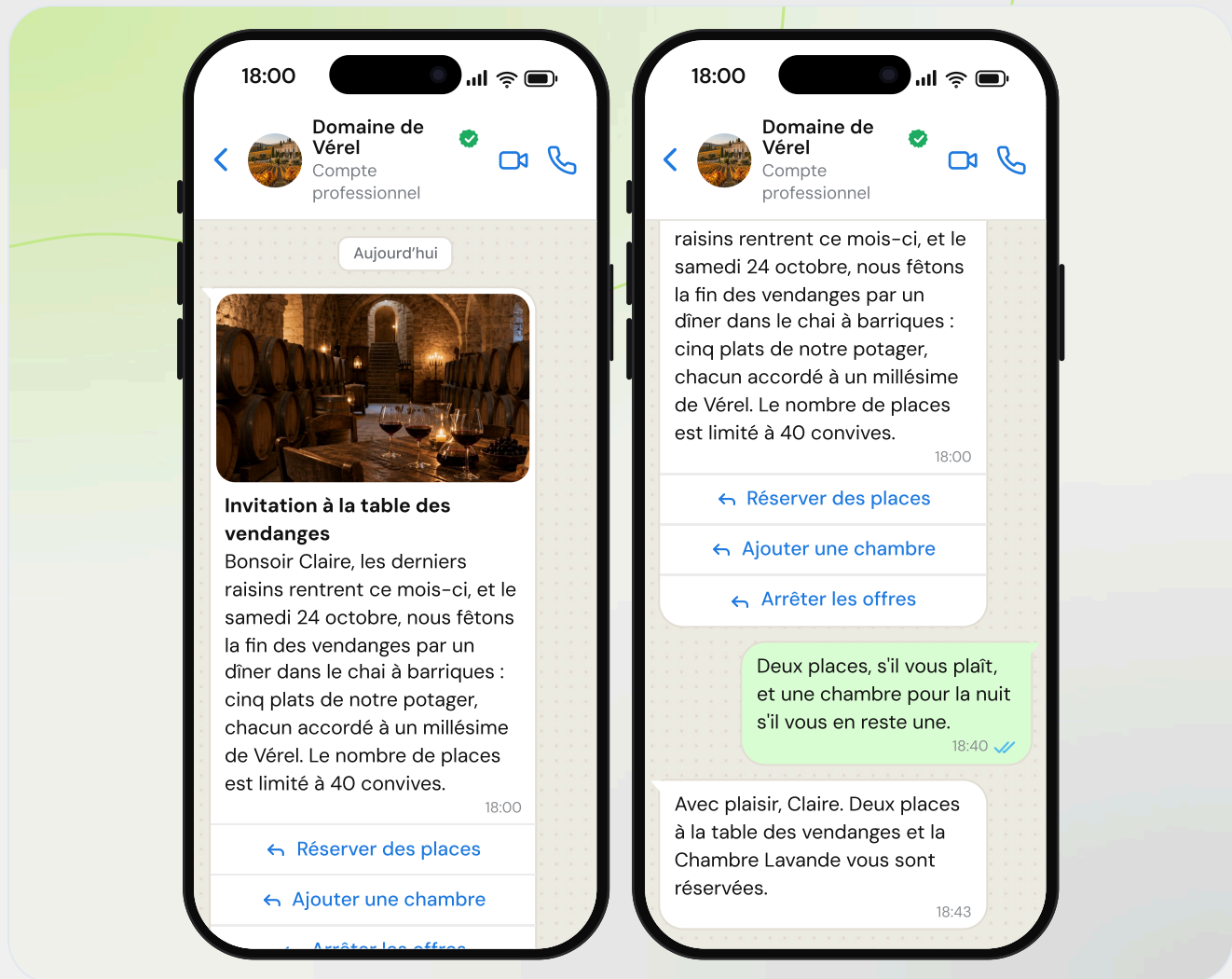
L'hiver revient à l'Alpenglüh

Grüß Gott {{1}}, les remontées ouvrent le {{2}}, et nos portes aussi. {{3}} Jusqu'au {{4}}, nos dates d'hiver sont réservées à nos anciens clients, comme vous.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} date d'ouverture
- {{3}} une ligne sur les nouveautés
- {{4}} date d'ouverture des réservations au public

CONSEIL Écrivez d'abord aux anciens clients avec un vrai avantage, comme un accès anticipé : la campagne récompense alors la fidélité au lieu d'ajouter du bruit.



Modèle 30

MARKETING

3 semaines avant le dîner

Invitation au dîner des vendanges

Domaine de Vérel · Domaine viticole, Luberon

MODÈLE

Invitation à la table des vendanges

Bonsoir {{1}}, les derniers raisins rentrent ce mois-ci, et le {{2}}, nous fêtons la fin des vendanges par un dîner dans le {{3}} : {{4}}. Le nombre de places est limité à {{5}} convives.

VARIABLES

- {{1}} prénom du client
- {{2}} date du dîner
- {{3}} lieu sur le domaine
- {{4}} une ligne sur le menu
- {{5}} nombre de places

CONSEIL Indiquez une seule fois une vraie limite de places et laissez l'invitation faire le reste ; la politique de Meta exclut les techniques de pression.

08

CHAPITRE 8

Comment obtenir les meilleurs résultats

Un modèle validé n'est qu'un début. Les résultats viennent du bon moment, de la pertinence et d'un canal qui garde une bonne réputation auprès de Meta, et du fait de répondre quand le client écrit en retour.

Six habitudes des hôtels qui réussissent sur WhatsApp

1

Calez-vous sur la journée du client

Envoyez à l'heure locale du client, idéalement entre la fin de matinée et le début d'après-midi, et jamais la nuit. Rattachez chaque message au séjour, pas à votre calendrier de campagnes : l'itinéraire le matin de l'arrivée, l'offre de départ tardif la veille du départ. Limitez le marketing à environ un message toutes les une à deux semaines par client.

2

Personnalisez au-delà du prénom

Utilisez ce que vous savez : date d'arrivée, type de chambre, nombre de nuits, personnes qui l'accompagnent, motif du voyage. Envoyez l'offre spa au couple qui reste trois nuits et le petit-déjeuner à emporter au client qui prend le vol de 06:00. Un message qui pourrait partir à tout le monde ressemble à du spam, et les clients le signalent comme tel.

3

Proposez un seul bouton clair

Mettez l'essentiel dans la première ligne, car c'est l'aperçu affiché dans la liste des discussions. Proposez ensuite une ou deux réponses rapides (« Réserver une table », « Pas cette fois ») ou un seul lien. Chaque appui sur une réponse rapide ouvre la fenêtre de 24 heures, pour que votre équipe ou votre IA puisse poursuivre la conversation.

4

Écrivez dans la langue du client

Soumettez chaque modèle dans les langues que parlent réellement vos clients et envoyez la version qui correspond à la langue de la réservation. Rédigez directement dans la langue plutôt que de traduire mot à mot : un client allemand attend le « Sie », un client autrichien « Jänner ».

5

Mesurez ce qui se passe ensuite

Les ouvertures en disent peu. Suivez les réponses, les appuis sur les boutons, les clics sur les liens avec des paramètres UTM et ce qui a été réservé ensuite. Consultez vos rapports de remise pour repérer les messages en échec et les codes d'erreur de Meta, et retirez les modèles que les clients ignorent.

6

Évitez les blocages

N'écrivez qu'aux clients qui ont donné leur consentement, gardez les offres hors des modèles utilitaires et arrêtez une campagne dès que la qualité d'un modèle baisse. N'achetez ni n'importez jamais de listes de numéros pour un premier envoi de masse, et n'envoyez jamais le même modèle marketing à toute la base de données à intervalles fixes.

Les garde-fous de Meta en un coup d'œil

Garde-fou	Fonctionnement	Que faire
Limite d'envoi	Les nouveaux portefeuilles peuvent joindre 250 personnes par jour hors fenêtre ; 2 000 après la vérification de l'entreprise, puis 10 000, 100 000 et illimité	Faites vérifier votre entreprise tôt ; les limites augmentent automatiquement tant que la qualité est élevée
Limite marketing par client	Meta plafonne le nombre de modèles marketing qu'une personne reçoit de l'ensemble des entreprises, selon son engagement	En cas d'erreur 131049, attendez au moins 24 heures ; ne renvoyez pas en boucle
Qualité du modèle	Notée élevée, moyenne ou faible selon les blocages, les signalements et les taux de lecture	En qualité faible, un modèle est suspendu 3 heures, puis 6 heures, puis désactivé
Sanctions du compte	Le spam répété ou des modèles mal classés entraînent des avertissements, puis des blocages	Lisez chaque avertissement ; les blocages vont d'un jour au verrouillage du compte
Numéros américains	Meta ne délivre pas de modèles marketing aux numéros américains en +1	N'envoyez que des messages utilitaires aux clients américains

Où chatlyn vous aide

Envoyer le bon modèle au bon client au bon moment est un travail répétitif, et les réponses arrivent à toute heure. chatlyn est le premier GRM AI-Native : il lit vos réservations dans le PMS, réunit les réservations, les dépenses et chaque conversation sur une fiche client unique, et s'appuie sur cette fiche pour envoyer le parcours et répondre au client. L'IA ne prend jamais elle-même de réservation ; quand un client dit oui à une offre, elle le guide vers votre moteur de réservation ou transmet la conversation à votre équipe, qui s'en charge.

Ce que chatlyn fait pour vos modèles WhatsApp

Événements PMS

Des parcours déclenchés par les données de réservation

Les modèles partent quand votre PMS signale une réservation, une arrivée, un check-in ou un check-out, une fin de séjour ou une annulation, remplis avec les dates, la chambre et la référence de réservation du client, dans la langue de la réservation. Le mode test envoie d'abord sur votre propre numéro.

Boîte de réception

Une boîte de réception partagée pour les réponses

Les réponses arrivent dans une seule boîte de réception, avec WhatsApp, l'e-mail, le webchat, Booking.com, Messenger et Instagram. Chaque conversation a un responsable et des notes internes, et un badge indique combien de temps la fenêtre de 24 heures reste ouverte ; une fois fermée, l'éditeur propose vos modèles validés.

IA

Des réponses IA dans la fenêtre de service

Sur WhatsApp, l'IA répond aux questions courantes dans la langue du client et avec le ton de votre établissement, uniquement à partir de vos propres informations : fichiers et pages de votre site web. Elle transmet la conversation à une personne quand le client le demande ou quand elle ne peut pas aider.

Offres

Des offres acceptées en un appui

Les parcours enchaînent des messages interactifs avec boutons et listes après un modèle d'ouverture, et peuvent ajouter à une liste de suivi un client qui appuie sur « Oui, dites-m'en plus ». Les liens suivis montrent quelles étapes les clients cliquent.

Modèles

Des modèles qui passent l'examen

Une vérification de conformité signale les corps trop longs, les erreurs de boutons et de variables avant la soumission. L'IA vous aide à rédiger, améliorer et traduire chaque modèle, et chaque langue est soumise à Meta pour validation.

Qualité

La délivrabilité sous les yeux

Les paramètres de la boîte de réception WhatsApp affichent votre limite d'envoi et votre note de qualité, et le journal de remise liste chaque envoi avec son statut et, en cas d'échec, le motif d'erreur de Meta.

Envoyer les modèles à la main ou avec chatlyn

ENVOI MANUEL DES MODÈLES

- ✕ Quelqu'un extrait les arrivées du lendemain du PMS et copie noms et dates dans chaque message
- ✕ Les messages de pré-arrivée partent quand l'équipe a le temps, et les clients qui ont annulé les reçoivent quand même
- ✕ Les réponses arrivent sur un seul téléphone, et personne ne sait si la fenêtre de 24 heures est encore ouverte
- ✕ Les questions de la nuit attendent l'équipe du matin
- ✕ Chaque client reçoit la même offre, quel que soit son séjour
- ✕ Un message en échec est repéré quand le client se plaint

AVEC CHATLYN

- ✓ Les événements PMS remplissent chaque modèle à partir de la réservation et l'envoient au moment que vous avez défini
- ✓ Une annulation arrête les messages en attente de cette réservation
- ✓ Les réponses arrivent dans une boîte de réception partagée, avec un badge de fenêtre en direct et le choix des modèles à portée de main
- ✓ L'IA répond aux questions courantes à toute heure et transmet le reste à votre équipe
- ✓ Des segments dynamiques, comme les arrivées du jour ou les départs du lendemain, vous permettent d'envoyer chaque offre aux clients qu'elle concerne
- ✓ Le journal de remise montre chaque envoi, son statut et le motif d'erreur de Meta



Avec chatlyn, nous avons fait de la communication client une source de revenus pour notre spa : 95 % de taux d'ouverture sur les campagnes WhatsApp et 86 % des demandes traitées sans intervention du personnel.

Bernhard Sängler, directeur des opérations, Spa Resort Geinberg [traduit]



Du modèle à la conversation

Un modèle ouvre la fenêtre ; c'est dans la conversation que le client réserve la table, pose une question sur le spa ou mentionne l'anniversaire. chatlyn conserve cette conversation sur la fiche du client, pour que le prochain message, et le prochain séjour, partent de ce que le client vous a déjà dit.

SOURCES

Sources

- 1 **360dialog: WhatsApp template elements and limits**
<https://docs.360dialog.com/docs/resources/templates/template-elements>
- 2 **Meta for Developers: template category guidelines**
<https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/updates-to-pricing/new-template-guidelines>
- 3 **WhatsApp Business Messaging Policy**
<https://whatsappbusiness.com/policy/>
- 4 **Clickatell: per-user marketing template limits**
<https://clickatell.com/help-center/whatsapp/message-templates/what-are-per-user-marketing-template-limits>
- 5 **Google: prohibited and restricted content (reviews)**
<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114>
- 6 **Meta for Developers: Pricing on the WhatsApp Business Platform (updated 30 Sep 2026)**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>
- 7 **Meta for Developers: Upcoming pricing updates for Meta Business Agent, service and utility messages**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing/non-template-messages>
- 8 **Meta for Developers: Template categorization**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-categorization>
- 9 **Meta for Developers: Templates overview**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/overview>
- 10 **Meta for Developers: Template components**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/components>
- 11 **Meta for Developers: Template review**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-review/>
- 12 **Meta for Developers: Template quality rating**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-quality/>
- 13 **Meta for Developers: Template pausing**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-pausing/>
- 14 **Meta for Developers: Messaging limits**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messaging-limits/>
- 15 **Meta for Developers: Per-user marketing template limits**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/marketing-templates/per-user-limits/>
- 16 **Meta for Developers: Get opt-in for WhatsApp**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/getting-opt-in/>
- 17 **Meta for Developers: Policy enforcement**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/policy-enforcement/>
- 18 **Meta for Developers: Media (supported sizes)**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/business-phone-numbers/media/>

- 19 **Meta for Developers: Local storage**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/local-storage/>
- 20 **WhatsApp Business Messaging Policy**
<https://business.whatsapp.com/policy>
- 21 **WhatsApp Business Data Processing Terms**
<https://www.whatsapp.com/legal/business-data-processing-terms>
- 22 **WhatsApp Business Data Transfer Addendum**
<https://www.whatsapp.com/legal/business-data-transfer-addendum>
- 23 **Regulation (EU) 2016/679 (GDPR)**
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
- 24 **§ 7 UWG (Germany), Unzumutbare Belästigungen**
https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/___7.html
- 25 **§ 174 TKG 2021 (Austria), Unerbetene Nachrichten**
<https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20011678&Paragraf=174>
- 26 **TechCrunch: WhatsApp now has more than 3 billion monthly users (May 2025)**
<https://techcrunch.com/?p=3001817>
- 27 **Bundesnetzagentur: consumer survey on online communication services (10 Nov 2023)**
https://bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2023/20231110_VerbraucherOnlineKomm.html
- 28 **WhatsApp Business / Kantar: State of Business Messaging 2025**
<https://whatsappbusiness.com/resources/resource-library/state-of-business-messaging/>
- 29 **eviivo: survey on guest communication preferences (21 Nov 2025)**
<https://eviivo.com/blog/eviivo-survey-communication-preferences/>
- 30 **chatlyn case study: Hotel Enzian Obertauern**
<https://chatlyn.com/fr/etudes-de-cas/enzian-obertauern/>
- 31 **chatlyn case study: IMLAUER Group**
<https://chatlyn.com/fr/etudes-de-cas/imlauer-group/>
- 32 **Meta for Developers: WhatsApp template review**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-review>
- 33 **Meta for Developers: Sending messages and the customer service window**
<https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messages/send-messages>
- 34 **Twilio: WhatsApp message template approvals and statuses**
<https://twilio.com/docs/whatsapp/tutorial/message-template-approvals-statuses>

VOTRE PROCHAINE ÉTAPE

Découvrez votre parcours client sur WhatsApp

Lors d'une courte démo, nous connectons votre PMS et vous montrons les messages que vos clients recevraient avant, pendant et après leur séjour, envoyés au bon moment et traités dès qu'ils répondent.

- ✓ Des modèles de pré-arrivée, de jour d'arrivée et d'après-séjour déclenchés par les événements de réservation de votre PMS
- ✓ L'IA qui répond à vos clients à partir de vos propres informations, avec votre équipe en relais
- ✓ Une fiche client unique avec les réservations, les dépenses et chaque conversation

Réserver une démo

chatlyn.com