

“flash forward” hotel: ecco altri scenari futuribili

di Giuseppe Fusto

Prosegue il nostro scatto in avanti nel tempo alla scoperta di come saranno gli hotel di domani. E' fresca la notizia che la catena alberghiera Marriott in collaborazione con Samsung e Legrand sta realizzando un ambizioso progetto che punta sull'automazione della camera d'albergo. Ma ormai l'albergo 4.0 è una realtà un po' ovunque: dai beacon alle stanze digitali, dagli assistenti virtuali all'uso intelligente dei cloud, dalla Vr ai nuovi Crm, fino ai sistemi di prenotazione snelli ed efficacissimi: è una pioggia di novità da fantascienza.

26
GSA
FEBBRAIO
2018

Partiamo dal Glion Institute of Higher Education (www.glion.edu): fondata nel 1962, è una delle più importanti e prestigiose università private al mondo specializzate nella formazione manageriale nel settore dell'ospitalità con corsi per neo diplomati, laureati e pro-

fessionisti. Ha sede in Svizzera, è valutata una tra le Top 3 schools al mondo e fa parte del circuito LHE Laureate Hospitality Education, rete internazionale di scuole leader nel settore dell'hospitality management. D'accordo, ma che c'entra con la rivoluzione tecnologica in ambito alberghiero? C'entra eccome, perché proprio da qui, nelle verdeggianti vallate elvetiche, echeggia un grido che non si può ignorare: la tecnologia è e sarà sempre più importante nel settore alberghiero. Chi vorrà sopravvivere, e fare affari, deve metterselo bene in testa. E al Glion hanno dato il buon esempio partendo con un progetto ultra innovativo di formazione digitale rivolto proprio ai professionisti dell'hospitality.

Il Laboratorio di Marriott

Ma la parola, ora, passa a veri e propri colossi planetari dell'ospitalità e della tecnologia. Prendi Marriott, poi prendi Samsung e Legrand. Metti tutto insieme, e il risultato non potrà che essere straordinario. Ci riferiamo al laboratorio IoT Guestroom Lab: ha il compito specifico di creare la camera d'albergo intelligente, in grado di venire incontro alle esigenze dei clienti –dei ben 30 brand del Gruppo– rispondendo ai loro comandi. In breve, assisteremo alla metamorfosi della camera d'albergo in un vero e proprio “assistente virtuale”: il che significa poter gestire virtualmente dalle operazioni semplici, come avere una sveglia, seguire una lezione di yoga con specchi interattivi, a quelle che richiedono interventi dall'esterno come, giusto in tema, prenotare un'attività extra, o mirata, di pulizia.



Dalla sveglia alla doccia, senza escludere le pulizie

Mentre dal proprio profilo cliente si potrà personalizzare, con comandi vocali o app ad hoc, la temperatura della doccia. Tre i mesi di sperimentazione, passati i quali le aziende analizzeranno i risultati e se necessario correggeranno il tiro e implementeranno altre innovazioni. L'obiettivo resta comunque quello di una camera intelligente, dotata di molteplici sistemi e apparati IoT responsive in grado di comunicare tra loro per migliorare il servizio agli ospiti e ottimizzare le operazioni che vengono fatte in albergo. Si sta lavorando per un futuro in cui i proprietari alberghieri possano contare su soluzioni end-to-end senza interruzioni, trasparenti e flessibili, che richiedano apparecchiature minime e in cui gli ospiti possano godere di un'esperienza integrata.

Dalla realtà aumentata a quella virtuale: un'esperienza integrata

Sistemi che incideranno positivamente anche sulle operazioni in hotel migliorando l'efficienza della struttura, consentendo, per esempio, al personale di fornire servizi all'orario richiesto dal cliente. La parola d'ordine sembra essere personalizzazione: ormai nelle nostre vite tutto è personalizzato, e anche l'esperienza alberghiera non deve fare eccezione. Sempre Marriot, fra



Squarci sul futuro in mostra a Bolzano

All'ultima edizione di Hotel, manifestazione dedicata proprio all'innovazione dell'hotellerie svoltasi in ottobre a Bolzano, erano presenti diverse start-up innovative del settore. E' il caso di Travelcircus, che offre "fughe" esclusive. Curiosando in giro, si poteva trovare Manet, un servizio composto da uno smartphone personalizzato (per l'ospite) e da un pannello web (per l'hotel) che funge da vero e proprio assistente di viaggio personalizzato. Sempre per i viaggi è pensato Wikifriend, che si occupa di prenotazioni e assistenza in tempo reale, mentre per entrare in camera a colpi di smartphone c'è Flexi-pass Keyless Mobile Access, che rende l'operazione facile e rapida. Per hotel e catering c'è Wesual, un software per marketing digitale intelligente. Combinare pubblicità luminosa e gastronomia è semplice, con Ledovation, così come Seatris rende possibile gestire al meglio prenotazioni di tavoli. Ce n'è anche per la gestione del personale, con Planery, e non ultimi i pagamenti, grazie a Ready2order. Ma il futuro non finisce qui: ne sapremo senz'altro di più alla prossima edizione di Hotel, in calendario dal 15 al 18 ottobre 2018 sempre a Fiera Bolzano.



l'altro, sta puntando parecchio anche sulla realtà virtuale con Vroom Service, un servizio che permette agli ospiti di ordinare dei visori VR nella loro stanza e lasciarsi andare alle emozioni. In questo modo, i più attenti lo avranno già sentito, il tour operator Thomas Cook Group ha registrato un aumento del 190% delle entrate grazie a una campagna con visori VR che utilizza una simulazione di un viaggio in elicottero sopra Manhattan.

Geo-targeting e beacon

A proposito: un'altra frontiera è rappresentata dalla geolocalizzazione: la geo-technology fornisce informazioni sulla posizione dell'utente raccolte da servizi o dispositivi come le piattaforme social o gli smartphone e può aiutare a far arrivare messaggi targettizza-

ti alle persone nelle vicinanze. Si tratta di strumenti molto importanti per gli hotel, ma anche ristoranti e bar, se si tiene presente che il 94% della spesa è ancora sostenuta in loco. Ed ecco che la geolocalizzazione può rivelarsi utilissima per intercettare potenziali clienti che si trovano nelle vicinanze. Anche le antenne beacon, dispositivi che utilizzano la tecnologia bluetooth e che comunicano con i sistemi operativi iOS e Android, possono essere utilizzate con profitto come leva promozionale inviando notifiche push se il potenziale cliente si trova nelle vicinanze.

Come ti cambio il Crm

Una ulteriore tendenza da non sottovalutare è rappresentata dai nuovi sistemi di Customer Relationship Ma-

agement, che si spingono ben oltre la semplice registrazione dei dati della clientela, e utilizzano gli smart data per coccolare il cliente: dall'happy birthday agli ordini dei drink, dalla scansione sui social al benvenuto.

Il lavoro intelligente sui social, fra l'altro, dà sempre i suoi frutti, perché è lì che la stragrande maggioranza dei clienti posta foto, commenti e contenuti interessanti per il brand. Come si sa, dai social si ricavano messi infinite di informazioni che possono rivelarsi utilissime per testare nuovi prodotti, eventi, pacchetti e offerte. Intanto, grazie ad interfacce fisiche e digitali, sarà possibile offrire ai clienti la possibilità di aggiungere una playlist virtuale con la loro musica preferita. Fra le app più usate: SecretDJ, Startle e TouchTunes.

27
GSA
FEBBRAIO
2018

