

Aplicaciones digitales beneficiarán a industria hotelera

Fecha: 03/04/2016 - Fuente: Turismo 530 -

La innovación en el ámbito digital y la competitividad en la industria hotelera al crear experiencias personalizadas para huéspedes, son los retos a los que se enfrenta el sector, que se desenvuelve con el desarrollo vertiginoso de tecnologías y aplicaciones digitales.

Un estudio reciente de la consultora Grant Thornton anticipa que un servicio personalizado con la ayuda de aplicaciones digitales será la respuesta a los hoteles que buscan hacer crecer su mercado, ya que lograrán una mayor fidelidad de los clientes.

El 41% de los viajeros elegiría un hotel que utilice tecnología de reconocimiento facial para identificar a sus huéspedes, mientras un 74% de los consumidores en línea se ha sentido frustrado cuando los anuncios promocionales no tienen nada que ver con sus intereses. A su vez, nueve de cada 10 hoteleros cree que los huéspedes tendrán expectativas de una estancia más personalizada hacia el 2020.

Ante el crecimiento de huéspedes que reservan en línea, que esperan una atención personalizada y buscan servicios de facturación digital o aplicaciones para elegir aspectos como su mini-bar, el estudio concluye que la innovación digital abre la oportunidad a los hoteles para crear experiencias personalizadas para el huésped y volverse más competitivos. Grant Thornton refiere que los hoteles rara vez interactúan con los clientes a través del teléfono celular y otros dispositivos móviles.

Al mismo tiempo, se muestran preocupados para equilibrar la tecnología con el contacto cara a cara. Algunos que han entendido el valor de la personalización son los de la cadena Andaz, que han reemplazado los mostradores por anfitriones que dan la bienvenida a los huéspedes y permanecen en contacto con ellos durante su estancia. Holiday Inn desarrolló una aplicación que les permite controlar el televisor, luces y aire acondicionado de sus habitaciones. Y en la cadena Starwood, pueden usar sus celulares para programar luces, música y la hora para preparar el café de la mañana. El estudio "El poder de la personalización: hoja de ruta hotelera hacia el 2020", señala que muchos grupos hoteleros desconocen cómo personalizar servicios. Expone que en su mayoría no han adoptado tecnologías que almacenen información sobre las reservaciones y estancias de sus huéspedes, las cuales pueden proporcionar gran cantidad de datos y darles un panorama de lo que los clientes quieren.

Los hoteles que no personalicen sus servicios y la experiencia con el cliente verán amenazadas sus expectativas de éxito en el largo plazo. Es necesaria una mayor inversión en tecnología y entrenamiento de sus empleados si quieren que sus marcas se mantengan relevantes ante la amenaza de competidores diferentes a los que estaban acostumbrados", expresa Mauricio Brizuela, socio director de la consultora en México. El estudio, disponible para todo el sector hotelero, concluye que los hoteles necesitan gestionar todos esos datos y desarrollar a lo largo del tiempo perfiles cada vez más detallados sobre sus clientes, que incluso integren información de las redes sociales, con especial cuidado en la privacidad. Señala que la clave para la personalización reside en datos que muestren qué es lo que más importa a los clientes, ya que estos permiten comprender las necesidades de los viajeros de negocios y de los que viajan por placer. Factores como la edad y el bagaje cultural son también información prioritaria. Para el futuro, la

recomendación para los hoteles es la interacción con los clientes combinando una variedad de canales digitales y tradicionales, de modo que todos los datos se puedan utilizar para hacer de las estancias una experiencia personalizada para el cliente.

Fuente:

<http://www.caribbeanewsdigital.com/noticia/aplicaciones-digitales-beneficiaran-industria-hoteleria>