Hotel, il futuro è nei servizi di geo-targeting e beacons: i trend del Glion Institute

Glion Institute of Higher Education, l'istituto di formazione universitaria con sedi in Svizzera e a Londra che offre corsi nei settori dell'Ospitalità, del Lusso e del Management di Eventi, rivela i trend del 2017 per il settore dell'ospitalità. La tecnologia sta evolvendo a un ritmo sempre più rapido, e le interazioni con i clienti sono spesso sostituite con operazioni di self-scan, self-checkin e transazioni online. Entro il 2033, poi, il 47% delle attuali posizioni di lavoro potrebbe essere rimpiazzato dalla tecnologia di automazione, ma allo stesso tempo fornire opportunità di crescita per gli operatori. Ma fra i trend individuati da Glion il primo è l'uso di **geo-targeting e dei beacons**. La geo-technology fornisce informazioni sulla posizione dell'utente raccolte da servizi o dispositivi, e può aiutare a inviare messaggi targettizzati alle persone nelle vicinanze. Strumenti estremamente importanti per alberghi, bar e ristoranti, dove il 94% della spesa è ancora sostenuta in loco. Allo stesso modo, i beacons (piccoli dispositivi che utilizzando bluetooth e che comunicano con i sistemi operativi iOS e Android) possono essere utilizzati come leva promozionale inviando notifiche push, se il potenziale cliente si ritrova nelle vicinanze di un beacon attivo.

Il secondo trend è collegato alla nuova generazione dei **sistemi di CRM** (Customer Relationship Management) che va oltre la mera registrazione dei dati dei clienti. Utilizzando gli smart data e il social media engagement, i fornitori di servizio di CRM offrono un sistema che riduce il tempo e le spese di gestione, e migliora il coinvolgimento dei clienti e la loro esperienza. Il terzo trend riguarda invece le **interfacce fisiche/digitali e l'abbinamento degli smartphone.** Grazie a queste tecnologie, chi opera nel settore dell'ospitalità potrebbe, ad esempio, permettere ai suoi clienti di aggiungere una playlist virtuale tramite un app legata a un jukebox interattivo.

L'evoluzione dei social media è il quarto trend, e permette alle aziende di raccogliere feedback e attuare modifiche per migliorare i servizi al cliente. Utilizzando in modo strategico gli engagement rate dei live video sui social media, poi, le aziende potranno trarre vantaggi nel testare nuovi prodotti, servizi ed eventi. Anche la **realtà virtuale** (quinto trend) è un altro modo per migliorare l'esperienza utente, tanto che i Marriott Hotels sono nelle prime fasi di sperimentazione di Vroom Service, un servizio che permette agli ospiti di ordinare visori VR. Ultimo trend è la **crescita della formazione online**.