

ALMA business club lance une offre 5 étoiles d'office hoteling

Avec ALMA business club, une nouvelle offre s'installe au sein des hôtels : une offre orientée premium pour bénéficier d'une expérience business privilégiée et optimum dans les hôtels, palaces, 4 ou 5 étoiles. Pour en savoir plus, la rédaction de Maddyness s'est rapprochée de Sarah Amzalag et Marie-Alix Vignau-Chancel.

Temps de lecture : minute

21 février 2023

L'activité d'office hoteling connaît un essor certain depuis quelques années et notamment la crise sanitaire. Avec des espaces de bureaux qui se réduisent ou qui deviennent plus flexibles, il est parfois salutaire de pouvoir travailler dans un environnement plus propice à la créativité, la productivité et l'inspiration, comme ceux que proposent les établissements hôteliers. D'autant plus dans des palaces, 4 ou 5 étoiles, qui disposent de lieux de différentes tailles, selon les besoins, et de services de qualité pour mieux se concentrer ou se détendre.

C'est sur cette idée qu'ALMA business club a vu le jour. Une initiative née de la rencontre entre Sarah Amzalag, qui trouvait dans les lobbies d'hôtel des endroits productifs pour y mener son ancienne carrière en communication et relations presse, et Marie-Alix Vignau-Chancel, qui voulait mettre à profit son expérience notamment de directrice de la communication du groupe Barrière au service d'un projet entrepreneurial qui avait du sens.

Une offre premium pour les C-Level

L'offre s'adresse principalement aux C-level, salariés ou indépendants avec une " *solution de travail clé en main basée sur un parcours business 360° premium et agile* " comme annoncé sur leur site. Cela permet aux entreprises d'innover dans leurs méthodes de travail et par la même occasion d'offrir des arguments pour mieux recruter dirigeants d'entreprises ou cadres supérieurs, les fidéliser et leur offrir des conditions de travail optimum.

ALMA business club fonctionne par système d'abonnement, avec une offre nominative individuelle mais aussi multi-adhésions pour une même entreprise avec des tarifs dégressifs. Chaque membre a la possibilité, à partir de l'application, d'avoir accès dans chacun des établissements sélectionnés à des espaces de travail réservés, des privilèges exclusifs sur la restauration et l'hébergement, la location de salles, les espaces bien-être, mais aussi à un service de conciergerie connectée.

Une communauté d'affaires qualifiée

En plus de tous ces services, ALMA tient à la notion de business club qui fait partie intégrante de son nom et de son projet : " *Nous souhaitons vraiment créer une communauté business qualifiée, animée par des rendez-vous, des rencontres et des événements, d'où d'ailleurs notre nom, Alma, un pont entre deux rives, la jonction entre un club d'affaires privé traditionnel et un espace de travail partagé pour proposer une nouvelle expérience sociale et professionnelle* ", explique Marie-Alix Vignau-Chancel. Un des atouts de la communauté ainsi constituée est par exemple de pouvoir contacter les autres membres, s'ils l'acceptent, et ainsi pouvoir développer son réseautage auprès de professionnels " *qui partagent les mêmes valeurs* ".

Opérationnel depuis décembre 2022, ALMA business club compte déjà

une centaine de membres qui ont ainsi accès à une quarantaine d'établissements minutieusement sélectionnés à Paris, mais aussi à Nice, Lyon, Bordeaux, Marseille, Cannes, Strasbourg, Genève et demain dans les principales capitales européennes. Selon Marie-Alix Vignau-Chancel : "*l'objectif à fin 2023 est de réunir une communauté de 500 adhérents et une offre de 120 hôtels, en France et en Europe, puisque nous travaillons à des ouvertures en Italie, en Espagne et prochainement en Suisse, Belgique et Angleterre.*".

L'office hoteling : un partenariat win-win

L'ambition clairement assumée est d'être le partenaire pionnier du réseau hôtelier luxe et premium en Europe dans l'activité d'office hoteling. "*C'est un partenariat win-win vertueux et prometteur avec les hôteliers, qui ont beaucoup souffert de la pandémie et qui trouvent en notre solution l'occasion de séduire une clientèle locale, de palier aux problématiques de taux de remplissage et changer leur image*", analyse Marie-Alix Vignau-Chancel.

Les hôtels, palaces, 4 ou 5 étoiles, sont ainsi sélectionnés avec soin pour offrir une expérience business privilégiée et optimum à une clientèle C-Level, mobile et internationale, habituée à un accueil VIP et personnalisé, mais aussi une clientèle plus urbaine, entrepreneurs et indépendants, ultraconnectée, autonome, agile et à la recherche de lieux inspirants choisis en fonction de l'humeur et du besoin business.