

Uma casa longe de casa: o novo paradigma da hotelaria

A tecnologia para hospitality é hoje muito mais do que imagina. Novas tendências abrem espaço a novos negócios para Parceiros de IT num país cada vez mais aberto ao turismo

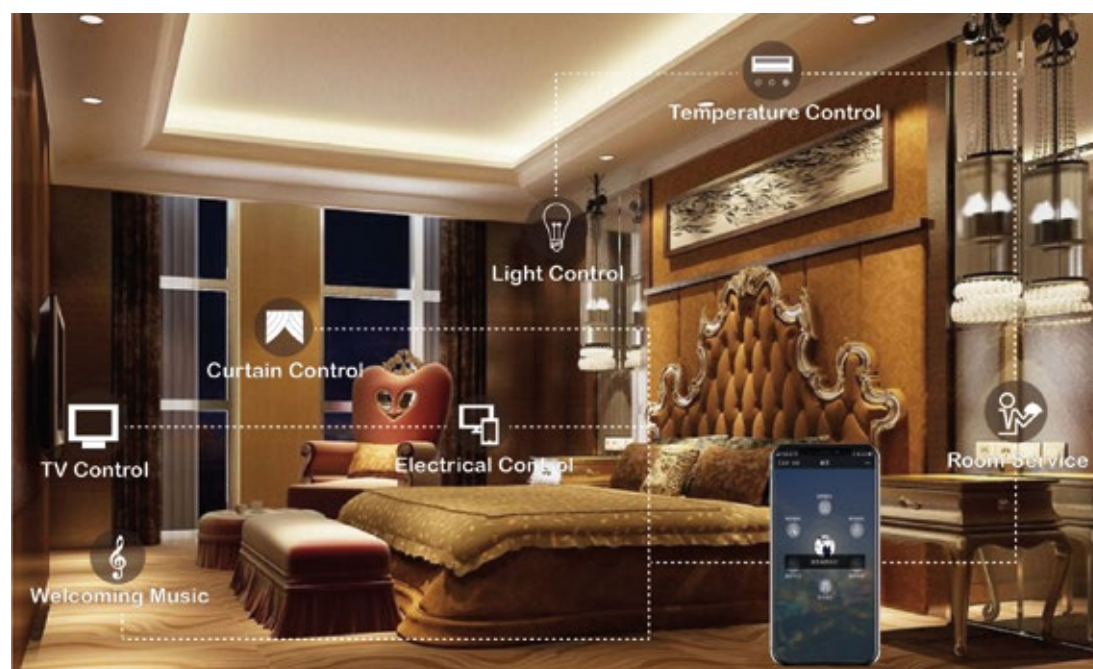
Margarida Bento

Num mundo cada vez mais digital, a tecnologia deixou de ser uma comodidade extra para passar a ser uma expectativa do cliente. À medida que os hóspedes dispõem de cada vez mais tecnologia nas suas vidas, o mesmo é esperado dos locais que frequentam – e no caso dos hotéis isto é especialmente sentido. Os hóspedes querem mais do que um lugar onde possam viver confortavelmente durante um determinado período de tempo – querem uma casa fora de casa, por muito curta que seja a sua estadia. Conseguir isto assenta, essencialmente, em dois pontos chave: maximizar a personalização, com recurso a soluções smart e de analítica, e minimizar a fricção, através da otimização da eficiência operacional e redução de problemas comuns associados com as viagens.

Experiência alicerçada na mobilidade

Uma funcionalidade cada vez mais popular é o uso do smartphone como cartão-chave, mas as aplicações móveis altamente integradas têm também vindo a ganhar terreno. Estas apps oferecem a maior flexibilidade e personalização possível com simplicidade de acesso – cada pessoa tem o seu próprio dispositivo móvel, que está sempre consigo, e a este fica associado o seu perfil na aplicação do hotel. O hóspede pode então personalizar tudo, desde a climatização do quarto, para cada altura do dia, à hora de acordar e ao serviço de quarto e de limpeza. Em suma: os hóspedes ficam com o comando literalmente na palma da mão, podendo controlar toda a sua experiência a partir do momento em que fazem check-in.

Algumas aplicações, como o Marriott Mobile, da cadeia de hotéis norte-americana, vão para além da simples automação de serviços, permitindo personalizar a experiência do hóspede proativamente durante toda a viagem. Independentemente da fase em que o hóspede se encontra – planeamento, viagem ou estadia – a aplicação vai disponibilizando informação e opções relativas aos serviços que os membros poderão mais precisar naquele momento



da sua viagem, com base no histórico de utilização de cada pessoa.

O conceito de concierge digital também está a ganhar popularidade: em complemento com a equipa da receção, os hóspedes podem usar a aplicação móvel do hotel para submeter pedidos de limpeza, valet parking, reserva de jantar, etc., como fariam com um concierge. O Marriott Mobile tem o Ask Anything, uma funcionalidade de concierge digital que dá resposta a tudo, desde pedidos de serviço de quarto até sugestões de locais para visitar na cidade.

Digital Signage, ponto essencial de comunicação

A digital signage traz consigo não só a vantagem de um ambiente mais moderno como também uma disponibilização de conteúdos dinâmica e, em certos casos, interativa, que resulta na otimização operacional, numa melhor experiência de cliente, e até mesmo em novas oportunidades de negócio.

No lobby, a digital signage pode ser utilizada para substituir quadros de aviso estáticos, unindo a utili-

dade à estética para criar um ambiente dinâmico e funcional. Num ecrã conetado, é possível oferecer em tempo real informação sobre o hotel, feed de notícias, informação sobre o tempo, publicidade, entretenimento, etc.



O Marriott Mobile permite uma experiência personalizada, desde a marcação da viagem até ao check out

A digital signage permite exibir num único ecrã informação importante e atualizada sobre eventos a decorrer no hotel, completa com agenda e opções de reserva, permitindo que os hóspedes ou participantes tenham acesso a esta informação sem necessidade de recorrer a um balcão de informação. Permite também promover as comodidades do hotel,

como spa, lojas e restaurantes, incluindo horários, ofertas e promoções.

É também possível, por exemplo, exibir uma agenda cultural local. Para além dos benefícios em termos de experiência do cliente, isto permite formar parceiras proveitosas com estabelecimentos e organizações locais.

A aplicação mais frequente de digital signage interativa é o wayfinding, encontrado em grande parte dos centros comerciais hoje em dia. Para além de um simples mapa, esta aplicação pode ser integrada com informação sobre eventos a decorrer no hotel.

Nos restaurantes e bares, para além da aplicação típica de digital signage para exibir menus e promoções, as tecnologias Point-of-Sale (POS) permitem reduzir os tempos de espera e facilitar o fluxo de clientes.

Sistemas como o TEOS Manage, da Sony, permitem gerir todo o ecossistema de digital signage do hotel, incluindo opções verticais específicas como booking e gestão de salas de reuniões.

implementado em alguns dos seus hotéis ao longo de 2018.

As vantagens que os sistemas de gestão de edifícios representam para os hotéis vão para além de oferecer uma experiência satisfatória aos seus hóspedes – permitem também poupanças através da otimização das operações e da eficiência energética, como é o caso do Hotel Evolution Lisboa, que, ao adotar o sistema de gestão centralizado SmartStruxure da Schneider Electric, conseguiu integrar todos os sistemas do edifício para maximizar a sua eficiência, alcançando uma poupança anual de 40% na fatura energética.

Smart TVs: novos serviços à espreita

As televisões foram das primeiras abordagens ao conceito de hotel conectado, e mantêm-se das mais comuns. As smart TVs podem permitir aos hotéis personalizar a experiência do mesmo modo que as

a picos horários, levam a um tempo de espera inconveniente para os hóspedes.

Um grande exemplo disto é o check-in automático. Depois do stress e cansaço de uma viagem, ninguém gosta de esperar numa fila para poder aceder ao quarto. A possibilidade de o poder fazer num ecrã de digital signage – ou pura e simplesmente com um toque através da aplicação do hotel – consiste numa enorme melhoria da experiência do hóspede.

O mesmo se aplica a soluções POS nas lojas e restaurantes do hotel, e, um passo à frente, nos bares self-service onde os hóspedes podem comprar refeições, snacks e bebidas a qualquer hora do dia (ou noite). A automação, contudo, nem sempre basta. É aqui que entram a analítica e a inteligência artificial. Seja nos serviços ou nas operações, é essencial que os sistemas tenham a capacidade de se adaptarem constantemente para alcançarem o máximo de eficiência e agilidade.

Oportunidades dos serviços de geolocalização

Parte do potencial das soluções móveis e da automação está na aplicação de serviços de geolocalização que permitem ao hotel saber com precisão a localização dos seus hóspedes, do staff e dos ativos. Este tipo de tecnologia ainda está a dar os primeiros passos, mas tem enorme potencial, tanto a nível de operações como de experiência do hóspede.

Do ponto de vista operacional, a geolocalização permite agilizar aspetos logísticos como a limpeza dos quartos, ao saber exatamente quando os hóspedes deixam o quarto e a localização e status de todo o pessoal de limpeza.

A nível de experiência do hóspede, permite oferecer, por exemplo, serviços fora do quarto via aplicação móvel: em qualquer parte do hotel, o hóspede poderia pedir uma refeição ou bebida, como faria através do serviço de quarto, e esta ser-lhe-ia entregue diretamente no local.

WiFi – conectividade robusta

Uma conexão rápida e gratuita à internet já não é uma comodidade: é uma expectativa que diz diretamente respeito aos serviços básicos de um hotel. À medida que os dispositivos móveis se multiplicam – e que cada hóspede viaja com mais do que um – levantam-se desafios para a largura de banda, especialmente se estiverem a ser utilizadas aplicações móveis no hotel: todos os hóspedes, sem exceção, vão estar ligados à internet, no mínimo através do smartphone, com aplicações de fundo a correr constantemente, e independentemente do que o hóspede estiver a fazer.

Adicionalmente, grande parte dos hóspedes estarão também a utilizar um laptop ou um tablet. A infraestrutura de rede do hotel tem de estar preparada para esta carga, sem perda de qualidade da conexão. ■



Smart rooms e sistemas de controlo – a IoT no seu esplendor

À medida que os viajantes adotam tecnologias de smart home, automatizando e simplificando os espaços em que vivem, vão começar a solicitar, durante as suas viagens, comodidades de alta tecnologia muito para além do acesso Wi-Fi.

As smart rooms permitem que o hóspede controle completamente o ambiente do seu quarto através de uma aplicação móvel, TV, interface especial ou mesmo de um assistente de voz como a Alexa, da Amazon. Isto inclui a climatização, estores, iluminação, até mesmo detalhes, como a programação do despertador, serviço de quartos, etc., tudo a partir da mesma plataforma. Bem implementado, permite um nível de personalização que oferece ao hóspede uma sensação de “casa fora de casa”.

Vários hotéis já implementaram smart rooms, como é o caso do grupo Hilton, que anunciou recentemente o lançamento de um conceito de smart room a ser

aplicações móveis: dependendo das funcionalidades de que o hotel dispõe, podem servir como interface dos controlos do quarto e ponto de acesso a todos os serviços oferecidos pelo hotel, como o serviço de quartos e concierge, ao mesmo tempo que funciona como uma televisão normal com a adição de serviços de streaming e internet browsing, cada vez mais privilegiado pelos hóspedes.

Alguns hotéis capitalizam ainda mais sobre esta tecnologia ao formar parcerias com estabelecimentos locais, como restaurantes e car rentals, permitindo aos hóspedes consultar menus e mapas e fazer reservas diretamente a partir da sua TV.

Automação de serviços, analítica e IA para transformar a experiência

Estas tecnologias não implicam necessariamente a substituição de colaboradores humanos: assumem apenas tarefas mais repetitivas que normalmente sobrecarregam a equipa e que, por estarem sujeitas