


O seu hotel está
preparado para
a transformação
digital?





A digitalização está entre as transformações mais importantes do nosso mundo. Inovações digitais e novidades tecnológicas são motores de desenvolvimento e mostram o seu impacto em todos os lugares, especialmente nos setores de manufatura, ICT (Informação, Comunicação e Tecnologia), entre outras indústrias de serviço. No setor de turismo e hotelaria, a digitalização causou grandes revoluções que mudaram para sempre a dinâmica de mercado. O que antes era um diferencial de mercado, hoje se torna algo obrigatório para a sobrevivência. O diferencial competitivo está na maneira da utilização das tecnologias para prover a melhor experiência de estadia para o seu hóspede e, assim, fidelizá-lo.

1 - Revolução Digital

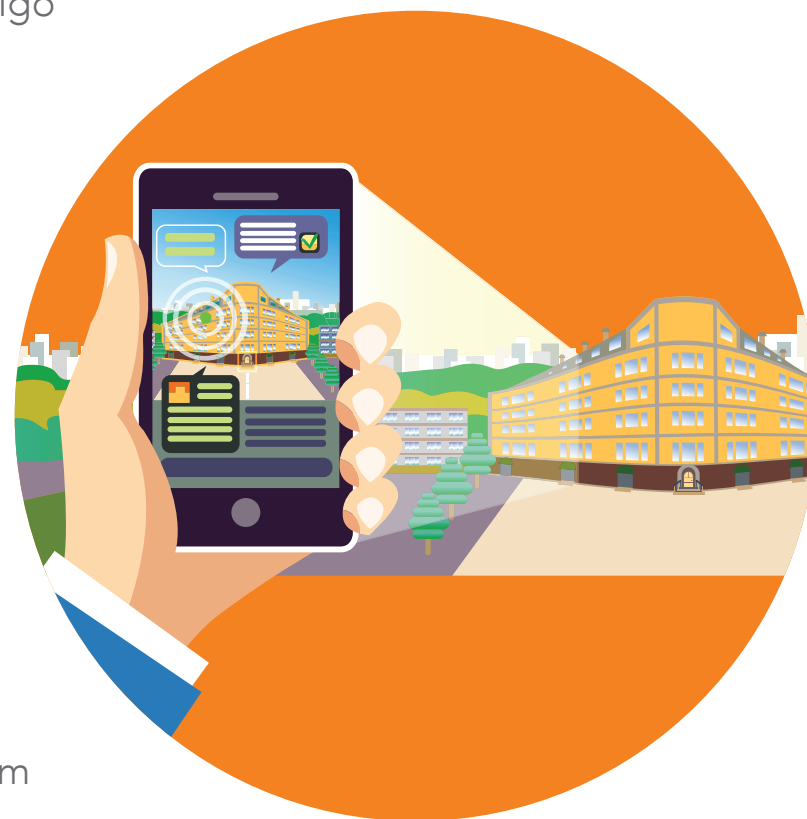
Apesar de hoje ser um dos assuntos mais comentados não apenas no mercado, mas também no dia a dia da sociedade, a Revolução Digital ainda é algo que poucas pessoas conseguem explicar.

A transformação digital, que também é conhecida como **Terceira Revolução Digital**, compreende a passagem do uso da tecnologia eletrônica mecânica analógica para a eletrônica digital.

Este processo foi iniciado no final dos anos 50 e dos anos 70 com a expansão do uso de computadores digitais e, conseqüentemente, arquivos digitais, que utilizamos até os dias atuais.

O grande pilar dessa revolução é a **produção em massa**, possível graças às linhas de montagem. Mas, diante da evolução da internet e de tecnologias inovadoras e disruptivas, hoje, a própria Revolução está evoluindo, sendo muito clara na **Indústria 4.0** com a customização em massa. Ela ainda trabalha com a produção em grande escala, mas agora com **produtos personalizados** que atendem às demandas individuais dos consumidores.

A Transformação Digital se traduz de formas completamente diferentes de acordo com as realidades de cada mercado e negócio. Então, **como se traduz no setor hoteleiro?** Para entender é preciso entender quando ela começou, e isso não faz parte da história recente.





A linha do tempo das grandes revoluções hoteleiras

A tecnologia não é apenas importante para o desenvolvimento do setor hoteleiro, ela é a base das grandes revoluções pelas quais ele passou ao longo da história. Para poder se ter uma visão mais ampla do que a transformação digital ainda pode oferecer para o futuro do negócio, é preciso olhar para o seu passado, mais precisamente para as três grandes revoluções que só puderam acontecer por conta dos avanços tecnológicos.



1ª Revolução

1980 - 2000

A criação do PMS

Antes do [PMS](#) (Property Management System ou Sistema de Gerenciamento de Propriedades em português) os hotéis faziam a sua gestão de forma manual em um livro de registro geral de hóspedes, o que tomava tempo, esforço e, conseqüentemente, dinheiro.

Esse sistema digital de gestão se tornou o pilar de toda a evolução do setor hoteleiro, afinal, foi a primeira vez em que era possível rapidamente acessar e gerenciar digitalmente reservas, quartos e a disponibilidade dos mesmos.



2ª Revolução

2000 - 2010

A chegada da internet,
Agências online de
viagens e Canais de
gerenciamento

Chega a internet e, junto com ela, uma das maiores mudanças da história do consumo da humanidade. Começamos a consumir produtos “imateriais” juntamente com os produtos tangíveis e reais. O volume de consumo dispara por conta da facilidade de encontrar, pagar e receber.

Com o aumento da demanda, muitas empresas decidiram aproveitar a boa fase e começaram a oferecer serviços de reserva online. As primeiras tentativas não foram muito positivas, mas foram importantes para a evolução do serviço e a solidificação das agências de viagem online.


A nova maneira de operar do mercado também trouxe novas necessidades. Apesar das facilidades, ainda era necessário gastar diversas horas por dia para fazer o gerenciamento das reservas geradas no site e também aquelas vindas das agências de turismo online, as inserindo manualmente, uma por uma, no PMS do hotel. Essa realidade mudou com o surgimento das [ferramentas de gerenciamento de canais](#), o que permitiu baixar e inserir dados de diversos canais diferentes de uma maneira muito mais rápida. Tudo o que você precisava era um computador conectado à internet para fazer todo o gerenciamento online do seu hotel.

A facilidade de gerenciamento dos próprios canais de marketing fez com mais e mais hotéis fechassem com agências de turismo online. Muitos consideram essa a era de ouro da distribuição online. As agências conseguiam ficar com comissões altas por conta da facilidade que garantiam para o mercado hoteleiro, mas não demorou muito para uma nova maneira de se escolher hospedagens aparecer e, mais uma vez, mudar toda dinâmica do mercado: os comentários online.

Tudo começou com os websites especializados no assunto. Na tentativa de oferecer um diferencial para os seus visitantes, muitos deles começaram a oferecer, além das informações de preço, fotos, disponibilidade e localização, uma área para comentários de clientes. Os hotéis focam ainda mais na qualidade da estadia oferecida para não apenas fazer o hóspede voltar, mas também se tornar um embaixador online, ajudando-o a promover o seu hotel online. Quanto mais comentários positivos, maior era a visibilidade online e, conseqüentemente, o sucesso do negócio. Todo o mercado começa a estimular que os seus hóspedes compartilhem as opiniões na rede. Assim surge o conceito de **e-reputação**.

Esse novo objetivo se mostrou algo difícil de se conquistar sem a ajuda da tecnologia. Diversas ferramentas são desenvolvidas para aumentar a quantidade de feedbacks recebidos, bem como para monitorar tudo o que é dito na web.

A qualidade do serviço e da experiência de hospedagem oferecidos se tornam o maior combustível para a visibilidade online.



3ª Revolução 2010 - 2015 A explosão da reputação online

E agora?

Revolução Digital 4.0 no setor hoteleiro

Ferramentas, práticas e processos que, até então, eram diferenciais de negócio, hoje se tornaram vitais para qualquer hotel que queira se manter no jogo.

Diante da história e do atual momento do setor, naturalmente surge a pergunta: qual será a tecnologia que irá liderar a 4ª revolução hoteleira?

Assim como nas revoluções anteriores, o ponto principal nunca foi a tecnologia em si, mas sim a motivação que cria as possibilidades de aplicação, para, então, termos uma motivação central.



E A RESPOSTA?

A Experiência do consumidor?

O que é Experiência do Consumidor.

Experiência do consumidor, também conhecida como CX, é definida pelas interações entre o consumidor e a empresa ao longo da sua relação comercial. Essas interações podem incluir percepção, descoberta, cultivo (da relação), recomendação, compra e serviço.

Em outras palavras: são as percepções do próprio cliente de como ele é tratado pela empresa/marca ao longo da sua jornada de compra. Essas percepções afetam o seu comportamento e constroem memórias e sentimentos para direcionar a sua lealdade.

Conhecer profundamente cada cliente é essencial para construir uma relação próxima que dura do dia que ele faz a reserva até ele se tornar um hóspede regular (e além). Nenhum momento de interação pode ser negligenciado. Se você garantir que as interações que ele terá com o seu hotel serão suaves, agradáveis e com uma melhoria contínua, você irá conquistar a sua lealdade. Caso contrário, você certamente estará direcionando o seu maior bem para a concorrência.

As oportunidades

O mercado hoteleiro, apesar do atual cenário econômico, apresenta perspectivas de crescimento para o próximos anos. Adicione a essa informação o fato de que, segundo a Deloitte, empresa inglesa de serviços, 10.2% do PIB global foi conquistado apenas pela indústria de viagens. Estamos falando de US\$1.6 trilhões.

A demanda é alta, da mesma maneira que é a pressão para o setor hoteleiro.



Os desafios

As expectativas do hóspede sofreram uma profunda mudança.

Para ele apenas uma cama para dormir não é o suficiente para satisfazê-lo. Ele, ao decidir se hospedar no seu hotel, espera uma experiência que adicione valor. Ele quer o algo a mais que faça o seu olho brilhar e o faça ter a certeza que está vivendo algo único e especialmente pensado e construído para ele.

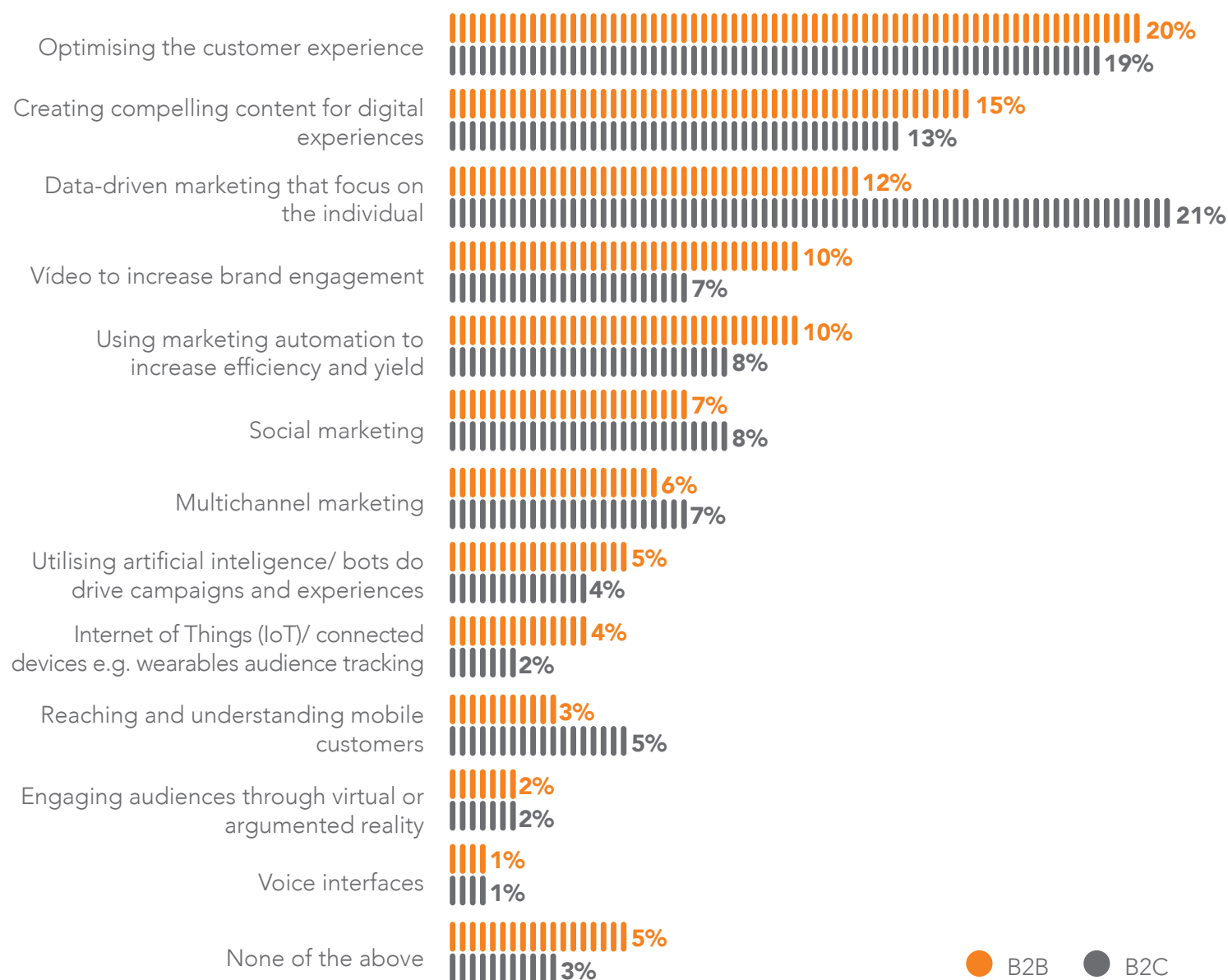
Muitas empresas já compreenderam isso, é o que indica a [pesquisa](#) da [Adobe](#) em conjunto com a [Econsultancy](#).

Ao serem questionados sobre qual é a maior oportunidade para as suas empresas para 2019, 20% das empresas com modelo B2B e 19% das empresas com modelo B2C responderam que era otimizar a experiência do consumidor.

Ao analisar as 3 respostas com maior porcentagem, todas estão relacionadas com a construção de experiências únicas e personalizadas.



Which one area is the single most exciting opportunity for your organisation in 2019? (B2B versus B2C)



Diante disso, o desafio está em responder a essas expectativas ao mesmo tempo em que se mantém as margens de lucro do negócio. Apesar das agências de viagem online serem impulsionadoras para o negócio, ficam com uma grande parcela por conta das suas comissões. Fora isso, a experiência do seu consumidor pode ter diferenciação (que pode levar a insatisfação), em comparação à jornada pura, ao fazer reservas diretas com você. Garantir a melhor experiência faz com que a sua relação com ele não tenha mais intermediadores.

O futuro: Inteligência Artificial, Realidade virtual e realidade aumentada

O desenvolvimento tecnológico não pode ser parado, entretanto, com flexibilidade e abertura, o segmento de turismo e hoteleiro podem se preparar para os desafios no horizonte.



Inteligência Artificial

O Google causou uma grande mudança em toda a dinâmica comercial mundial. A possibilidade de ranquear o posicionamento em buscas deu início a uma grande competição para a melhor visibilidade. No setor de hotelaria, a disputa se concentrou entre os blogs, sites de recomendação e sistemas de agências de turismo online de comparação de preços. Com o uso dos [cookies 2.0](#), que permitiu uma comunicação de mão dupla com o fornecimento de dados da jornada online, o consumidor se tornou parte constante dos modelos de negócio, porque, empresas que buscam manter o sucesso no longo prazo precisam entender detalhadamente as necessidades dos seus clientes.

O desenvolvimento de serviços digitais demandam a identificação do usuário, informações das suas preferências individuais e uma calibração baseada nas suas decisões por meio da IA. Nas soluções de IA baseadas em decisões, os antigos fatores de decisão são substituídos por uma assistente virtual pessoal, que é capaz de mapear as preferências do hóspede baseadas nos seus rastros digitais e criar uma oferta personalizada otimizada do sistemas de [Big Data](#) disponíveis. **Essa é a personalização individualizada em grande escala.**

Realidade virtual e realidade aumentada



Além das tecnologias inovativas, diversos novos espaços completamente diferentes dos destinos usuais abriram para o turismo. Já há estudos em andamento sobre as possibilidades de espaços de turismo online e as suas oportunidades para o mercado de turismo e hoteleiro. Na Realidade Virtual, com um óculos especial, o usuário pode visualizar o espaço que escolher, ficando em profunda imersão e fechado do mundo real.

Imagine uma pessoa que está indecisa quanto ao seu próximo destino de viagem. Ao invés de se apoiar apenas em sites, comentários, vídeos e fotos, ele poderá “viver” os próprios lugares por meio da Realidade Virtual e escolher a melhor experiência. Essa experiência pode se estender para o hotel. Imagine ele fazendo um tour virtual para conhecer melhor o seu negócio. É uma nova maneira de influenciar a decisão de escolha ao mesmo tempo em que se trabalha a experiência do consumidor.

Bloco de Dados

Os novos desenvolvimentos tecnológicos estão todos conectados com as opções de pagamento alternativas que também podem ser utilizadas no turismo. O surgimento do Bitcoin e outras criptomoedas permitiram a criação de novos sistemas de pagamento. O sistema de pagamento em Blockchain é uma base de dados compartilhada, que registra continuamente uma sempre crescente lista de blocos de dado, prevenindo falsificações ou alterações dos dados. Um bloco consiste em uma lista de transações e os resultados dos cálculos feitos pelos programas armazenados. **Pelo fato das transações não estarem sujeitas às flutuações das taxas de câmbio e levarem poucos minutos para se concluírem - ao contrário dos dias úteis que as transações tradicionais levam -, essa solução pode significar uma opção de pagamento revolucionária para o mercado de turismo e, conseqüentemente para o hoteleiro também.**

A aplicabilidade do sistema de Blockchain é independente das taxas de câmbio. No caso das criptomoedas, não são as taxas de câmbio que realmente importam; o verdadeiro valor da moeda está na segurança da tecnologia e seu sistema de registro autêntico, transparente, inalterável e descentralizado.

Outro grande benefício do sistema é que as transações são realizadas sem nenhum agente intermediário, assim eliminando qualquer custo adicional. Quando as soluções de pagamento em Blockchain estiverem mais prontas para o "mercado comum", grandes intermediadores de serviços, como Airbnb, [Booking.com](https://www.booking.com), Trivago etc, provavelmente terão que lidar com alguma perda de posição no mercado, visto que os consumidores e os provedores de serviço irão realizar suas transações diretamente.



Conclusão

O seu hotel está pronto para a transformação digital a partir do momento em que compreende que ela não é uma opção, mas sim uma necessidade de sobrevivência. A tecnologia sempre esteve no centro das grandes revoluções do setor, mudando permanentemente a maneira pela qual é conduzido. Agora não é diferente. Se manter atualizado, não apenas nas novidades do setor hoteleiro, mas também no tecnológico é essencial. Entenda a relação dos seus hóspedes com o seu negócio. Aproveite cada interação para coletar e analisar dados.

Sobre a QMC

Desde 2011, somos uma empresa multinacional de torres de comunicação e infraestrutura wireless. Com matriz em San Juan, Porto Rico, estamos presentes em quatro países: Brasil, México, Colômbia e Porto Rico.

Além de possuímos diversas soluções próprias, incorporamos, adquirimos e operamos Torres de Telecomunicações, rooftops, Distributed Antenna Systems (DAS) e small cells para as operadoras de telecomunicações.

A QMC é uma empresa que atua em diferentes soluções capazes de promover sinal de celular de qualidade dos empreendimentos. Hoje, conta com mais de 100 projetos de cobertura indoor no Brasil entre hotéis, shoppings, hospitais, prédios comerciais, entre outros.

Somos fundados e liderados por um time experiente e determinado, com histórico de sucesso em empresas de torres de telecomunicações, DAS e Small Cells.





SOLUÇÕES WIRELESS PARA TODAS AS NECESSIDADES

Torres Build-to-Suit
Distributed Antenna Systems (DAS) para ambientes internos
Soluções Especiais e Small Cells
Aquisição de torres e terrenos

www.qmctelecom.com.br