Comunicato Stampa

Tecnologia e Customer Experience: i nuovi trend 2017 per l'ospitalità individuati da Glion Institute of Higher Education

Milano, 22 febbraio 2017 – Glion Institute of Higher Education, 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**.

Oggi la tecnologia sta evolvendo a un ritmo sempre più rapido, in particolare nel settore alberghiero e del turismo. Le interazioni con i clienti sono spesso sostituite con operazioni di self-scan, self-checkin e transazioni online. A tal proposito, uno studio condotto presso l'Università di Oxford ha rivelato che entro l'anno 2033, ben il 47% delle attuali posizioni di lavoro potrebbero essere rimpiazzate dalla tecnologia di automazione.
In questo scenario, Glion ha individuato **alcune aree in cui i progressi tecnologici continueranno a influenzare il settore ospitalità** e che possono essere considerate delle **opportunità di crescita per gli operatori**. Le potenzialità di questi nuovi trend sono assolutamente interessanti, soprattutto per relazionarsi con un consumatore che è in cerca di esperienze di ospitalità sempre connesse, autentiche e personalizzate.

La prima area è **l'uso di geo-targeting e dei beacons**. 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 targettizzati alle persone nelle vicinanze.**
Questi sono strumenti estremamente importanti per alberghi, bar e ristoranti dove il 94% della spesa è ancora sostenuta in loco; in questi casi **la geo-technology fornisce l'occasione ideale per attirare i potenziali clienti nelle vicinanze**. 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 identificato 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 - come ad esempio Cluboid - offrono ad alberghi, bar e ristoranti un sistema che riduce il tempo e le spese di gestione e **migliora il coinvolgimento dei clienti e la loro esperienza**. In questo modo sarà possibile augurare al cliente buon compleanno, ricordare il suo ordine di drinks o eseguire una scansione dei social media per rintracciare le fotografie postate che hanno per protagonista la propria azienda e ringraziare personalmente chi ha effettuato il post.

Il terzo trend riguarda le **interfacce fisiche/digitali e l'abbinamento degli smartphone**, tecnologie utilizzate da milioni di persone, oggi, per monitorare la loro vita. 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 grazie ad applicazioni come SecretDJ, Startle e TouchTunes.
L'evoluzione dei social media è un altro fattore da tenere in considerazione. Sicuramente i social media hanno dato la possibilità alle aziende di raccogliere feedback e attuare modifiche per migliorare servizio al cliente. L'anno scorso, i video in live streaming hanno consentito di verificare quanto siano efficaci le comunicazioni e strategie di marketing in tempo reale. Utilizzando in modo strategico gli engagement rate dei live video sui social media, le aziende potranno **trarre grandi vantaggi nel testare nuovi prodotti, servizi ed eventi**.

La realtà virtuale è un altro modo per migliorare l'esperienza utente. I Marriott Hotels, ad esempio, sono nelle prime fasi di sperimentazione di "Vroom Service" un servizio che permette agli ospiti di ordinare dei visori VR nella loro stanza e godersi una selezione esperienze per trarre ispirazione per il soggiorno e Thomas Cook ha già registrato un aumento del 190% delle entrate grazie a una campagna con visori VR che utilizza una simulazione di un viaggio in elicottero intorno a Manhattan.

Ultimo trend, ma non per ordine d'importanza, **è la crescita della formazione on-line per il settore dell'ospitalità**. Per stare al passo con le ultime tendenze delle tecnologie, i manager che operano in questo settore hanno bisogno di formazione continua e i corsi on-line sono il format ideale per costruire le competenze in questa era digitale.
Glion Institute of Higher Education, che ha creato il primo **MBA 100% on-line in Hospitality Management** nel 2010, **offre anche corsi on-line per i manager del settore** per sviluppare una serie di competenze mirate nel marketing dell'ospitalità, la finanza e leadership.

Glion Institute of Higher Education
Fondato nel 1962, Glion Institute of Higher Education è un istituto privato svizzero che offre corsi di laurea in international hospitality, lusso e gestione di eventi a studenti provenienti da oltre 90 paesi, nei suoi tre campus in Svizzera e Londra. Inoltre, Glion offre programmi online per Master in Business Administration, Executive Certificate e formazione aziendale. Glion è accreditato a livello universitario dalla New England Association of Schools and Colleges (NEASC). Per ulteriori informazioni www.glion.edu

CONTATTI UFFICIO STAMPA - PR & GO UP COMMUNICATION PARTNERS
Elena Marchi
Mobile: +39 340 80 01 205
elena.marchi@prgoup.it