

EL IMPACTO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN LA HOSPITALIDAD

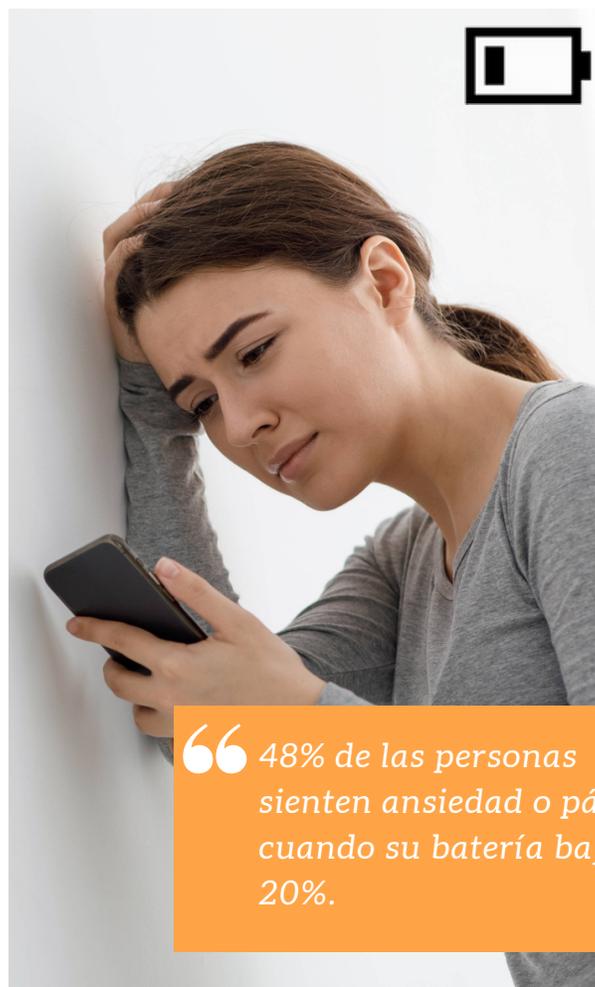


EL SMARTPHONE LLEGÓ PARA QUEDARSE

Por Rubén Schaffer

Sin duda los teléfonos inteligentes son los dispositivos que más han irrumpido y alterado nuestras vidas en los últimos 15 años.

Son herramientas formidables que permiten no solo la comunicación sino también hacer videos, tomar fotografías, interactuar en redes sociales, escuchar música, comprar de todo tipo de productos, buscar pareja, enterarse de todo tipo de noticias ver películas y series, acceder a transporte, pagar, etc. Su precio, funcionalidad, versatilidad y portabilidad los han vuelto compañeros inseparables de miles de millones de personas. Los utilizamos para tantas cosas que es inevitable su presencia casi en todo momento en nuestras vidas, y como tal, han moldeado buena parte de nuestras conductas, preferencias y expectativas. Este mismo texto está siendo dictado a mi celular.



“ 48% de las personas sienten ansiedad o pánico cuando su batería baja del 20%.”

EL COVID HA ACELERADO LA DIGITALIZACIÓN

La indudable influencia de estos dispositivos en nuestras vidas y conductas se vio potenciada aún más a raíz de la pandemia que aceleró la adopción y generalización de diversas tecnologías como las videoconferencias, los códigos QR, los pagos y el acceso por NFC entre muchos otros.

Su influencia es tal que por citar solo alguno de una infinidad de estudios y estadísticas, tenemos: en EU

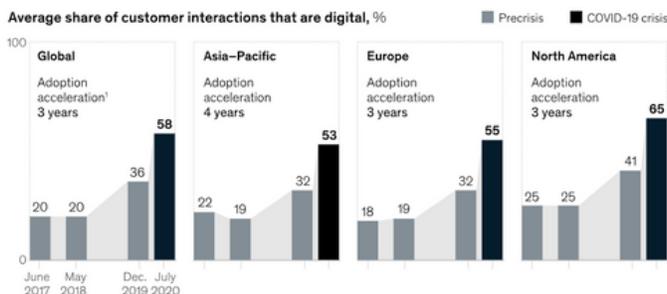
54% de las personas sienten pánico cuando su batería baja del 20%.

67% han enviado mensajes de texto a personas que estaban en la misma habitación que ellos.

41% de los encuestados prefieren no tener relaciones sexuales por año a no tener su teléfono por un año.

etc.

The COVID-19 crisis has accelerated the digitization of customer interactions by several years.



<https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>

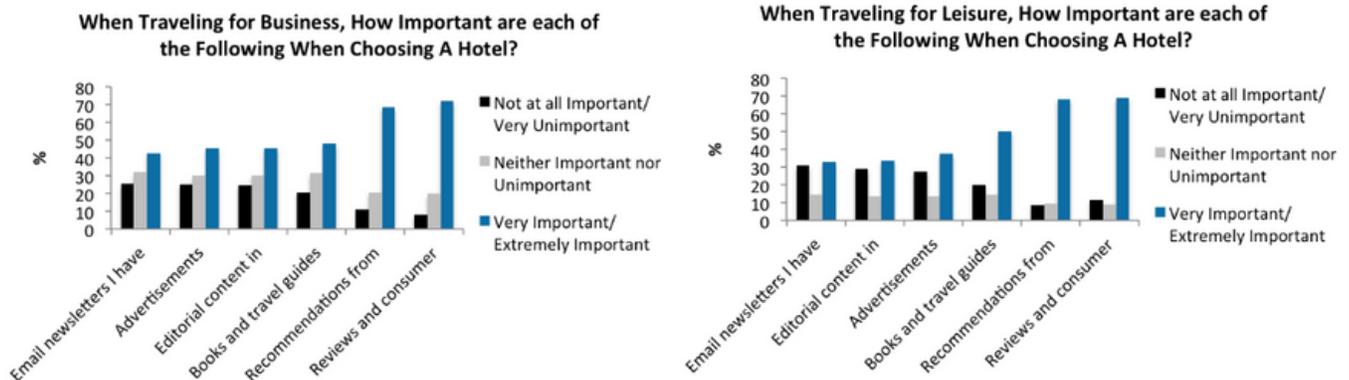


<https://www.reviews.org/mobile/cell-phone-addiction/>

LAS NUEVAS EXPECTATIVAS

Desde nuestra labor como expertos en sistemas QR para hoteles y restaurantes, durante nuestro proceso de diseño de sistemas, hemos entrevistado e interactuando con nuestros clientes y usuarios en toda América Latina, EUA y España, así como con expertos del ramo llegando a las siguientes conclusiones.

Los comensales y huéspedes esperamos la misma capacidad de respuesta en nuestro servicio, a la que para bien o para mal, nos han acostumbrado los celulares. La industria de la hospitalidad es seguramente la industria más sensible a esta situación, pues las experiencias y a las narraciones de las experiencias de los clientes que suben a sus redes sociales y sitios especializados, afectan al negocio directamente. Sitios especializados indican que 76% de los viajeros están dispuestos a reservar en hoteles con mejor calificación, aunque sean más caros. Así mismo las recomendaciones ya sean directas por estos portales son el factor más importante a la hora de elegir hotel.



<https://resources.trustyou.com/c/wp-effect-of-reviews?x=0MFT5U&cn=wp-effect-of-reviews&ct=White%20Paper>

Como su nombre lo indica, en la industria de los servicios la clave está en el servicio al cliente. La clave del servicio al cliente es cumplir con sus expectativas. A su vez las claves para entender, atender y cumplir estas expectativas, en esta era de celulares e hiperconectividad son:

- *Inmediatez, confort y simplicidad*
- *Múltiples niveles de interacción*
- *Personalización*
- *Retroalimentación e interactividad*
- *y Diseño*



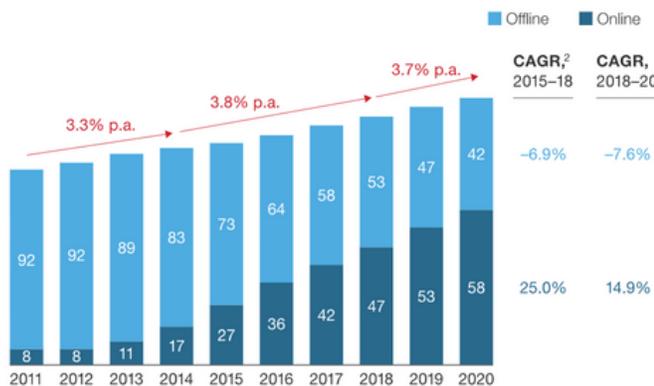
INMEDIATEZ, CONFORT Y SIMPLICIDAD

Claves del servicio al cliente

Unos cuantos toques y te enteras del clima, compras una computadora que te será entregada en tu casa, haces la compra del súper, firmas un contrato, "asistes" a una importante junta de trabajo, ves tu película favorita. Estamos muy acostumbrados a cubrir muchas necesidades y resolver problemas desde el celular. Si bien entendemos que en muchas situaciones no es posible o deseable, las tendencias y frecuencia de uso marcan una clara preferencia por los servicios brindados de manera rápida y sencilla desde el celular.

En el sector específico de alimentos, la preferencia de las apps sobre las llamadas telefónicas también es marcada y creciente.

Total addressable classic food-delivery market,¹ %

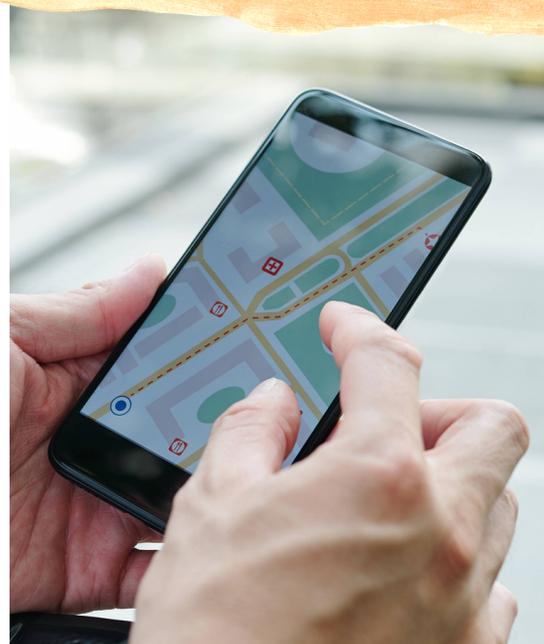


<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-changing-market-for-food-delivery>

Los usuarios de Uber que llegaron a usar los sitios de Taxis usan de 2 a 7 veces más este servicio de lo que usaban los sitios de Taxi. En nuestras entrevistas confirmamos las razones de esta tendencia al escuchar éstas y otras respuestas similares a por qué prefieren Uber.

- "No tengo que dar explicaciones unos cuantos toques y listo"
- "Es mucho más fácil y rápido que llamar un radiotaxi"
- "Es más fácil y me siento más segura"
- "Antes o pactaba con anterioridad que un taxista me llevara de bar en bar toda la noche o manejaba tomado, ahora puedo pedir el Uber aunque yo mismo no sepa bien donde estoy"

"No tengo que dar explicaciones: unos cuantos toques y listo"

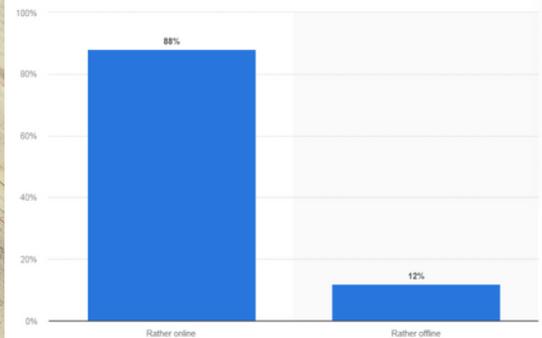


Por motivos similares, nuestros entrevistados hacen de 3 a 10 veces más operaciones en línea al mes, comparado a lo que hacían cuando tenían que acudir al cajero automático o la ventanilla del banco.

En la hotelería ya en 2017 había una amplia preferencia por las reservas en línea, tendencia que solo ha aumentado.



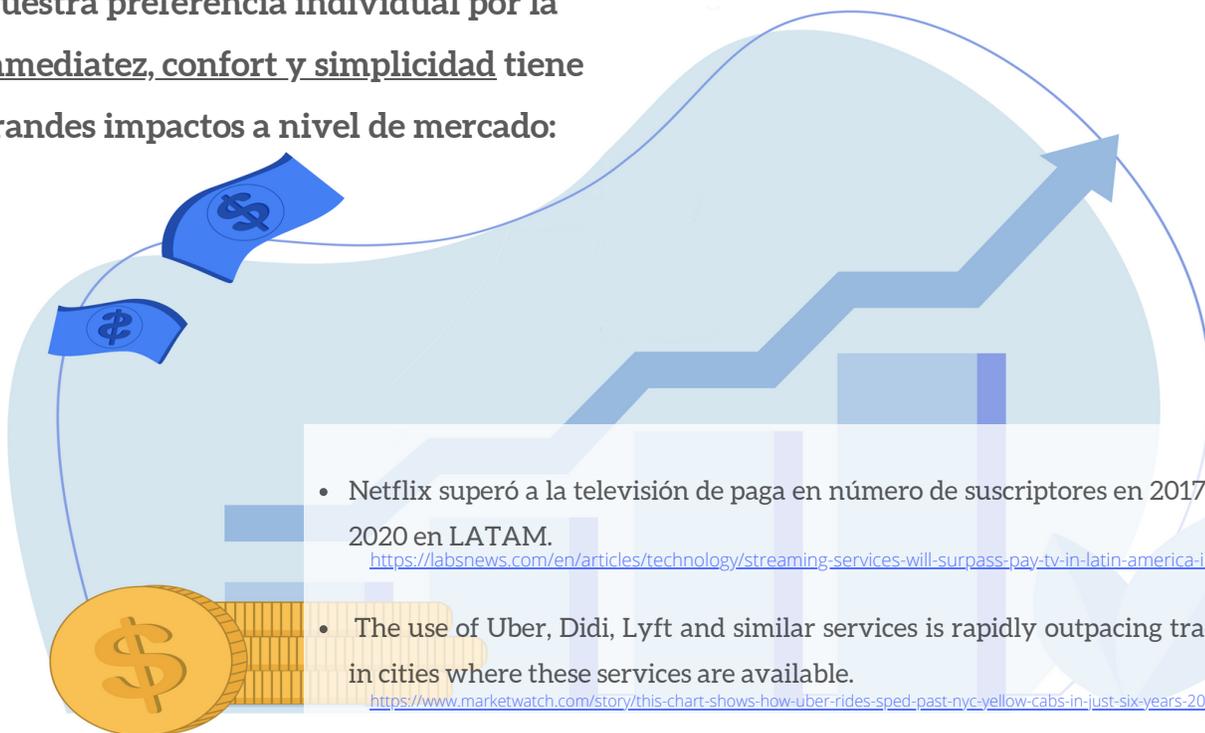
Distribution of adults in the United States by their preference of hotel booking online or offline in 2017



<https://www.statista.com/statistics/666643/preference-of-online-or-offline-hotel-booking-us/>

- ▶ 148.3 million travel bookings are made by people online every year.
- ▶ By 2020 sales will hit \$817 billion a year.
- ▶ 57% market growth by 2020.
- ▶ 10% market growth on average every year since 2014 to 2019.
- ▶ 14% was the largest market growth from 2016 to 2017.
- ▶ 6% was the lowest market growth year on year between 2014 to 2015.

Nuestra preferencia individual por la inmediatez, confort y simplicidad tiene grandes impactos a nivel de mercado:



- Netflix superó a la televisión de paga en número de suscriptores en 2017 en USA y en 2020 en LATAM.
<https://labsnews.com/en/articles/technology/streaming-services-will-surpass-pay-tv-in-latin-america-in-2020/>
- The use of Uber, Didi, Lyft and similar services is rapidly outpacing traditional taxis in cities where these services are available.
<https://www.marketwatch.com/story/this-chart-shows-how-uber-rides-spied-past-nyc-yellow-cabs-in-just-six-years-2019-08-09>
- Compañías como Amazon, Google y Apple están permanentemente entre las más valiosas del mundo.
<https://www.financecharts.com/screener/biggest>

MÚLTIPLES NIVELES DE INTERACCIÓN

Claves del servicio al cliente

Otra frase frecuentemente encontrada durante nuestras entrevistas al indagar sobre por qué se prefiere el uso de Amazon, Rapi, Uber, Didi, Cornershop, etc. es “porque no tengo que llamar”. Esto podría parecer contraintuitivo al hecho de que una llamada suele relacionarse con: mayor atención, respuesta inmediata y trato personal. Todas cosas que suelen ser percibidas como elementos muy satisfactorios en cualquier experiencia. Lo que ocurre es que esta interpretación pasa por alto que una llamada también exige al cliente esa misma mayor atención, respuesta inmediata y trato personal. Si por ejemplo alguien está viendo una película en su habitación tiene que interrumpir para poder escuchar y decir que desea. Los clientes no quieren dedicar ese grado de esfuerzo y atención a todas las tareas de su vida. Ese grado de atención es exclusivo para un pequeñísimo grupo de actividades.

Las personas eligen distintas formas de comunicación dependiendo de cada momento

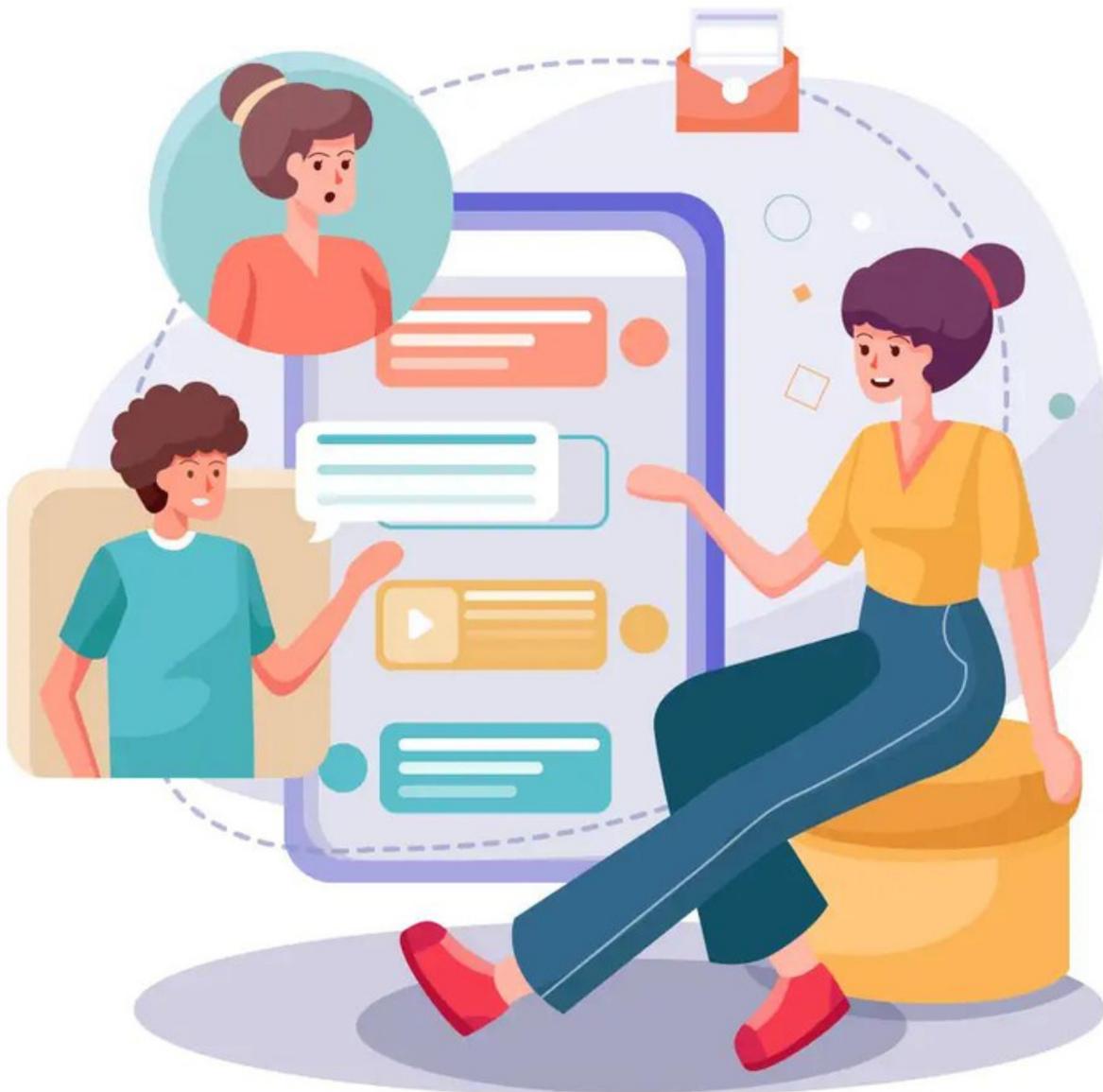
Un gran reto es que el grado de atención que las personas desean dedicar a cada cosa, varía no solo de persona a persona, sino en una misma persona en diferentes momentos. Sin embargo, dentro de la industria de la hospitalidad, encontramos marcadas tendencias.



La habitación implica una intimidad que no se quiere compartir, mientras que en general, cuando el cliente está trabajando en el Business Center, implica que hay una tarea de mucho mayor importancia a la cual poner atención. En estas situaciones la mayoría de las personas suelen preferir aplicaciones y mensajes. En nuestras entrevistas prácticamente las únicas personas que rompían esta tendencia eran las que tienen restricciones dietéticas muy particulares, ya que no cumplirlas les puede causar mucho estrés, malestar y/o en algunos casos muy extremos hasta la muerte. Sin embargo, si sus exigencias alimentarias pueden ser transmitidas de manera sencilla y eficientemente por mensaje u aplicación, también las preferirían.

Por otra parte, en el restaurante, el paseo turístico o escenarios de convivencia, nuestra preferencia es por un trato en persona, no sin que haya excepciones. La clave para entenderlo es darnos cuenta que es un proceso muy análogo al que cada uno tenemos en nuestras comunicaciones: en algunos momentos solo queremos recibir el texto para saber que nuestro hijo, pareja o amigo llegó bien a casa, pero estamos concentrados en el trabajo y en otros queremos estar con ellos y charlar extensamente.

En conclusión, el huésped, tal y como ocurre en su vida cotidiana, le gusta pedir y elegir distintas formas de comunicación según sus objetivos y la atención que desea prestar a cada uno. Por lo tanto no hay una respuesta única en cuanto a cuál es la mejor forma de atenderlo, dependiendo de la circunstancia, hay un amplio rango: desde un impersonal mensaje automatizado, hasta un muy atento trato en persona, personalizado y expedito. Lo que es claro es que les gusta tener una variedad de opciones tal y como ocurre con los mensajes, las llamadas y las videoconferencias en el celular.





PERSONALIZACIÓN

Claves del servicio al cliente

Otro factor decisivo del éxito de los teléfonos inteligentes es la personalización. Esto incluye cómo cada usuario imprime sus gustos conscientemente al elegir sus aplicaciones o al elegir su fondo de pantalla y tono, pero es, sobre todo, lo que diversas empresas hacen al registrar las preferencias de sus usuarios por medio de la interacción y acciones de estos por medio de los celulares, aplicaciones y páginas. Es por esto que es muy frecuente escuchar durante las entrevistas frases como estás: "Me conoce mejor que yo mismo", "me hace recomendaciones muy buenas", "saben lo que me va a gustar", "parece que lee mi mente" etc. cuando se refieren a servicios y aplicaciones como Amazon, Netflix, YouTube y Google.

Esto nos lleva a recalcar datos evidentes, pero muchas veces ignorados, al tratar de dar servicio personalizado en el sector hotelero.

- 1.- La personalización es una de las herramientas de servicio más poderosas y que mayor impacto tienen para dar una gran experiencia al cliente.
- 2.- "Personalizado" no significa por fuerza "en persona".
- 3.- La personalización depende de la información disponible del cliente; si no se sabe nada sobre él, ninguna app o persona puede dar un servicio personalizado.



Otra fuerza que hace invaluable a la personalización es el incremento en la selectividad de los clientes. Tanto por simple preferencia como por alergias o enfermedades, somos cada vez más selectivos y melindrosos como clientes. Los días en que todas las opciones para el café eran con o sin azúcar han desaparecido y hoy hasta la cafetería más modesta tiene dos o tres opciones de endulzantes y de leche.

Esto no es privativo de un país ni de una industria ya que en 2014 al menos el 60% de los estadounidenses evitaba el consumo de al menos de un tipo de alimentos y en 2021 algo similar ocurría con el 50% de los australianos. Las marcas de autos de lujo permiten elegir entre una gran variedad de acabados para sus asientos, tableros y puertas e inclusive experimentan con pintura "dinámica". Mientras más sepamos de nuestros clientes los podremos atender mejor además de prepararnos y optimizar nuestro abasto, personal y procesos para hacerlo.

BMW INDIVIDUAL MANUFAKTUR VISUALIZER

BMW 220i Gran Coupé

> change

>Wheels

Serial Wheels

>Options

>Special Paints

>Interior

<https://www.bmw-m.com/en/fastlane/bmw-individual.html>



RETROALIMENTACIÓN E INTERACTIVIDAD

Claves del servicio al cliente

Sin duda una de las transformaciones más importantes a nivel social a raíz de la era digital y en particular los smartphones, es la democratización de la voz y la influencia. Internet es un medio de comunicación bidireccional y por lo tanto todos pueden publicar y opinar. Esto en el sector turístico se han vuelto decisivo. En un estudio de 2007 encontraron que más del 89% de las personas lee las opiniones de otros viajeros como parte integral de su proceso de planeación de viajes de placer siendo TripAdvisor el portal dominante en este segmento.

<https://www.tripadvisor.com/pdfs/OnlineTravelReviewReport.pdf>

En instantes tanto fallas como aciertos pueden estar en línea y afectar para bien o para mal nuestras reservas y precios por semanas o incluso meses.



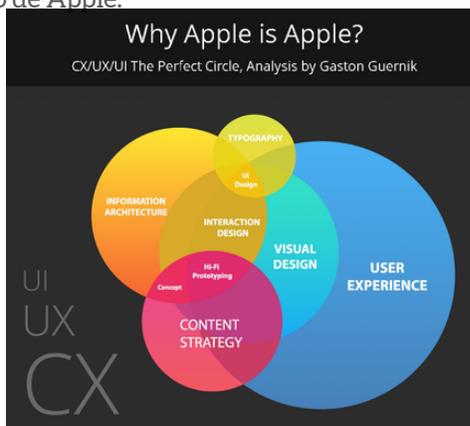
DISEÑO

Claves del servicio al cliente

En general cuando hablamos de diseño lo primero que nos viene a la mente es el diseño gráfico. Es sin duda una de las partes más importantes del diseño de un sistema porque la vista es el sentido que más información nos proporciona. Sin embargo, no es el único elemento del diseño de un sistema. Las apps y cualquier sistema informático deben cumplir una función si esta no se realiza el sistema no tiene sentido por bonito que sea.

Muchos ingenieros en sistemas caen en la trampa de la funcionalidad, creyendo que con lograr que el sistema realice la tarea para la que fue programado su misión está cumplida, pero de nada sirve si nadie lo usa.

De la necesidad de crear sistemas que las personas realmente usen surge el diseño de la experiencia de usuario (UX), que considera todos los aspectos que llevan a las personas a usar el sistema incluyendo claro el diseño gráfico, la interfaz (UI) y la funcionalidad, pero también cómo y cuándo accede el usuario al sistema, así como qué pasa antes, durante y después de usarlo (UX/CX). La consideración de todos estos aspectos es sin duda un componente clave del éxito de Apple.



<http://www.guernik.com/portfolio/why-apple-is-apple-cx-ux-ui-the-perfect-circle-ux-thoughts/>

Information transmission rates of the senses

sensory system	bits per second
eyes	10,000,000
skin	1,000,000
ears	100,000
smell	100,000
taste	1,000

<https://www.britannica.com/science/information-theory/Physiology>



Los Smartphones nos han acostumbrado a tener varias alternativas para una misma tarea: "iPhone o Android", "Uber, Didi o Beat", "Zoom, Teams o Meet", etc. Pero a la vez dentro de esa variedad se espera una cierta consistencia, como usuarios no nos gusta tener que aprender todo de nuevo para cada aplicación. Así podemos ver muchísimos elementos en común en las aplicaciones, el menú hamburguesa, los espacios para escribir y el botón rojo para terminar una llamada, el mapa para pedir un auto, etc.

CONCLUSIONES

Desde antes que llegaran los smartphones, ya había muchas características que nos gustan en un servicio y que no han cambiado. Lo que vemos es que muchas de estas características, como la inmediatez, confort, simplicidad, múltiples niveles de interacción, personalización y diseño, se han vuelto tan cotidianas usando los teléfonos inteligentes que hacen que las esperemos en cualquier interacción con los negocios.

Cumplir con todas estas expectativas no es fácil, el propio mundo de los celulares está lleno de aplicaciones difíciles de entender o de usar o que simplemente no funcionan. En los servicios presenciales hay también infinidad de ejemplos.

Nuestra aportación es utilizar esa misma herramienta que ha elevado y transformado las expectativas como un instrumento para facilitar cumplirlas.



OPORTUNIDAD PARA EL SECTOR DE LA HOSPITALIDAD

Usar los teléfonos inteligentes para generar una gran experiencia del huésped



Que todo el personal del hotel conozca el nombre, alergias y preferencias de los huéspedes. Que el huésped consuma desde su celular con cargo automático a la habitación en cualquier lugar del hotel. Que el personal de limpieza sepa fácilmente con detalle todas las peculiaridades que el huésped desea en su habitación. La personalización de los frigobares para maximizar el consumo y la personalización de los mensajes y promociones para el huésped son todos aspectos de un gran impacto para la experiencia del huésped que hoy son fáciles de implementar en tu hotel.

Por la pandemia en muchos países instauraron normas que impedían el uso de menús impresos. El menú QR se volvió rápidamente una de las alternativas más populares y dentro de estos la solución más inmediata fue poner copias (PDFs) del menú impreso en formato digital. Esta solución es una oportunidad desperdiciada. Por una parte, emula de manera muy deficiente el tener el menú impreso en nuestras manos. Uno de sus problemas es presentar en una pantalla comparativamente diminuta lo que fue diseñado para verse en papel y en formatos mucho más grandes. Pero sobre todo desaprovecha las inmensas posibilidades que implica tener un celular conectado a internet en nuestras manos. Es como si al buscar la traducción de una palabra en vez de teclearla en el buscador fuéramos a un índice inmenso y la buscáramos en orden alfabético entre miles de palabras, como si fuera un diccionario impreso.



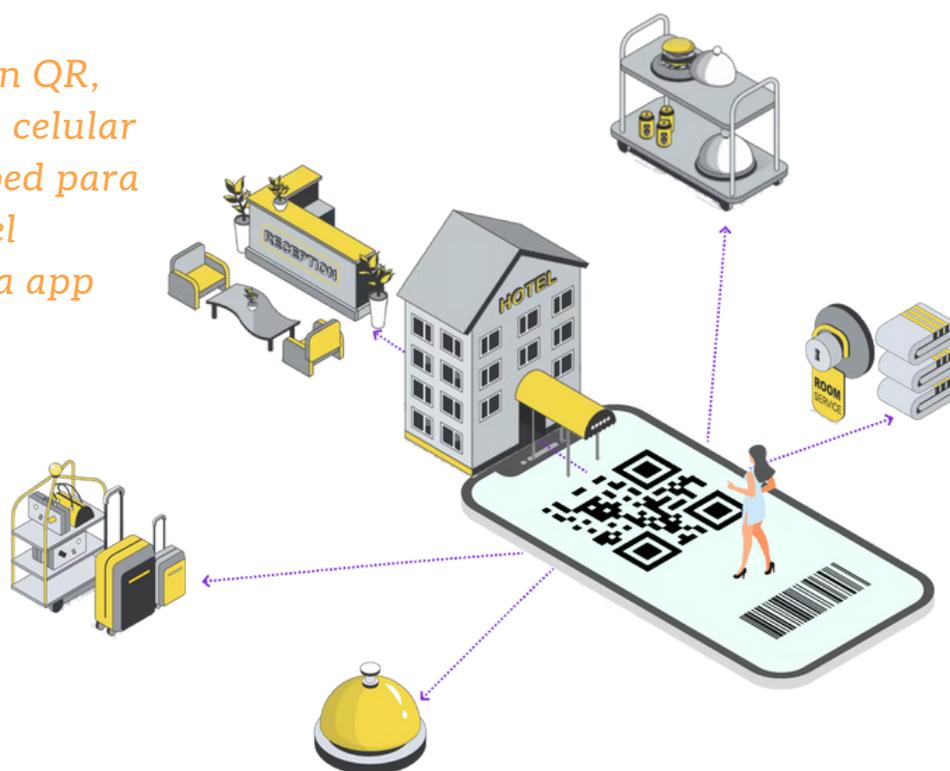
Con el sistema de atención a huéspedes de Sabio Host nos enfocamos en ayudar a nuestros clientes y a sus clientes a aprovechar esta oportunidad.

INMEDIATEZ, CONFORT Y SIMPLICIDAD

Con nuestro sistema pueden pedir directamente desde el menú que están consultando con cargo a su habitación sin tener que interrumpir la película y voltearse para buscar el teléfono fijo. De hecho, pueden pedir desde cualquier punto del hotel y la comida les llegará hasta ahí. Todo esto tan solo escaneando QRs. Sin llamadas, sin explicar dónde está, sin firmas incómodas.

Además de dar el confort de una App para acceder a los servicios del hotel evitamos uno de los grandes problemas que estas tienen, tener que instalarlas. No todos tienen el espacio suficiente en su celular y muchos de los que lo tienen aun así no quieren pasar por el proceso de instalar y configurar una aplicación. En Sabio Host hemos evitado este paso con un registro en recepción que culmina escaneando un QR el cual habilita el celular de cada huésped para brindar todo el confort de una app convencional.

*Escaneando un QR,
habilitamos el celular
de cada huésped para
brindar todo el
confort de una app
convencional.*



La simplicidad y conveniencia también se extiende al personal del hotel con la posibilidad de interactuar con los clientes desde sus computadoras de escritorios, tabletas o celulares. Pudiendo así ver y registrar información del cliente o modificar el menú en piso en cuanto lo necesitan o con una pantalla mas grande desde su oficina.

Las tendencias no son absolutas y hay quienes no pueden o no desean usar menús QR. Además aunque cada vez son menos frecuentes puede haber fallas en la conectividad a Internet u otros factores que impidan usar el sistema los menús QR. Para estas circunstancias también generamos una solución nuestro sistema de menús genera PDFs para imprimir los menús reflejando todos los cambios que se les hayan hecho permitiendo dar a los clientes que no usen QR toda la información actualizada.

MEJORES INTERACCIONES

Sabio Host mejora la interacción con los huéspedes en dos niveles. Primero posibilita el interactuar con mensajes. Esto es preferible para ellos ya que todas las interacciones sencillas se pueden hacer por mensaje consumiendo menos tiempo y atención tanto del huésped como del personal del hotel.

El segundo es el mayor valor de Sabio Host y lo denominamos la “memoria colectiva”. Es la información clave para atender a cada uno de tus huéspedes. Sabio Host informa a tu personal de los gustos y preferencias de cada uno de los huéspedes que haya escaneado el QR para ver el menú o los servicios. Esto les permitirá dar atención personalizada recordando no solo el nombre sino alergias, preferencias y eventos significativos del huésped. Mejorando las interacciones por mensaje pero sobre todo dando ese toque de familiaridad y aprecio en las interacciones cara a cara.



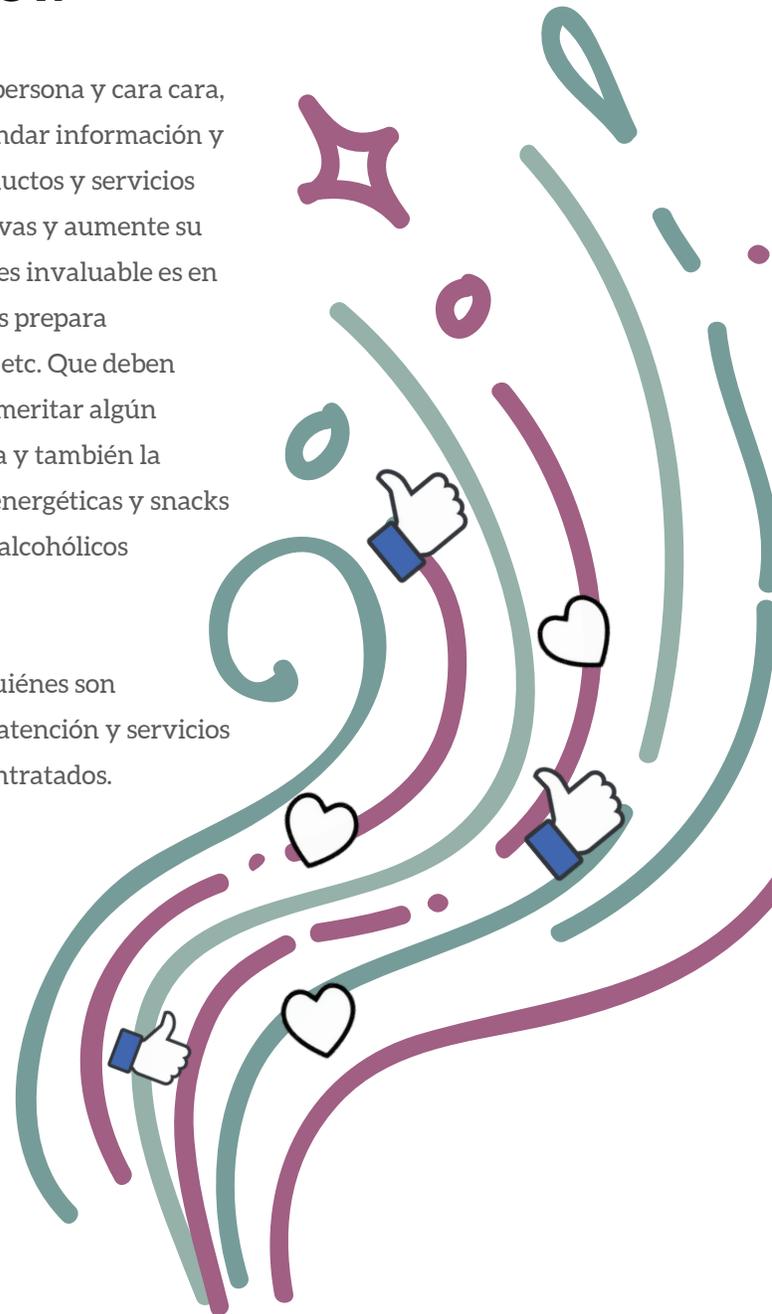
PERSONALIZACIÓN

Además de la personalización posible en la interacción en persona y cara a cara, gracias a la memoria colectiva, es también posible para mandar información y promociones hiper dirigidas que muestren al huésped productos y servicios que realmente busca de manera que no le parezcan intrusivas y aumente su satisfacción y consumo. Otra área dónde esta información es invaluable es en la preparación de las habitaciones dando el personal que las prepara información sobre el número de cobijas, almohadas toallas etc. Que deben dejar ahí como fechas y sucesos importantes que pueden ameritar algún detalle desde una simple nota hasta elaborada una sorpresa y también la personalización del frigobar poniendo por ejemplo barras energéticas y snacks saludables para los deportistas bebidas sin alcohol para los alcohólicos anónimos y dulces y palomitas para las familias.

En bodas conferencias y eventos el personal podrá saber quiénes son organizadores, los novios, damas, ponentes etc. para dar la atención y servicios que a cada uno corresponda según el evento y paquetes contratados.

RETROALIMENTACIÓN E INTERACTIVIDAD

Es muy poco probable que un mesero pase un reporte de su propio mal desempeño o que se lleve puntual registro de las cosas por los que los clientes preguntan y no se encuentran en el menú. Tal vez todos en tu equipo tengan idea de cuáles son los centros de consumo y los platillos más populares, pero prácticamente nadie podrá ordenar todos correctamente por su popularidad. Con Sabio Host la gerencia puede recibir retroalimentación directa de los clientes y tener reportes con información clave tomar decisiones más efectivas.



DISEÑO

Nadie usa instructivos para utilizar alguna app porque éstas siguen patrones de diseño comunes en todas. Sabio Host no es la excepción en nuestro sistema encontramos menús, chats y pantallas con elementos familiares para los usuarios cómo el menú hamburguesa el buscador y separación por secciones que le resultan familiares y fáciles de usar. Pero en el mundo de los servicios es muy importante el ambiente qué se genera en cada espacio. Por esto, a la funcionalidad e interacción integramos de manera exclusiva para cada cliente todos los elementos gráficos colores y tipografías de los diseños y manuales de marca de cada uno de los centros de consumo de nuestros clientes.

CONTROL DE LA INFORMACIÓN

En más de una circunstancia el tiempo es oro. Ya sea para aplicar cambios de último momento justo antes de la inauguración, quitar platillos por falta de abasto o para hacer un menú exclusivo para un grupo o evento. La información y las actividades de un hotel están en constante transformación. En Sabio Host nuestros clientes pueden editar directamente en instantes todos los contenidos de sus menús y tenemos todos los días del año un excelente tiempo de respuesta de típicamente una hora o menos para todos los cambios y peticiones que van más allá de lo que permite el editor de menús. Ayudando así a nuestros clientes a tener total control de la información en sus QR.

For More Information

NEXT →

RESUMEN

Al integrar todos estos elementos Sabio Host brinda el sector de servicios y en particular al hotelero una nueva herramienta para atender al cliente de manera excepcional en el momento en el que es más importante ahí cuando en el hotel.

Nuestra solución complementa a las múltiples herramientas tecnológicas que han transformado la hospitalidad pero, a diferencia de las apps de reservaciones o los CRM tradicionales que se enfocan más en las experiencias Pre y Post atención, Sabio Host ayuda al hotel a brindar una estancia extraordinaria a sus huéspedes.

Ante la oportunidad que ha generado que las personas están hoy muy habituadas a consultar servicios y menús por medio del QR en sus celulares, permitimos al huésped acceso cómodo fácil rápido y personalizado a los diferentes servicios del hotel con unos cuantos toques desde su celular simplificando el ordenar el pagar y hacer todo tipo de consultas y reservas. Empoderamos al hotel con información clave para dar un servicio hiper personalizado aún cuando haya alta rotación en su personal. Damos en la gerencia información clave para la toma de decisiones.

*Somos Sabio Host y ayudamos
a brindar Hospitalidad
Extraordinaria.*

