

تغییر فرهنگ مصرف مشتریان هتل در پی توسعه فناوری

انفجار فناوری در صنعت هتلداری رخ داده است. برای میهمانانی با تسلط بر تکنولوژی‌های هوشمندانه، دیگر اتاق هتل فقط یک مکان برای استراحت در شب نیست. اکنون دیگر داشتن تلویزیون HD در اتاق‌های هتل‌ها برای رفع نیازهای فناوری میهمانان کافی نیست. آنها مثلاً تمایل دارند که بتوانند با استفاده از فناوری، گرما را در اتاق کنترل کنند، به کارکنان هتل سفارش دهند و پرده‌ها را باز و بسته کنند. با توجه به تکنولوژی و قدرت عظیم اینترنت اشیا (IOT)، انتظارات میهمانان در حال افزایش است. در صنعت هتلداری که انتظارات میهمان برای تجربه مثبت بسیار بالا است، تکنولوژی ممکن است فقط ابزارهایی برای غلبه بر این چالش را فراهم کند. با تولد و تولید هر برنامه جدید انتظارات میهمانان افزایش یافته و تمایل دارند از آن استفاده کنند. فناوری برای مصرف‌کنندگان به معنای زندگی آسان و اشتیاق برای این شیوه زندگی غیرقابل توصیف است. اما چرا توجه به فناوری در صنعت هتلداری ضروری است؟

ساده‌سازی خدمات هتل

بدیهی است از روزهای اول شروع به کار صنعت هتلداری، این صنعت قبل از همه چیز بر اساس اصل خدمات مشتری فعالیت خود را آغاز کرده است. استقبال گرم توسط کارکنان در زمان ورود به هتل اعم از حمل وسایل توسط کارکنان، خوشامدگویی در میز پذیرش و... همگی باعث شده تجربه میهمانان منحصر به فرد و کامل شود. با ظهور فناوری، بسیاری از فعالیت‌هایی که قبلاً توسط انسان‌ها انجام می‌شد، در تلاش برای ساده‌سازی عملکرد و بهبود خدمات به این فناوری‌ها سپرده شد. اما آیا این واقعاً یک پیشرفت است؟ آیا این تغییرات به بهبود تجربه میهمان کمک کرده است؟ تغییرات به دست آمده توسط فناوری، بسیار وسیع و تقریباً بر همه جنبه‌ها و شیوه‌های زندگی قرن ۲۱ تاثیر گذاشته است. هتلداری نیز یکی از این مجموعه‌هاست که فناوری به شدت در آن تاثیر گذاشته یا تاثیر خواهد گذاشت. با افزایش محبوبیت فضای مجازی، میهمانان هتلداری اکنون توانایی تحقیق درخصوص هر مکان را دارند تا ببینند دیگران چه نوشته‌اند، از نظر آنان بهره و همچنین از آنان مشورت بگیرند.

اکنون وبسایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی به دروازه فعالیت جهانی تبدیل شده‌اند. مطالعات زیادی درخصوص تاثیر فضای مجازی بر قدرت انتخاب مردم انجام شده است. یکی از مطالعات در این خصوص نشان داده که بالغ بر ۴۸ درصد مخاطبان هتل‌ها جهت انتخاب هتل، بررسی‌های فضای مجازی و رسانه‌های آنلاین اجتماعی را جدی می‌گیرند. اکنون انتخاب بسیار ساده است. هنگامی که مسافر مقصد خود را انتخاب کرد، کافی است با چند کلیک موس یا حرکت انگشتان روی صفحه تلفن هوشمند به تمامی هتل‌ها دسترسی داشته باشد. فناوری‌ها در حال تغییر فرهنگ انتخاب و مصرف میهمانان هستند و سایت‌های بسیاری این کار را راحت و قابل دسترس کرده‌اند. سایت‌هایی از قبیل Expedia، Hotwire، Bookings.com و Reservations.com فقط تعدادی از ده‌ها سیستم عامل‌های دیجیتال موجود برای رزرو آنلاین هستند.

حتی دیگر نیازی به کلیک موس و حرکت انگشتان نیست Chatbots. ها در وبسایت‌های رزرو، این کار را راحت‌تر هم کرده‌اند. آنان کاربر را قادر می‌سازند تا سوالات خود را بدون حرکت فیزیکی و از روی مبل راحتی منزل خود بپرسند. اکنون هنگام ورود به مقصد، میهمانان دیگر نیازی به صبر کردن برای دریافت کلید اتاق خود ندارند. آنها می‌توانند با استفاده از کیوسک‌های الکترونیکی، پذیرش‌های آنلاین و گوشی‌های هوشمند وارد اتاق یا از آن خارج شوند. همان‌گونه که کلیدهای

فیزیکی به تاریخ پیوستند، keycard ها نیز به زودی برای همیشه به موزه‌ها منتقل خواهند شد. پرداخت‌های آنلاین و خودکار و ده‌ها مورد دیگر به منظور جذاب بودن اقامت میهمانان در هتل طراحی شده‌اند.

نباید شک کرد که دنیای فناوری و اتوماسیون هتلداری تازه در آغاز کار است. اکنون هدفون‌های بی‌سیم موجود در برخی از هتل‌های هوشمند مجهز به تکنولوژی تشخیص صدا هستند که ده‌ها زبان را به راحتی و بدون مشکل و مکث ترجمه می‌کنند و به کاربر اجازه می‌دهند تا با افراد محلی به خوبی ارتباط برقرار کند. به علاوه طراحی دقیق و ضد آب آن به میهمان اجازه می‌دهد که به موسیقی مورد علاقه خود در استخر، آبگرم و حتی در حمام گوش دهد. البته فناوری‌های نوین هم مشکلاتی به دنبال خود داشته‌اند که شاید مهم‌ترین آن لزوم فرهنگ‌سازی و آموزش باشد. یکی از مهم‌ترین اختلالات تکنولوژیکی که میهمانان هتل در سال‌های اخیر با آن مواجه بودند، معرفی لوازم هوشمندانه بود. درست همان‌طور که خانه‌ها از طریق اجرای فناوری‌های هوشمند دچار انقلاب شده‌اند، انتظار می‌رود که تمام مکانیزم‌ها و فناوری‌های هتلداری در دسترس همه باشد.

به‌طور نمونه اکنون در حدود ۵۰۰ هتل از مجموعه هتل‌های هیلتون، میهمان‌ها می‌توانند تمام دستگاه‌های اتاق خود را کنترل کنند. اتصال از طریق برنامه تلفن همراه عمل می‌کند و نور، تجهیزات اتاق و تلویزیون را مدیریت می‌کند. برنامه‌های موجود اکنون به خوبی طراحی شده و می‌توانند به تمامی موارد مربوط به میهمان تسلط داشته و برای آن برنامه ترکیبی داشته باشند.

منبع: مسعود غلامی - دانشجوی دکترای تخصصی بازاریابی هتلداری - خبرگزاری دنیای اقتصاد