



Innovación en el sector turístico y hotelero

La relación digital con el cliente

Innovación no es tecnología



Hipótesis de la Reina Roja

Alicia en el País de las Maravillas

Hace falta correr mucho para **quedarse en el mismo sitio.**

Hace falta correr el doble para **avanzar.**

Las empresas turísticas destinan pocos recursos a I+D

Innovación de destino



Turismo = red de servicios

Desagregación de la demanda

Internet ha traído la reintermediación

- O intermedias o estás intermediado
- El canal directo es una ilusión si no eres una gran marca*
- Google, Facebook... son intermediarios

Reserva de hoteles > OTA

Post viaje > Captación de reviews

- Portales de comentarios
- Redes sociales
- Comentarios en OTA

Relación digital con el cliente

La última 'frontera'



**Muchos operadores se
están posicionando.**

- Desde el momento de la **reserva en origen**.
- Con **motivos 'imbatibles'** para la **descargada de la App** del hotel/destino.
- La planificación del viaje es en estos momentos una **travesía incomoda e ingrata**.
- El hotel y el propio destino deben **ejercer de anfitriones**.
- Un óptimo **'customer journey'** revertirá en **reputación, repetición de destino y mayor rentabilidad**.

Personalización

- Ofrecer a cada usuario la estancia ajustada a su perfil requiere inteligencia de negocio y tener acceso a grandes bases de datos.
- El **big data** que generan los turistas nos dará información valiosa para **seguir innovando y dando el mejor servicio.**
- **La captación de esos datos** es el objetivo.



Hotel Digital Assistant



Producto

Plataforma digital
Información in-out hotel

APP, web App, tablets gratuitas.

Wi-Fi móvil para 10 dispositivos
gratuito



Un proyecto de



- Tablet y servicio **MI-FI gratuito hasta 10 dispositivos.**
- **Información y servicios de la ciudad.**
- Grupo Texting Big Data SL



- **APP y back-end**
- **Información y servicios del hotel.**
- **Línea de comunicación constante con el hotel.**
- Apoyada por Barcelona Activa, Segittur, ICF, Enisa



Aumentar **reservas directas**

- Valores añadidos frente a OTA

Ingresos extra.

- Servicios hotel > Upselling y crossselling.
- Comisión por ticketing y venta actividades turísticas.
- Publicidad de terceros



Información útil y ordenada del hotel y la ciudad.

> **Personalizada** por cada tablet según perfil del cliente

Comunicación permanente con el hotel

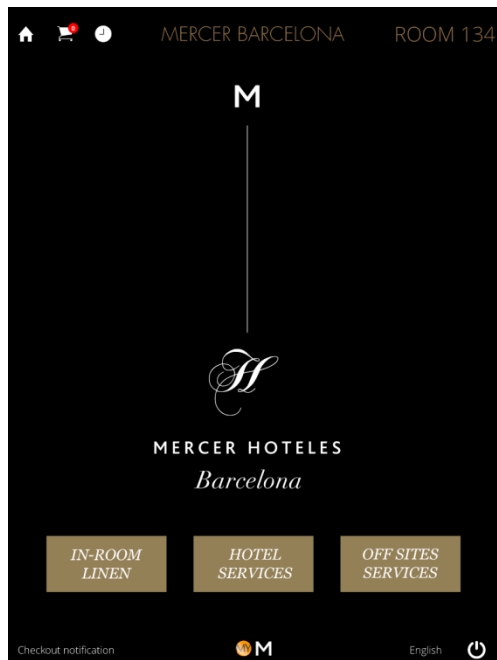
Conexión gratuita a internet para 10 dispositivos.



Incrementar la **eficiencia con datos**

Modelos de conducta de huéspedes por hotel .

Datos cuando está en el hotel y cuando sale a la ciudad.
Qué consulta, qué compra.



Reducir consultas innecesarias

Convertir en **autoservicio** las consultas y acciones sin valor añadido (Ticketing, transfers, taxis, roomservice...).

Eliminar material impreso

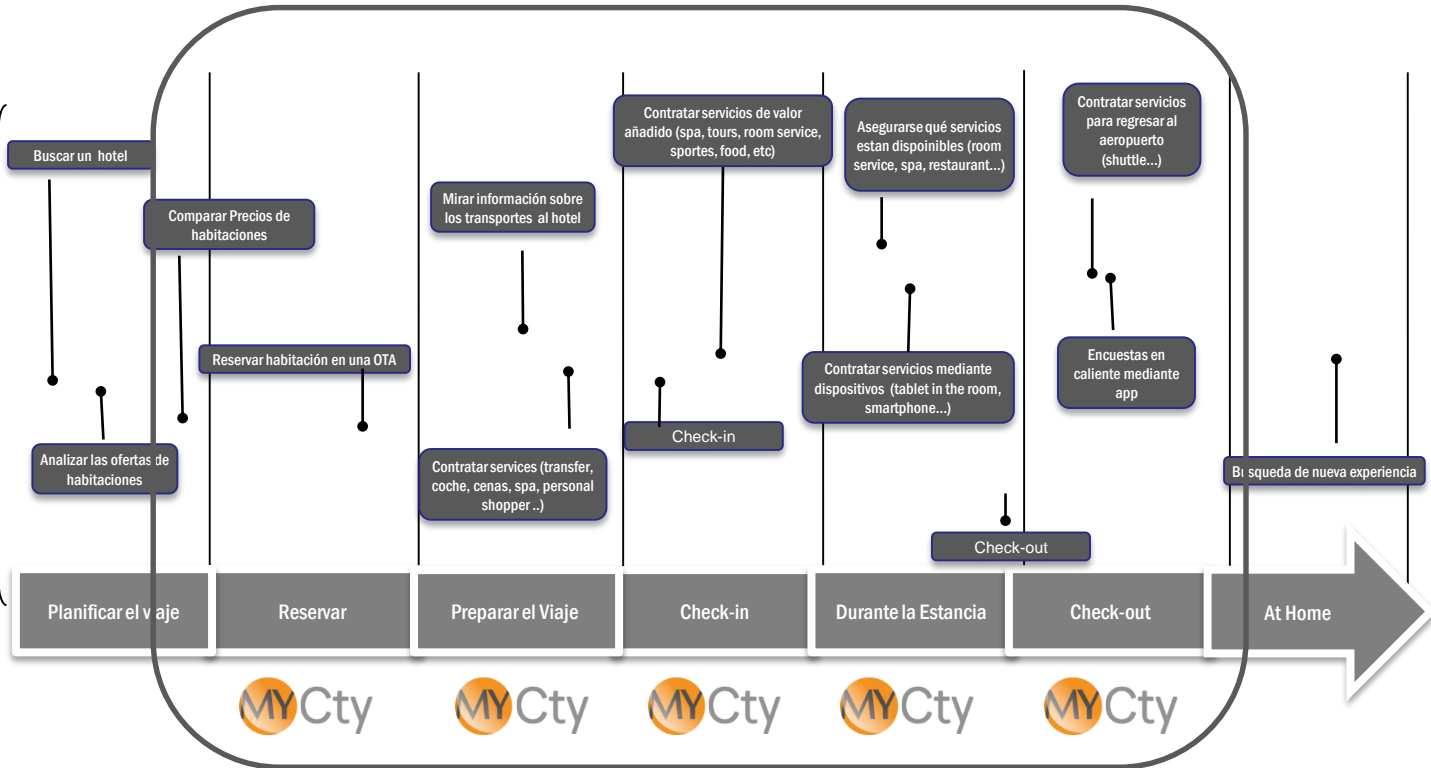
El sistema **distribuye y gestiona las peticiones.**

Por orden de llegada, importancia y disponibilidad del personal

El producto



Experiencia Emocional





Hotel Digital Assistant

