

MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE, CON TECNOLOGÍAS COMO EL BIG DATA, SERÁ CLAVE PARA LA RENTABILIDAD Y FIDELIZACIÓN EN LA INDUSTRIA HOTELERA, SEGÚN MINSAIT

- La transformación digital, con la incorporación de soluciones innovadoras, es el factor más relevante para conseguir una oferta de valor y diferencial, posicionarse ante los nuevos competidores y mantener la fidelización
- La evolución tecnológica de los propios consumidores y la irrupción de nuevos clientes, como los Nativos Digitales, marcarán un hito en los hábitos de consumo, con viajeros que reclaman ofertas más personalizadas y experiencias únicas que den valor a sus viajes
- Minsait ha liderado la ponencia sectorial de Turismo en el Encuentro Salesforce Essentials de Barcelona, donde ha dejado constancia de las principales tendencias y retos a los que se enfrenta el mercado hotelero para aumentar su rentabilidad e incorporarse a los nuevos modelos de negocio

Barcelona, 22 de junio de 2017.- La evolución digital, que está permitiendo a las cadenas hoteleras conocer mejor a sus clientes gracias a la inclusión de nuevas tecnologías como el Big Data, los CRM's o el Internet de las Cosas (IoT), está convirtiéndose en el elemento más importante para mantener la rentabilidad en la industria hotelera y contribuir a la fidelización de los clientes. Así lo ha manifestado Josep Huguet, responsable de Turismo de Minsait, la unidad de negocio de Indra que da respuesta a los retos que plantea la transformación digital, durante su intervención en el Encuentro Salesforce Essentials de Barcelona, donde ha defendido la importancia de ofrecer experiencias diferenciales y memorables en alojamientos y hoteles.

La experiencia global que el huésped tiene durante su viaje (lo que se conoce como Customer Journey) es clave para contribuir a su retención y fidelización y para ello “debemos ser capaces de aportar soluciones y servicios que lo acompañen por un hotel cada vez más inteligente, capaz de hacerle la estancia más fácil y de ofrecerle servicios más personalizados y en tiempo real”, ha matizado Huguet, subrayando la capacidad de Minsait no sólo para dar una visión global del negocio sino, además, para aportar soluciones tecnológicas que contribuyen de forma tangible a un aumento de ingresos por cliente, aumentan el conocimiento del viajero, ayudan a una gestión comercial eficiente y, en definitiva, mejoran el resultado final.

Las soluciones CRM, que sirven a las empresas para administrar sus relaciones con los clientes, el Big Data o el Internet de las Cosas (IoT) pueden dar respuesta a esas nuevas demandas. En el primer caso, la digitalización del sector y el uso de redes sociales e internet permiten obtener una gran cantidad de información que tiene que ser tratada con lógica de negocio para que se traduzca en conocimiento del cliente y facilite el diseño de ofertas a medida. También se contribuye a la fidelización y retención con experiencias únicas, gracias a la aplicación de soluciones de IoT en lo que se ha venido a llamar Hoteles Inteligentes (Smart Hotels). Tecnologías que contribuyen a una mejor valoración por parte del consumidor y que se complementan con otras como las soluciones de realidad aumentada, gestión de contenidos, servicios online de CheckIn, aplicaciones para facilitar el pago, ayuda a la navegación interna, actividades gamificadas...

Un nuevo viajero... que llega para quedarse: el Nativo Digital

Durante su intervención en la ponencia sectorial de Turismo y Transporte, Josep Huguet ha recordado que la industria hotelera se encuentra en un proceso de dinamización marcado por la innovación, la inversión y, sobre todo, el propio conocimiento tecnológico por parte del viajero, que ha supuesto un antes y un después en la concepción que se tenía sobre reservas y alojamientos. El cliente de hace unos años no es el cliente actual y reclama otros canales para relacionarse y conseguir experiencias más placenteras en sus

alojamientos o estancias. Este escenario, que cambia constantemente, exige “una mayor eficiencia y personalización de la oferta para conseguir el mismo impacto”.

Como protagonistas de este cambio en los hábitos de consumo, por primera vez aparece un nuevo segmento de clientes que están cambiando la forma de consumir. Se trata de los Nativos Digitales, menores de 35 años que han crecido bajo la cobertura de las nuevas tecnologías y utilizan los recursos digitales en su día a día. Ellos son los que marcarán las oportunidades de desarrollo en el medio y largo plazo ya que van a aumentar su gasto medio a la vez que su capacidad para viajar.

Si bien actualmente, los segmentos de población adultos y sénior son los que cuenta con mayor capacidad de viaje, la oferta turística debe ir enfocándose a otros segmentos más jóvenes, tecnológicos e innovadores, por ser ellos los que determinarán la evolución de la industria en el futuro.

Sobre Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la unidad de negocio de Indra que da respuesta a los retos que la transformación digital plantea a empresas e instituciones. Su oferta está orientada a la consecución de resultados inmediatos y tangibles. Indra ha agrupado en Minsait su cartera de soluciones de tecnología y consultoría en el negocio digital, que le han convertido en una de las empresas líderes de este mercado en España. Minsait se caracteriza por una metodología diferencial, una ampliada cartera de soluciones de negocio, un modelo propio y diferente de venta, entrega y soporte orientado a la generación de impacto, y una organización flexible basada en equipos multidisciplinares, formados por especialistas de perfiles muy concretos. Minsait completa la oferta del resto de verticales de alto valor de Indra, favoreciendo su orientación hacia los negocios clave de sus clientes, y con ello será un motor para acelerar el crecimiento de Indra.

Acerca de Indra

Indra es una de las principales empresas globales de consultoría y tecnología y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Dispone de una oferta integral de soluciones propias y servicios avanzados y de alto valor añadido en tecnología, que combina con una cultura única de fiabilidad, flexibilidad y adaptación a las necesidades de sus clientes. Indra es líder mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas integrales en campos como Defensa y Seguridad; Transporte y Tráfico; Energía e Industria; Telecomunicaciones y Media; Servicios financieros; y Administraciones públicas y Sanidad. A través de su unidad Minsait, Indra da respuesta a los retos que plantea la transformación digital. En el ejercicio 2016 tuvo ingresos de 2.709 millones de euros, 34.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.