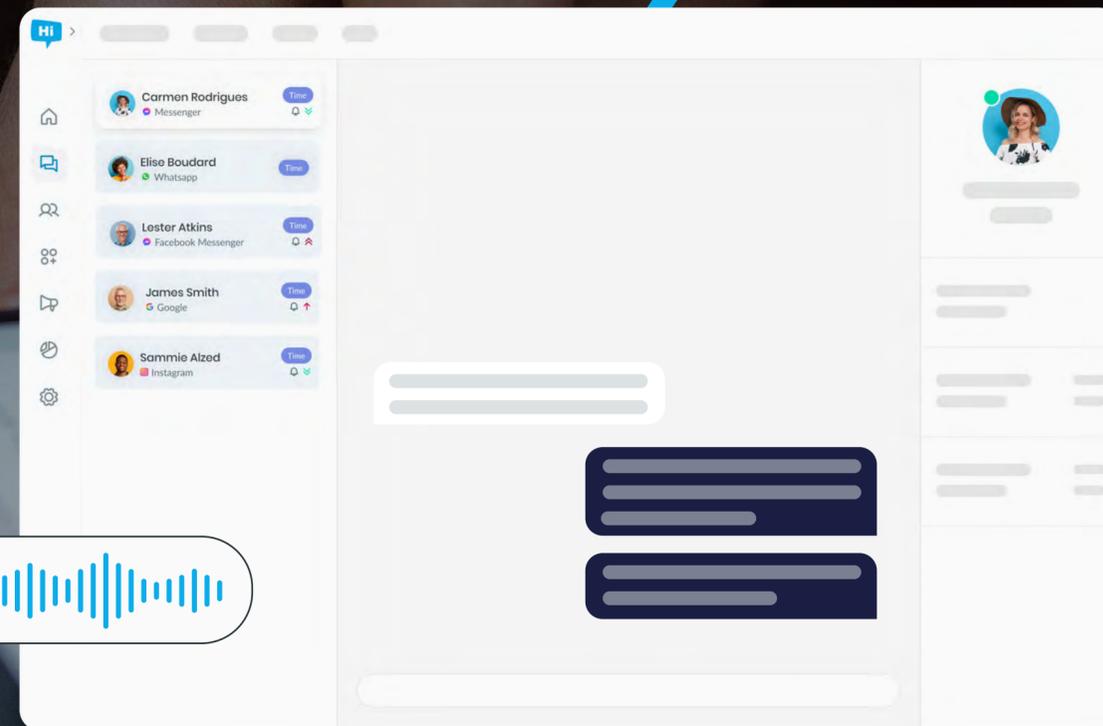
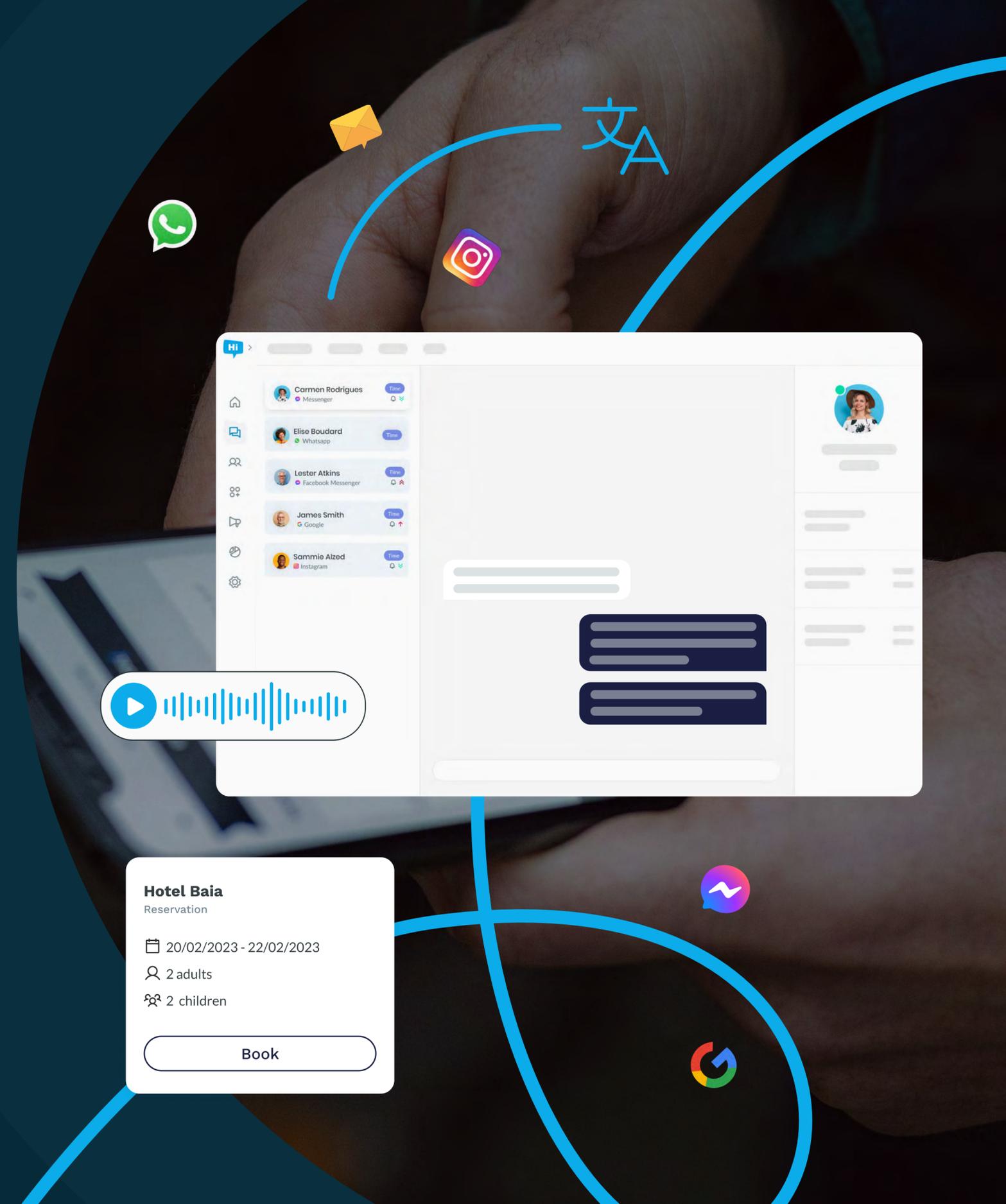




# Las tendencias en la comunicación con huéspedes en 2023

e-book



## Introducción

El sector hotelero siempre ha sido muy competitivo, ya que los hoteleros siempre intentan ofrecer las instalaciones más modernas y extraordinarias para agregar un nivel adicional de atención al detalle que hace que los huéspedes regresen y dejen comentarios positivos. Dentro de un entorno hotelero, deben combinarse muchos factores para poder ofrecer un servicio al cliente superior y una experiencia fantástica para el huésped. La búsqueda por una ventaja competitiva nunca termina y, por tanto, aumenta la necesidad de implementar nuevas tecnologías.



**Tiago Araújo**  
CEO en HiJiffy

## En HiJiffy, nuestra misión es mejorar la conexión de los hoteles con sus huéspedes a través del desarrollo de la IA conversacional más avanzada para el sector hotelero.

Esto significa que no solo seguimos y respondemos a las tendencias en comunicaciones, sino que contribuimos a dar forma al panorama tecnológico del sector a través de la innovación de nuestras soluciones y de la reinención de las comunicaciones entre huéspedes y hoteleros.

Hacer el mejor uso de la tecnología disponible es la mejor forma de destacar entre la multitud. En la actualidad, esto significa mucho más que un valor añadido que es positivo tener. Ahora más que nunca, los huéspedes esperan cierto nivel de automatización y personalización en muchos aspectos de su estancia. Si eres demasiado lento en adoptar las tecnologías más actuales, tu empresa puede quedarse rezagada y perder las oportunidades que estos sistemas pueden ofrecer.

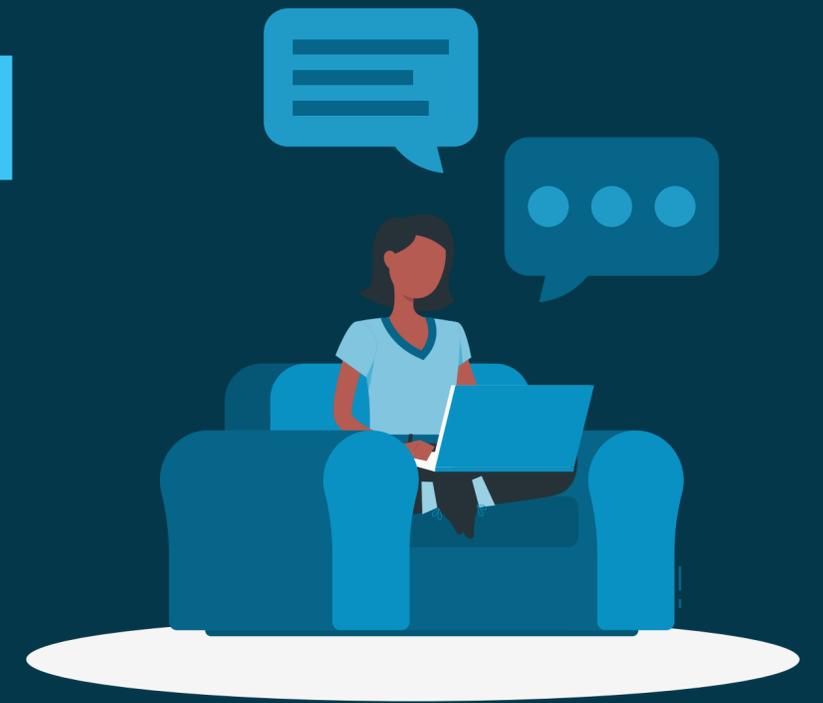
De cualquier forma, este mundo digital sofisticado y la gran cantidad de soluciones tecnológicas disponibles para hoteles pueden ser, muchas veces, abrumadores. ¿Qué tendencias en la comunicación con huéspedes se convertirán en un modelo estándar? ¿Qué tipo de beneficios pueden ofrecer a tu empresa? En definitiva, ¿qué tendencias darán como resultado el aumento más significativo de los ingresos y de la satisfacción de los huéspedes?

En este documento, se han utilizado datos e informes del sector, así como nuestros conocimientos para profundizar en las tendencias actuales y futuras de la comunicación con huéspedes en las que los hoteleros deberían enfocarse en 2023. ¡Esperamos que encuentres esta lectura reveladora!

# Tabla de contenidos

- 5** Mayor digitalización de la comunicación
- 9** Comunicación personalizada y a medida
- 13** Inteligencia artificial conversacional
- 17** Navegar por la comunicación con el análisis de sentimiento
- 19** Agilización de todos los canales de comunicación
- 22** Voicebots y sistemas interactivos de respuesta de voz conversacional
- 24** Resumen

# Las tendencias en la comunicación con huéspedes en 2023



Este documento analiza seis tendencias actuales y emergentes en la comunicación con los huéspedes en 2023. Tendencias a las que sin duda debes prestar atención y pensar en implementar en tu establecimiento si todavía no lo has hecho.

Si abres la mente a nuevas posibilidades y observas las ventajas de algunas de estas tendencias, empezarás a descubrir los beneficios que puede aportar a tu hotel. Ahorro de tiempo, reducción de la carga de trabajo del personal y la oferta de opciones de autoservicio a través de una variedad de canales de comunicación.

Una oportunidad para automatizar los procesos y mantenerte al tanto fácilmente de la correspondencia y la comunicación en las redes sociales. Además, de la capacidad de entender mejor las necesidades de los huéspedes y sus verdaderos sentimientos sobre el hotel y el servicio que han recibido. Una vez que des un paso adelante y realices estas actualizaciones, encontrarás más datos disponibles.

Esto permite analizar estos datos para conseguir información valiosa sobre la mejor forma de avanzar y garantizar que realizas tus inversiones y mejoras exactamente donde las necesitas.

# Mayor digitalización de la comunicación

Autoservicio a través de la automatización y la tecnología sin contacto

Nuestras vidas están cada vez más en línea, y la digitalización de muchas de nuestras actividades cotidianas ha hecho que estas tecnologías se hayan convertido en una segunda naturaleza para muchas personas en todo el mundo. Ofrecer servicios digitales dentro del sector hotelero ofrece beneficios que los huéspedes sin duda apreciarán.

Puedes esperar que esta tendencia esté en la boca de todos, ya que «adoptar soluciones tecnológicas y digitales para mejorar las operaciones diarias» es una de las recomendaciones claves realizada por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y la Comisión Europea de Viajes (2022) a los gobiernos y el sector privado para resolver la escasez de personal en el sector.



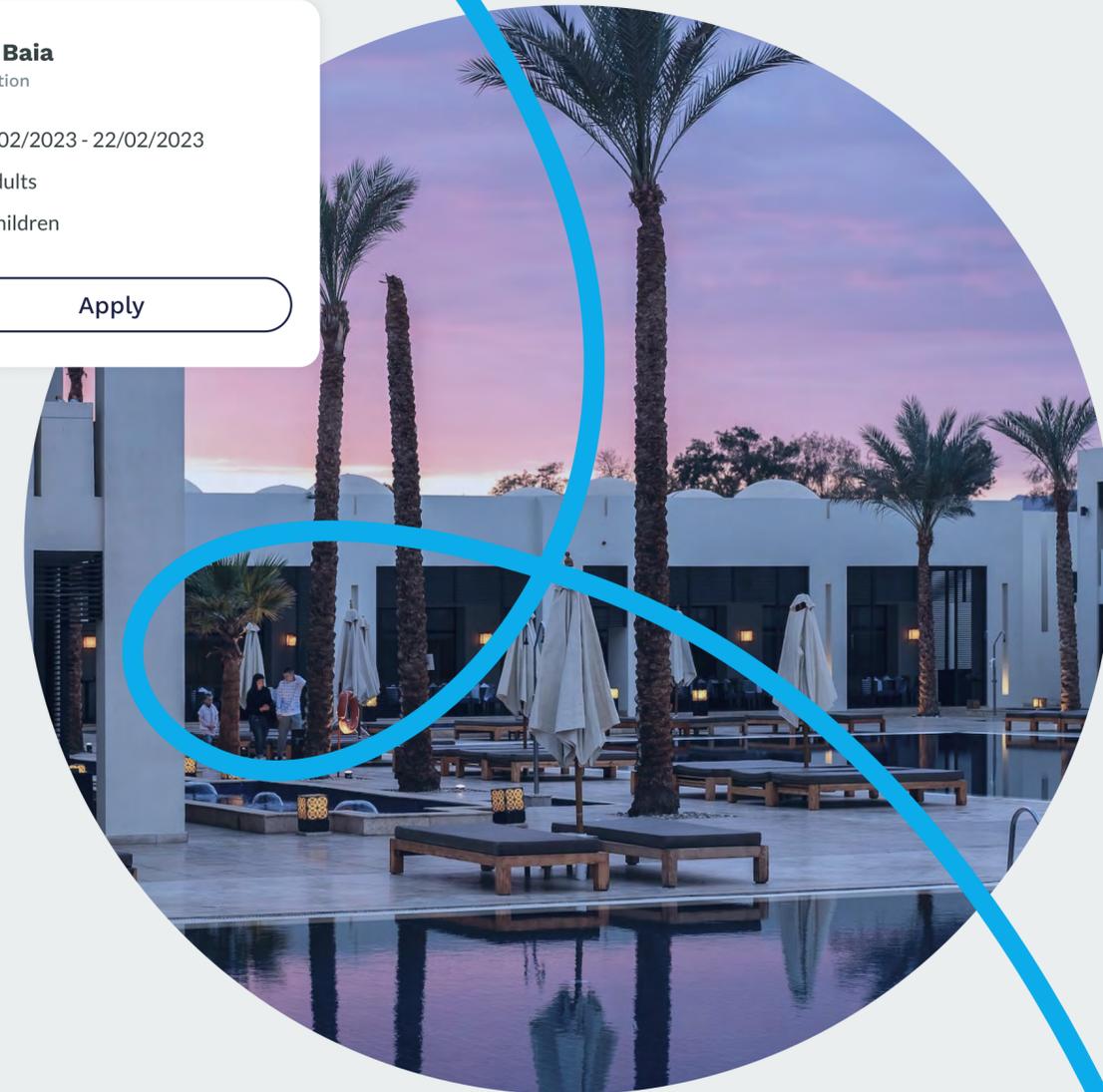
Mayor digitalización de la comunicación

## Automatización: abordar la escasez de personal

Si se ofrece a los huéspedes la capacidad de comunicarse con el hotel durante su estancia a través de aplicaciones u otros canales digitales, les estás ofreciendo mayor comodidad y reduciendo la **necesidad de personal**. Las filas serán más cortas y los niveles de satisfacción más altos, tanto para los que elijan servicios digitales, como para los que prefieran utilizar métodos más tradicionales para comunicarse con tu personal y hacer sus reservas. El informe Oracle (2022) también señaló que **el 36 % de los huéspedes de un hotel prefieren un servicio digital sin contacto con personal disponible solo bajo demanda**.

Esto funciona en dos direcciones, ya que los miembros del personal tienen que tratar con menos clientes, por lo que pueden prestar toda su atención a aquellos que necesitan un contacto en persona. El nivel del servicio mejora en todos los sentidos, ya que todos pueden contactar con tu personal de la forma que prefieran.

Estas nuevas tecnologías digitales permiten una mayor automatización no solo de las comunicaciones, sino también de las tareas, lo que hace que los huéspedes resuelvan sus necesidades por sí mismos. La automatización de los procesos regulares y el hecho de que los huéspedes puedan completar tareas por sí mismos (modificar o cancelar reservas, realizar el check-in o el check-out, etc.) permite que **tu personal esté libre para dedicarse a otras áreas**. Después, puede enfocarse en añadir un toque humano justo donde se necesita, en lugar de concentrarse en las tareas regulares y mundanas que actualmente pueden automatizarse fácilmente si se implementa el sistema adecuado.



# 36 % de los huéspedes de un hotel prefieren un servicio digital

Mayor digitalización de la comunicación

## Tecnología sin contacto: comodidad y ahorro de tiempo

Tanto si los huéspedes visitan tu hotel por negocios o por placer, viajar puede ser agotador y no siempre sale según lo planeado. Si ofreces un check-in rápido y fácil **a través de canales digitales**, estás eliminando las filas y esperas y el lento proceso de rellenar formularios. Con la implementación de llaves digitales, los huéspedes pueden incluso dirigirse directamente a sus habitaciones y abrir las puertas con una aplicación en su teléfono móvil. Esta es una solución perfecta para los viajeros que están muy ocupados y tiene el valor añadido de ser una tecnología sin contacto. Una encuesta realizada por Oracle (2022) señala que desde la pandemia el **65 % de las personas prefieren los hoteles que usan la tecnología para limitar las interacciones con el personal del hotel.**

# 65%

Hi! I am your virtual assistant and I can help you book your upcoming stay.

Can I assist you with your booking?

Yes, I'd like to check the availability for next week.

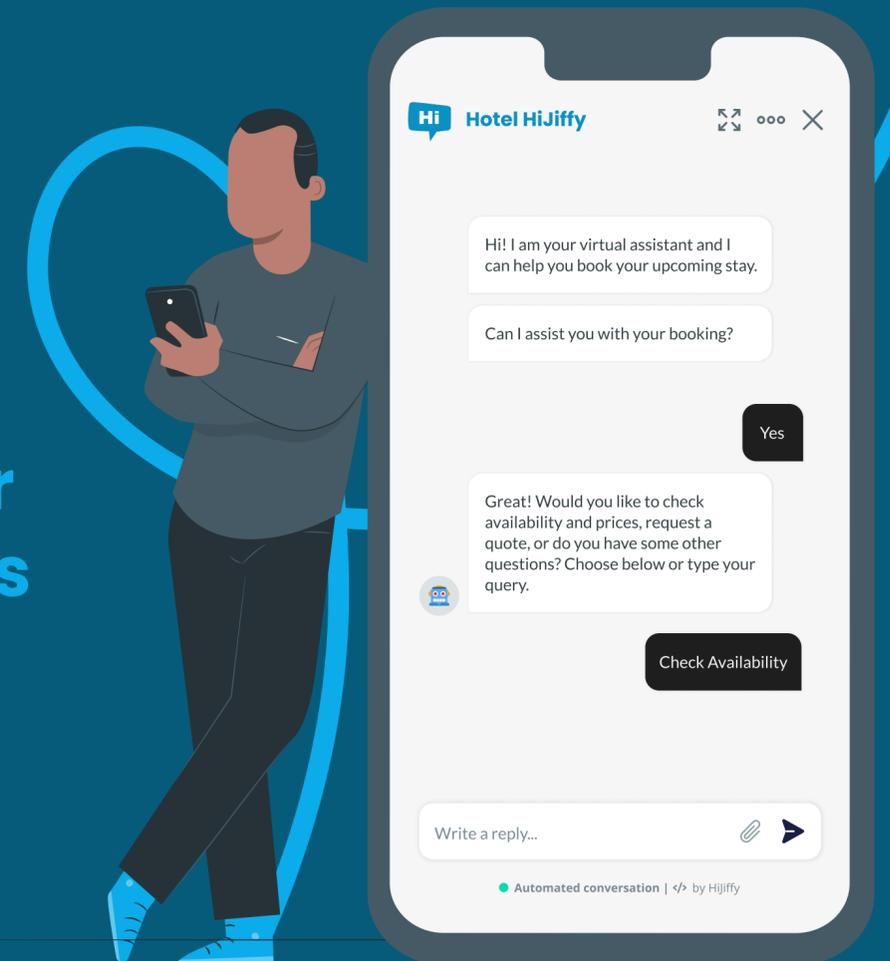
## de las personas prefieren los hoteles que usan la tecnología para limitar las interacciones con el personal del hotel.

## Mayor digitalización de la comunicación

Estas soluciones digitales sin contacto pueden facilitar la vida a tus huéspedes, ofreciéndoles la oportunidad de **solicitar el servicio de habitaciones a través de un chatbot o reservar en línea un tratamiento de spa**. Esto, a su vez, aumenta los ingresos de tu empresa. Haz que un proceso sea simple y lo más probable es que muchas personas lo usen. Con los servicios sin contacto fácilmente disponibles, si es necesario puedes implementar medidas de distanciamiento social, adaptar tus procesos para cumplir con las normativas y regulaciones que puedan aprobarse y, así, garantizar la seguridad de todos tus clientes.

Estos procedimientos pueden implementarse de forma rápida, fácil y sin coste adicional, ya que tendrás el sistema instalado y listo para funcionar. Este sistema puede escalarse si se produce cualquier aumento potencial en el tráfico debido a una mayor demanda del servicio sin contacto.

Estas soluciones digitales sin contacto pueden facilitar la vida a tus huéspedes, ofreciéndoles la oportunidad de **solicitar el servicio de habitaciones a través de un chatbot o reservar en línea un tratamiento de spa**

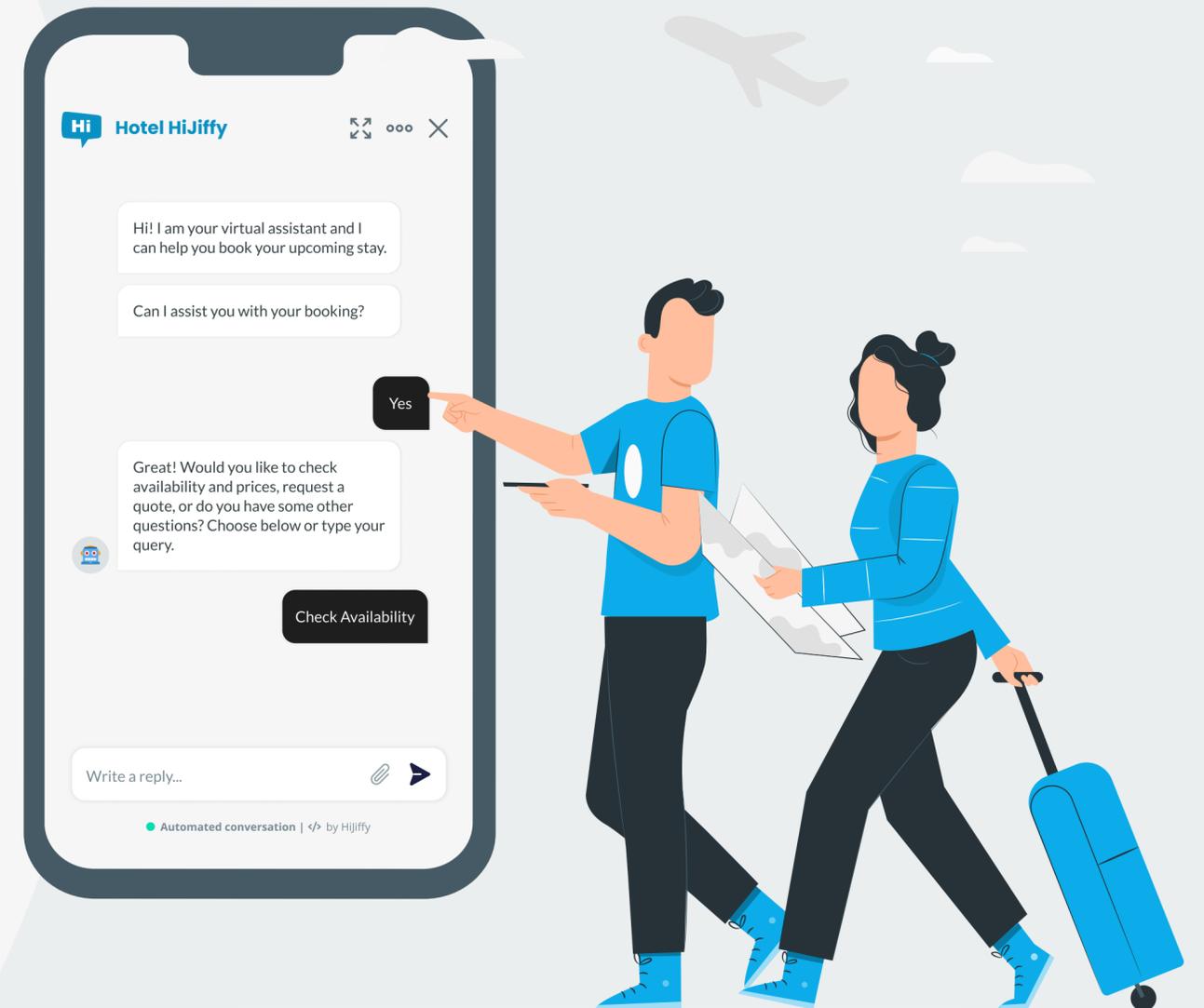


# Comunicación personalizada y a medida

Hiperrelevancia de los canales preferidos por los huéspedes

La personalización es una tendencia creciente en los últimos años, y lo seguirá siendo en 2023. En el Informe de transformación digital publicado por Skift (2022), se señala que ofrecer servicios y mensajes personalizados es la estrategia clave para impulsar la eficacia del marketing y la publicidad. La personalización está directamente vinculada con una mayor satisfacción de los huéspedes. Si recoges datos de manera eficaz y luego les das un uso beneficioso, puedes adaptar el servicio que recibe cada huésped para que **coincida con sus requisitos y preferencias individuales.**

Desde simplemente utilizar el nombre del huésped en la correspondencia hasta ofertas que coincidan con su información demográfica, existen muchas formas en las que puedes añadir la personalización a tus procesos comerciales. Con **decisiones basadas en datos**, como ofrecer a las familias una «comida gratis para niños», puedes dirigir tus ofertas especiales allí donde probablemente tendrán más éxito y no abrumar a los huéspedes con ofertas que son irrelevantes para ellos.



Comunicación personalizada y a medida

# Oportunidades durante toda la experiencia del huésped

Puedes ofrecer una personalización más precisa si **recoges los datos correctos y usas la tecnología con IA para procesarlos de manera eficaz** y aprovecharlos al máximo. La **experiencia del huésped del hotel** (observa el mapa de oportunidades en la página siguiente) te ofrece varias oportunidades, tanto para recoger datos para la personalización, como para ofrecer mensajes individualizados como ventas adicionales y servicios extras que el algoritmo muestra que tienen más probabilidades de generar conversión. Desde antes de la estancia hasta después del check-out, toda la experiencia del huésped debe abordarse como una oportunidad de personalización. Si utilizas las formas de comunicación preferidas de los huéspedes, tienes más posibilidades de interactuar con ellos y animarles a reservar servicios extras antes de su estancia, a que dejen una reseña o a que rellenen una encuesta de satisfacción del cliente después de su visita.

## 1. Antes de la estancia



FAQs de la pre-reserva



Reservas por Chat



Campañas de Mejora de Habitaciones



Mensaje de Bienvenida

## 2. En Estancia



Check-in Digital



Encuestas de Satisfacción de Huéspedes



Campañas de Ventas Adicionales



Solicitudes internas



Check-out Digital

## 3. Post Estancia



Mensaje de Agradecimiento

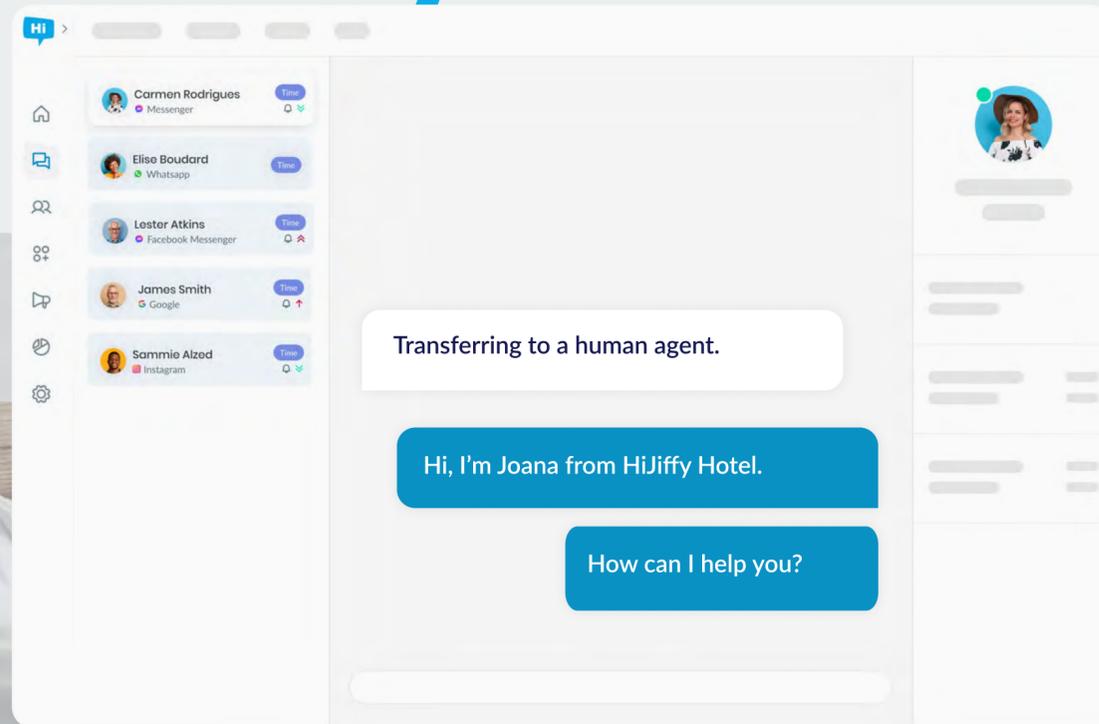


Campañas de Reseñas de Huéspedes



Campañas de Retención

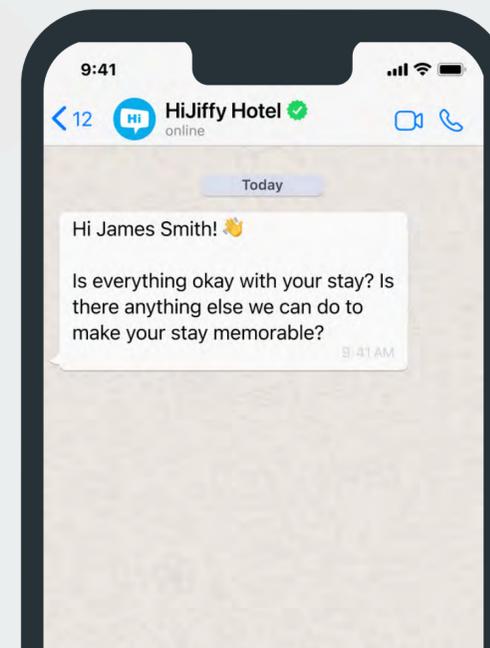
## Comunicación personalizada y a medida



El objetivo final de la personalización es hacer que el huésped se sienta especial y único, como si el servicio estuviera hecho a su medida. Estamos hablando de añadir un toque personal, que es lo que se consigue con la personalización de los servicios del hotel. **Si utilizas los canales de comunicación que han elegido**, permites que los huéspedes entren en contacto contigo como lo harían con un amigo o un familiar.

**Por ejemplo, si tu cliente prefiere usar WhatsApp para comunicarse con los demás, tu sistema puede vincular automáticamente la reserva a una conversación de WhatsApp directamente con el sistema de administración del hotel.**

Así, los huéspedes pueden realizar preguntas, reservas de cenas o tratamientos de spa sin tener que llamar por teléfono o acudir a la recepción. Por supuesto, esto también es una forma fantástica de enviar mensajes de ventas adicionales y solicitar comentarios.



Comunicación personalizada y a medida

# El mensaje correcto en el canal adecuado

La clave de la personalización es darse cuenta de que cada persona hace las cosas de forma diferente y tiene necesidades y preferencias diversas. Actualmente, con tantos avances tecnológicos, no necesitamos encontrar una sola opción que se adapte a la mayoría de las personas. **Podemos utilizar la tecnología para ofrecer un servicio personalizado a cada huésped** y tener en cuenta sus preferencias de diversas formas. Desde conocer de antemano las preferencias de habitación de los huéspedes habituales hasta identificar los métodos de comunicación preferidos durante su estancia, este servicio personalizado con un alto nivel de atención al detalle está destinado a transformar la industria hotelera.

Check out the experiences available at the hotel and personalise stay



A day in Spa



Dinner



Experience

I'd like to book a spa for 2



Ya sabemos que cada huésped es único, pero **ahora tenemos la tecnología para descubrir los deseos y necesidades de cada uno de ellos e integrar esta información en el servicio que ofrecemos.** Las técnicas de personalización permiten ofrecer un servicio superior que satisface los deseos de los clientes, pero, además, ofrece a los huéspedes oportunidades de su interés, lo que impulsa las ventas de servicios complementarios como tratamientos de spa, mejoras de habitaciones, reservas de cenas, etc., lo que puede significar un aumento de la factura final y de los beneficios del hotel. En pocas palabras, si sabes lo que quieren tus huéspedes, puedes dárselo y adaptar tus ofertas y servicios para que sean más apreciados y no se pierdan entre la multitud de anuncios y ofertas.

# Inteligencia artificial conversacional

Reinventa la comunicación con los huéspedes

Los chatbots tradicionales han sido utilizados por la industria durante bastante tiempo, pero ahora hemos entrado en la era de la IA conversacional que ha revolucionado la comunicación con huéspedes. Las poderosas herramientas con tecnología avanzada de inteligencia artificial y aprendizaje automático permiten manejar muchas consultas y servicios de los huéspedes, **lo que permite comunicarse con ellos de una manera amigable, eficaz e intuitiva.** Según el estudio sobre los hábitos y actitudes de los huéspedes realizado por Oracle (2022), el 67 % está interesado en hoteles que utilizan la IA para proporcionar ofertas más relevantes. En otras palabras, la mayoría de los huéspedes ya han adoptado esta tecnología avanzada.

**67 % está interesado en hoteles que utilizan la IA para proporcionar ofertas más relevantes**

## Inteligencia artificial conversacional

# Ayuda a tu personal mientras atiendes a tus huéspedes

Actualmente, la escasez de personal es un problema en todo el sector (Comisión Europea de Viajes, 2022), ayudar a tus equipos de recepción y reserva con tecnología inteligente elimina la tensión durante las horas punta y reduce la carga de trabajo de las operaciones diarias. Además, añade una capa adicional de protección frente a cualquier escasez futura inesperada. Ningún huésped quiere hacer largas colas y ninguno de los miembros de tu personal quiere que le metan prisa. Los datos de HiJiffy muestran que **los hoteleros que utilizan la IA conversacional especializada en la industria hotelera, de media, tienen más de un 80 % de éxito en la automatización de las consultas recibidas.**

Este sistema también puede dirigir sin problemas a la persona a un operador humano en los casos de las llamadas minoritarias que no pueden ser atendidas por un servicio automatizado. Esto significa que el personal solo recibe las llamadas que exigen de su experiencia y conocimiento especializado. La IA maneja la mayor parte de las consultas entrantes de manera rápida, eficaz, y completamente satisfactoria, sin necesidad de intervención humana.

**los hoteleros que utilizan la IA conversacional especializada en la industria hotelera**

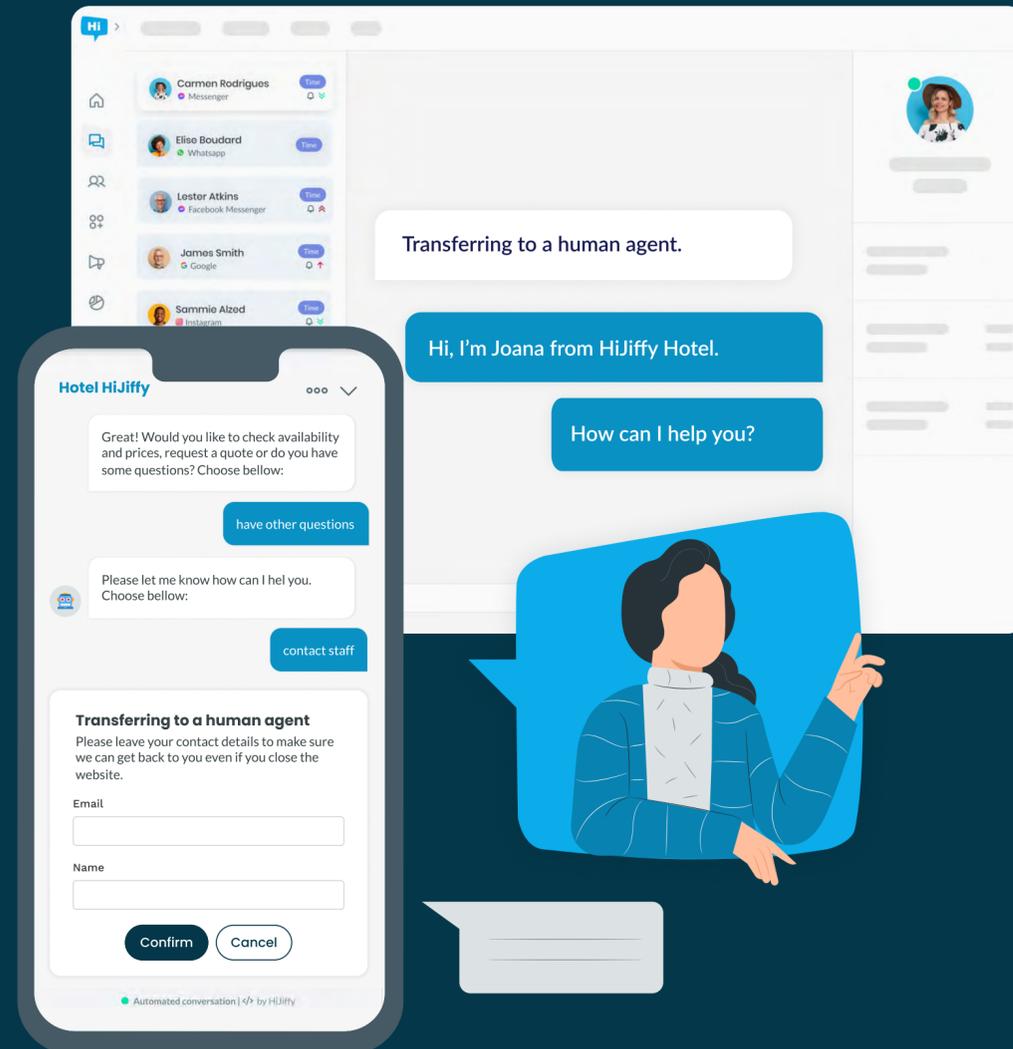
**80%**



**de éxito en la automatización**

Inteligencia artificial conversacional

# Tecnología avanzada que evoluciona en cada conversación



Las soluciones más avanzadas de IA conversacional en el sector hotelero tienen la capacidad de autoaprendizaje, mejorando constantemente su eficacia y precisión con el tiempo. **Los chatbots con tecnología de inteligencia artificial pueden conversar con los huéspedes, registrar cualquier información proporcionada por ellos y acceder a bases de datos para ofrecer un servicio personalizado y confiable.** Las mejores soluciones se integran a la perfección con otros sistemas de gestión hotelera, lo que abre posibilidades para realizar, confirmar, modificar o cancelar reservas. Toda la información se transmite a través de una conversación que fluye como si se estuviera hablando con un agente humano.

El sistema es intuitivo e inteligente y la comunicación es natural. Un usuario simplemente dice lo que necesita, quiere saber o le inquieta y el chatbot responde en consecuencia, eliminando menús extensos y una gran frustración que históricamente surgía del uso de soluciones de chatbot menos avanzadas.

IA conver  
en el sect  
hotelero  
capacido  
autoapre

## Inteligencia artificial conversacional

# Beneficios claves y más allá

La IA conversacional también es increíblemente buena para **recoger los datos** que necesitas. Incluso los agentes mejor capacitados pueden tener dificultades en hacer las preguntas adecuadas para recoger datos de alta calidad, mientras que la IA está programada para identificar y filtrar estos datos. Además, con todas las conversaciones grabadas, también se pueden buscar y analizar los datos para descubrir modelos, resaltar palabras clave y proporcionar información vital como el volumen y el tema de las consultas entrantes.

Theme: tag name

select tag

select tag



Si estás pensando implementar una solución inteligente de comunicación conversacional para huéspedes, busca una que pueda responder con éxito a las consultas en **varios idiomas**. Solo algunos hoteles tienen personal multilingüe 24 horas al día, los 7 días de la semana, para atender una posible llamada desde el extranjero. Sin embargo, con un sistema de inteligencia artificial conversacional que responde a las consultas de los clientes, todo esto se resuelve automáticamente.

Asegúrate de buscar sistemas de comunicación para huéspedes **que se integren con todas las redes sociales y plataformas de mensajería**. Esto permitirá a tu empresa ofrecer opciones de comunicación que no podía proporcionar en el pasado y, además, la velocidad de respuesta es instantánea. El usuario no tendrá que esperar a que un operador o miembro del personal encuentre tiempo en su apretada agenda para responder a una consulta de mensaje de texto. Esta velocidad de servicio y la versatilidad de las opciones de comunicación pueden inclinar la balanza cuando un huésped potencial está estudiando sus opciones.

24/7



Navegar por la comunicación con el análisis de sentimiento

## Mantenerse al día

Y esto es solo el principio. El análisis de sentimiento no tiene que limitarse a tus sistemas internos o a tus correos electrónicos. Puede implementarse en muchos canales, como por ejemplo las redes sociales. Utilizar el análisis de sentimiento **para vigilar de cerca los sentimientos transmitidos a través de tus cuentas en las redes sociales** te puede permitir adelantarte a los mensajes que se publican sobre tu empresa. Sabrás si el restaurante de tu hotel está recibiendo excelentes comentarios o si se publica alguna reseña negativa, puedes saberlo rápidamente y resolver el problema, así mostrarás al mundo que tu hotel reacciona rápidamente y soluciona las cosas. Si tienes la información de cuáles son los aspectos de tu hotel que les encantan a tus huéspedes y cuáles no, puedes hacer cambios y mejoras realmente importantes.

Puedes reaccionar rápidamente a los comentarios, interactuar con el público y mostrar un excelente servicio al cliente. Con una buena herramienta de análisis de sentimiento, puedes ahorrar horas de lectura minuciosa de hojas de cálculo y obtener información en tiempo real, así, podrás responder cuando sea relevante, no horas o días después de los hechos.



**Vigilar de cerca los sentimientos transmitidos a través de tus cuentas en las redes sociales**

# Agilización de todos los canales de comunicación

Una bandeja de entrada debería ser suficiente

En su Informe de transformación digital de 2022, Skift, la plataforma inteligente más grande del sector turístico, afirmó que **la optimización de los canales de comunicación era la principal estrategia digital para las iniciativas de servicio al cliente**. Las diferentes formas en que la gente se comunica siguen aumentando, y hacer un seguimiento de todas ellas puede parecer una tarea imposible. Algunas empresas han decidido reducir los métodos de comunicación que utilizan para ofrecer un excelente servicio en solo algunas plataformas. Sin embargo, con esta decisión están perdiendo oportunidades.

Si utilizas tu tiempo para asegurarte de que tu página de Facebook está activa y es atractiva, es posible que no consigas comunicarte con la persona que se puso en contacto contigo a través de Twitter o que pierdas a un cliente potencial que buscó tu cuenta en Instagram y no la encontró, lo que le llevó a dudar de la legitimidad de tu empresa.



Agilización de todos los canales de comunicación

# Una bandeja de entrada omnicanal que centraliza toda la comunicación

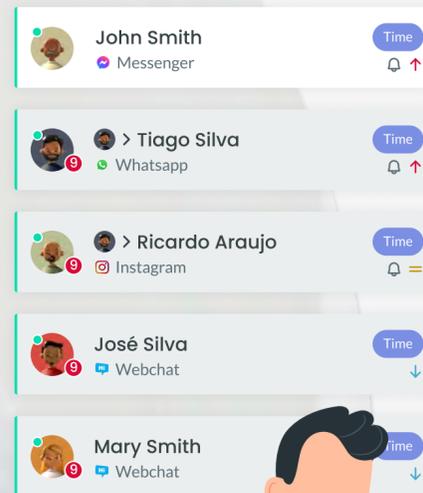
Probablemente hayas pensado que es esencial contactar con tus huéspedes y clientes potenciales a través del mayor número de plataformas posibles, pero esto conlleva un desafío importante: cada uno de estos canales necesitan ser administrados individualmente y el volumen de mensajes sigue creciendo. Esta tarea puede volverse abrumadora rápidamente a menos que tengas una fuerza laboral ilimitada y fondos infinitos. Afortunadamente, la tecnología ahora nos ofrece herramientas para **optimizar y centralizar por completo el acceso a todas nuestras comunicaciones y canales de redes sociales.**



Se trata de una herramienta invaluable para garantizar que siempre estés presente en todas las plataformas. Los hilos de mensajes individuales se pueden marcar para **garantizar que las conversaciones se sigan hasta que se finalicen.** No tendrás que confiar en la memoria ni en notas para hacer un seguimiento de un problema. También tendrás muchas **funciones disponibles para ahorrar tiempo** que te permitirán responder directamente desde la interfaz, en vez de tener que iniciar y cerrar sesión en los canales respectivos y elegir entre tu rango personalizado de respuestas precargadas para consultas comunes.

A menudo, alguien que no es la persona responsable de la correspondencia se ocupa de un problema. Un sistema centralizado facilita la transferencia de tareas individuales a otros miembros del personal para que la persona correcta pueda atender rápidamente la consulta.

## Agilización de todos los canales de comunicación



↑ High priority

= Medium priority

↓ Low priority

## Perspectivas de datos más completas

La recogida de los mensajes de todos tus canales de comunicación en un solo lugar te permite ver las interacciones y mensajes de un solo vistazo, independientemente de donde se hayan originado. Manejar tus comunicaciones puede ser mucho más fácil con **herramientas integradas útiles** como la traducción automática o el análisis de sentimiento basado en IA. Con todos tus datos en un solo lugar, serás capaz de **aprovechar los valiosos conocimientos, informes y métricas** que se generan cuando se analizan todos estos datos combinados. Así, es fácil responder a preguntas como qué plataformas se utilizan con más frecuencia para contactar a tu empresa, el tiempo promedio de respuesta a las consultas y mucho más.

# Voicebots y sistemas interactivos de respuesta de voz conversacional

Deja que la Inteligencia Artificial haga su trabajo.

El quinto estudio de distribución hotelera de HOTREC (2022) señala que **están creciendo las reservas directas en los hoteles**. Los huéspedes eligen cada vez más hacer reservas directas, por lo que ofrecer un excelente servicio de respuesta en todos los canales de comunicación, incluso por teléfono y a través de mensajes de voz en las redes sociales y aplicaciones de mensajería, es más vital que nunca. Estas últimas han ganado popularidad, ya que se envían más de **7 mil millones de mensajes de voz a través de WhatsApp** todos los días, según TechCrunch (2022). Puede que un huésped termine haciendo una reserva en línea, pero si tiene una duda sobre las instalaciones, la localización o quiere hacer un pedido especial realiza todas estas cuestiones a través del teléfono o de mensajes de voz.



## Olvida los menús y ves directo al grano

Si un huésped potencial te llama y la línea está ocupada porque estás ocupado con otra llamada o, incluso peor, no se responde porque tu personal está en otro lugar, puedes perder a un cliente. De la misma forma, los mensajes de voz sin respuesta en las plataformas de comunicación pueden acumularse rápidamente, y el personal necesitará mucho tiempo para escucharlos y tomar nota. Es posible que ya tengas un sistema de voz automatizado con menús para navegar. Este tipo de sistemas puede volverse rápidamente ineficaz cuando el usuario se ve obligado a escuchar opciones que son irrelevantes para su consulta. **Muchas personas simplemente cuelgan cuando llaman y les responde un menú automatizado.**

## Voicebots y sistemas interactivos de respuesta de voz conversacional

# El sonido de la perfección

La solución es utilizar de forma eficaz **voicebots modernos que utilizan la IA para dar una respuesta de voz interactiva avanzada**. Si se introduce un lenguaje más natural y una comprensión más profunda de las respuestas de voz, los clientes pueden obtener la solución a sus problemas o ser dirigidos automáticamente al departamento correspondiente sin tener que escuchar una serie de opciones de menú. Muchas preguntas sencillas, como el horario de apertura del restaurante o la petición de ser transferido a la recepción del spa para reservar un tratamiento, pueden resolverse sin ocupar el tiempo del personal de recepción. Esto permite que el personal tenga tiempo para responder a consultas más complejas y tratar con los huéspedes que están allí en persona. Esto tiene un valor incalculable en las horas punta y permite que más clientes reciban un nivel de servicio al cliente excelente automáticamente.

Este tipo de autoservicio es una opción realista que puede responder a la gran mayoría de las consultas de los clientes. Además permite interactuar con los sistemas de back-end, por lo que los usuarios pueden acceder a servicios sin tener que comunicarse con un operador humano. Ofrecer a las personas que llaman la capacidad de completar transacciones simples como reservas, modificar fechas o realizar reservas para cenar, elimina enormemente la tensión del personal que responde a las llamadas. ¿Por qué aumentar la carga de trabajo de tu personal con estas solicitudes cuando un sistema automático puede hacerlo igual de bien? Además, si implementas un sistema con IA para encargarse de estos procesos, estás eliminando el error humano y tendrás una trazabilidad completa en caso de que sea necesario revisar un problema.

Hemos alcanzado una era en la que podemos dejar de lado nuestras ideas preconcebidas sobre los voicebots. El mundo tecnológico ha transformado lo que una vez fue una fuente de frustración que solo servía para dirigir a las personas que llamaban a diferentes departamentos o para proporcionar la información más básica. Actualmente, existen voicebots completamente interactivos que entienden los sutiles matices del lenguaje y el tono de voz, y que ofrecen acceso a una gran gama de servicios. **Para los huéspedes, supone un servicio rápido, accesible y sin estrés. Para el sector hotelero, supone un ahorro considerable de dinero y tiempo y con algunas capacidades analíticas invaluable integradas.**



## Resumen

Basándonos en los datos y estudios del sector, así como en nuestros propios conocimientos, esperamos que estas tendencias de comunicación se vuelvan cada vez más importantes según avanzamos hacia 2023 y más allá. Como sucede con todas las nuevas tecnologías, los primeros usuarios conseguirán una ventaja, por lo que es recomendable estar atento al desarrollo de las plataformas que pueden beneficiar a tu empresa en esta era digital. Si entiendes las tendencias, mantienes una mente abierta y sabes qué es más útil para tu empresa de hotelería, estarás por delante de la competencia y podrás ofrecer a tus huéspedes un nivel de servicio superior. Estamos en una época emocionante en la que la inteligencia artificial y los procesos de aprendizaje automático han pasado de ser una novedad a ser una herramienta increíblemente útil con muchos propósitos valiosos en el mundo real y el sector hotelero puede beneficiarse de ello. Esperamos ansiosos los avances e innovaciones que transformarán nuestro sector durante el próximo año y más allá.

# Reinventemos juntos la comunicación con huéspedes

**Programa una demostración** con el equipo de HiJiffy para ver cómo puedes beneficiarte de nuestra IA conversacional durante toda la experiencia del huésped.

[hijiffy.com](https://hijiffy.com)

# Únete a más de 1600 hoteles que ya utilizan el Centro de Comunicaciones para Huéspedes basado en IA de HiJiffy y sus potentes integraciones con varios sistemas de gestión hotelera para:



## Aumentar los ingresos

Maximiza las ganancias en todas las etapas de la experiencia del huésped.

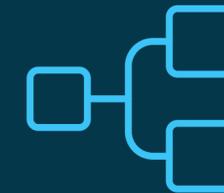
- Reservas directas
- Mejora de habitaciones
- Ventas adicionales
- Retención



## Mejorar la experiencia del huésped

Supera las expectativas de tus huéspedes con una experiencia atractiva.

- Omnicanal
- Soporte multilingüe e instantáneo 24 horas al día, 7 días a la semana
- Personalizable y escalable
- Análisis de sentimiento



## Automatizar procedimientos

Habilita las interacciones digitales sin perder el «toque humano».

- Check-in y check-out digitalizados
- Permite la experiencia con tecnología sin contacto
- Dirigido y escalable
- Automatización de tareas administrativas



### **Mejorar la satisfacción de los huéspedes**

Ofrece una experiencia memorable con un servicio al cliente estelar.

- Aumenta las recomendaciones
- Evita las reseñas negativas
- Acelera la recuperación del servicio
- Mejora la experiencia del cliente



### **Aumentar la productividad**

Haz más con menos sin comprometer los niveles de servicio.

- Automatiza las operaciones
- Supervisa y analiza el rendimiento
- Mejora el trabajo en equipo
- Recompensa los logros



### **Administrar los datos de los huéspedes de manera eficaz**

Ofrece servicios altamente personalizados para mejorar la experiencia de los huéspedes.

- Centraliza la información
- Preserva el historial
- Enriquece la base de datos
- Crea segmentación

Programa una demostración en [hijffy.com](https://hijffy.com)

# Fuentes

- European Travel Commission - [1.2 Million travel & tourism jobs across the EU will remain unfilled unless urgent action is taken](#) (2022)
- Finances Online - [15 Digital Marketing Trends for 2022/2023: Latest Forecasts to Watch Out For](#) (2022)
- Hospitality Technology - [Cloud Communication Trends in 2023 – Staying Ahead of Tomorrow’s Needs](#) (2022)
- HOTREC - [Fifth HOTREC hotel distribution study shows how pandemic altered hotel booking habits](#) (2022)
- Skift - [State of Travel 2022](#) (2022)
- Skift - [The 2022 Digital Transformation Report](#) (2022)
- TechCrunch - [People are sending 7 billion voice messages on WhatsApp every day](#) (2022)

