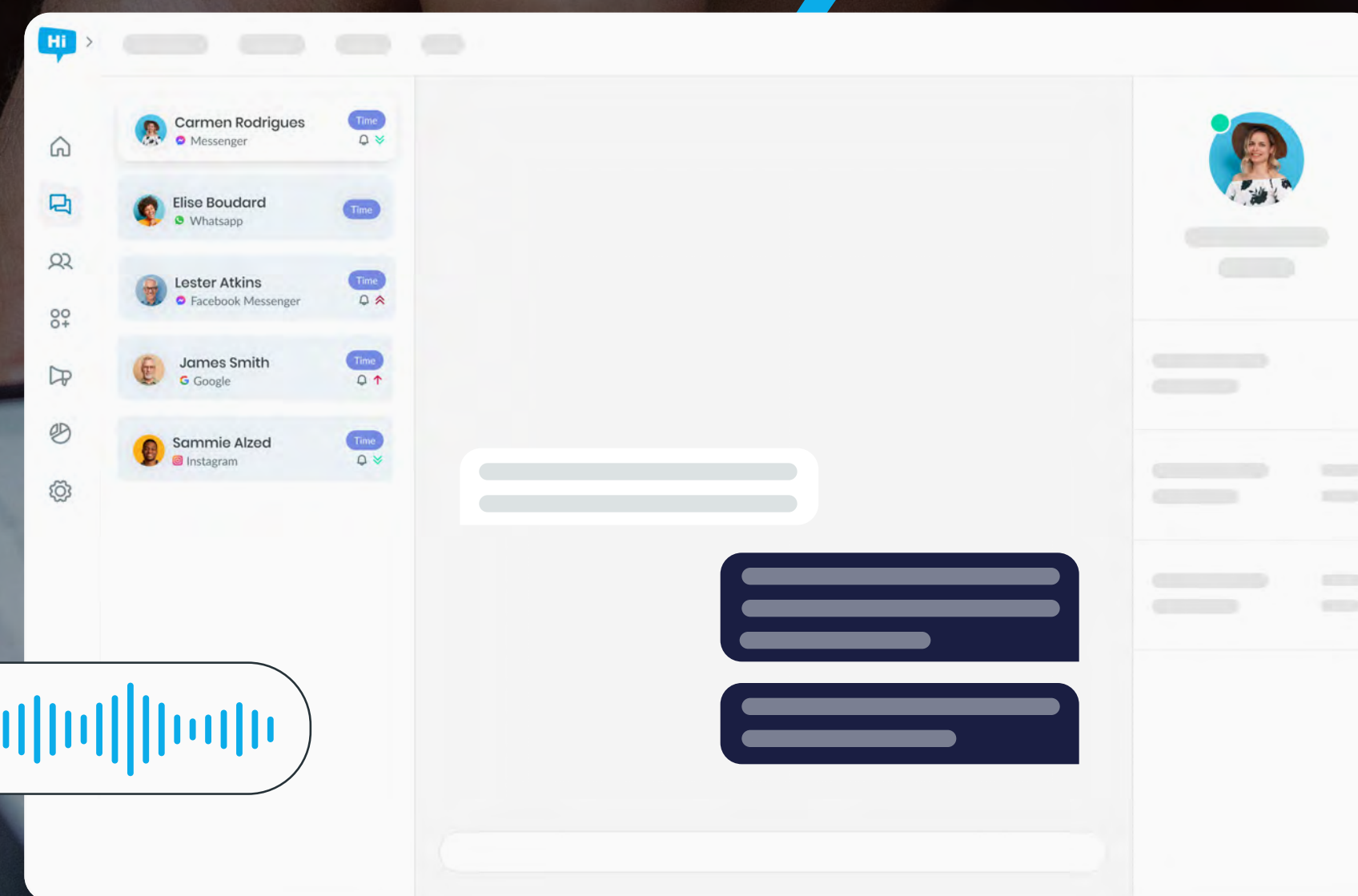
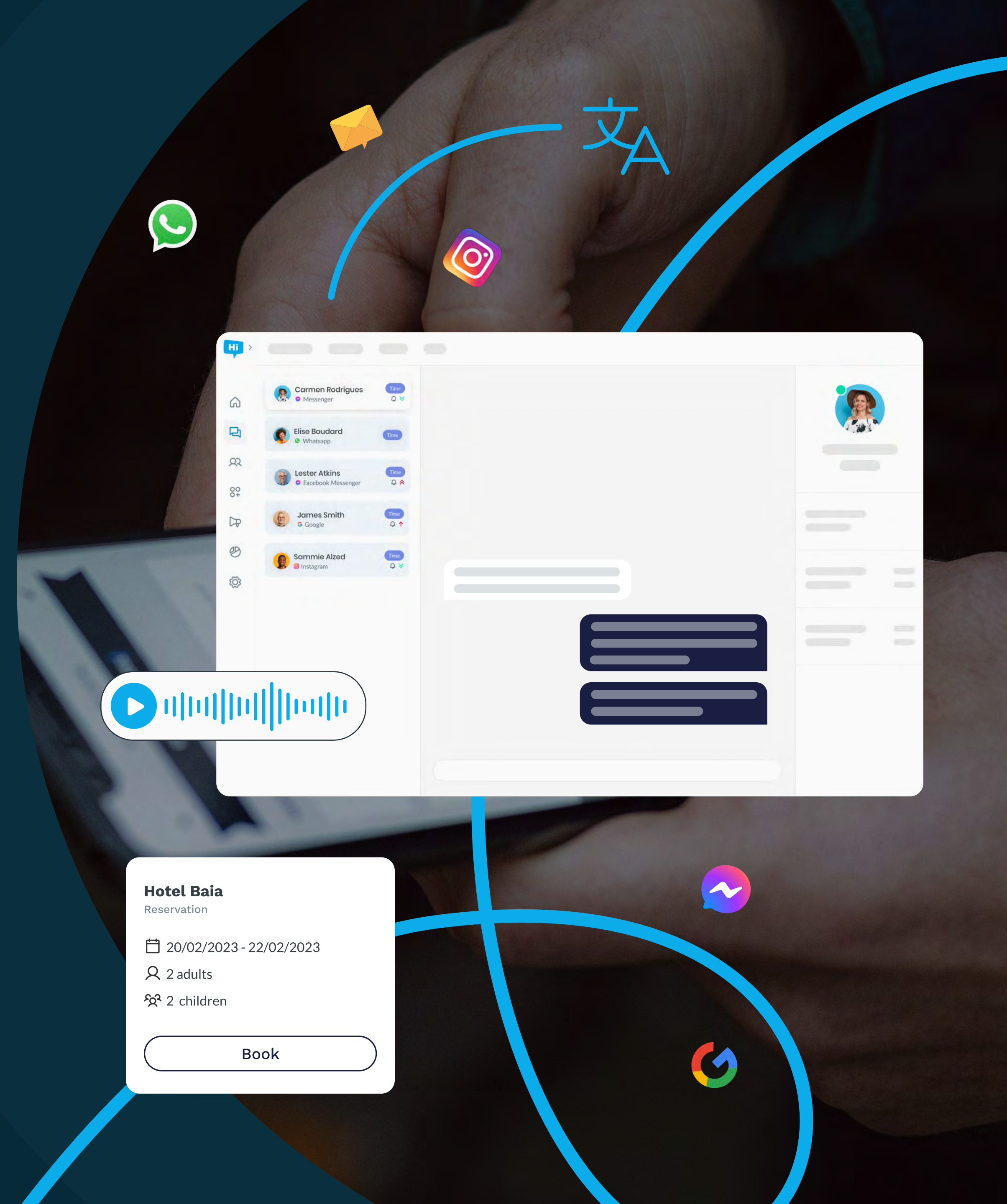




Tendências para a comunicação com os hóspedes em 2023

e-book



Hotel Baia
Reservation

📅 20/02/2023 - 22/02/2023

👤 2 adults

👶 2 children

[Book](#)

Introdução

A indústria hoteleira sempre foi altamente competitiva, com os empresários do setor numa corrida constante para oferecer instalações topo de gama, de forma a acrescentar aquele toque extra de atenção ao detalhe, na esperança que os hóspedes voltem e escrevam reviews positivas. Mas se pretende que o seu hotel ofereça um serviço de excelência, saiba que é necessária a combinação de muitos fatores para brindar os seus hóspedes com uma experiência memorável. É por isso que a procura de uma vantagem competitiva é uma corrida que nunca termina. E se, além disso, sente que anda numa busca incessante pelos últimos avanços tecnológicos, então podemos dizer que já está no caminho certo.



Tiago Araújo
CEO da HiJiffy

Na HiJiffy, a nossa missão é conectar melhor os hotéis aos seus hóspedes através do desenvolvimento da Inteligência Artificial Conversacional mais avançada no âmbito da hotelaria.

Significa que não só acompanhamos e reagimos às tendências na comunicação com os hóspedes, mas também contribuímos para moldar o panorama tecnológico da hotelaria, inovando nas nossas soluções e repensando a forma como os hóspedes comunicam com os hotéis.

Fazer o melhor uso possível da tecnologia disponível é uma das melhores formas de se destacar da multidão. No panorama atual, isso é mais do que um simples extra que é importante ter. Mais do que nunca, os hóspedes esperam um certo nível de automatização e personalização ao longo das várias fases da sua estadia. Ser lento a adotar tecnologias modernas pode deixar o seu negócio para trás ou pode significar perder a miríade de oportunidades que estas lhe podem trazer.

No entanto, o mundo digital tão sofisticado onde vivemos, com tantas soluções técnicas hoteleiras disponíveis, pode deixar-nos algo baralhados. Quais as tendências na comunicação com os hóspedes suscetíveis de se tornarem a norma? Que tipo de benefícios poderiam trazer ao seu negócio? E, em última análise, qual seria a tendência capaz de aumentar de forma mais significativa a satisfação dos seus hóspedes e aumentar as suas receitas?

Nesta publicação, utilizámos dados e relatórios da indústria, bem como os nossos próprios insights, e mergulhámos nas tendências atuais e futuras na comunicação com os hóspedes que deverão ser um foco de interesse para todos os empresários hoteleiros em 2023. Estamos certo de será uma leitura relevante!

Índice

A decorative blue line graphic that starts near the top left, curves down and to the right, loops back to the left, and then curves down and to the right again, ending near the bottom right.

- 5** O próximo nível da digitalização da comunicação
- 9** Personalização e comunicação feitas à medida
- 13** Inteligência Artificial Conversacional
- 17** Comunicação com análise de sentimento
- 19** Agilização de todos os canais de comunicação
- 22** Voicebots e Sistemas de Resposta de Voz Interativa Conversacional
- 24** Resumo

Tendências para a comunicação com os hóspedes em 2023



Esta publicação explora seis tendências atuais e emergentes na comunicação com os hóspedes em 2023. Tendências às quais deve prestar atenção e considerar para implementação na(s) sua(s) unidade(s), caso ainda não o tenha feito.

Quando perceber as possibilidades e analisar as vantagens de algumas destas tendências, logo descobrirá os muitos benefícios que estas podem trazer ao seu hotel. Benefícios de economia de tempo, redução da carga de trabalho do staff e o poder oferecer opções de self-service através de uma variedade de canais de comunicação.

Uma oportunidade para automatizar processos e manter-se a par de tudo o que se comunica nas suas páginas sociais com muita facilidade. Ter a capacidade de compreender melhor as necessidades dos seus hóspedes e a sua verdadeira percepção em relação ao seu hotel e ao serviço que receberam.

Assim que der um passo em frente e fizer estas atualizações, encontrará ainda mais dados disponíveis. Poderá analisar estes dados para obter valiosas informações sobre as melhores formas de avançar e garantir que faz os seus investimentos e melhorias onde são necessários.

O próximo nível da digitalização da comunicação

Self-service através de tecnologias de automatização e sem contacto

Cada vez mais passamos as nossas vidas online, e a digitalização de muitos dos nossos processos quotidianos transformou a utilização destas tecnologias quase que numa extensão de nós próprios. A oferta de serviços digitais dentro da indústria hoteleira traz vários benefícios que os hóspedes irão, sem dúvida, apreciar

É de esperar que esta tendência esteja no radar de todos, pois "adotar soluções tecnológicas e digitais inovadoras para melhorar as operações diárias (...)" é uma das principais recomendações feitas pelo World Travel & Tourism Council e pela European Travel Commission (2022), no sentido de ajudar os governos e o sector privado a resolver a escassez de 1.2 milhões de profissionais no sector.



O próximo nível da digitalização da comunicação

Automatização: resolver a escassez de staff

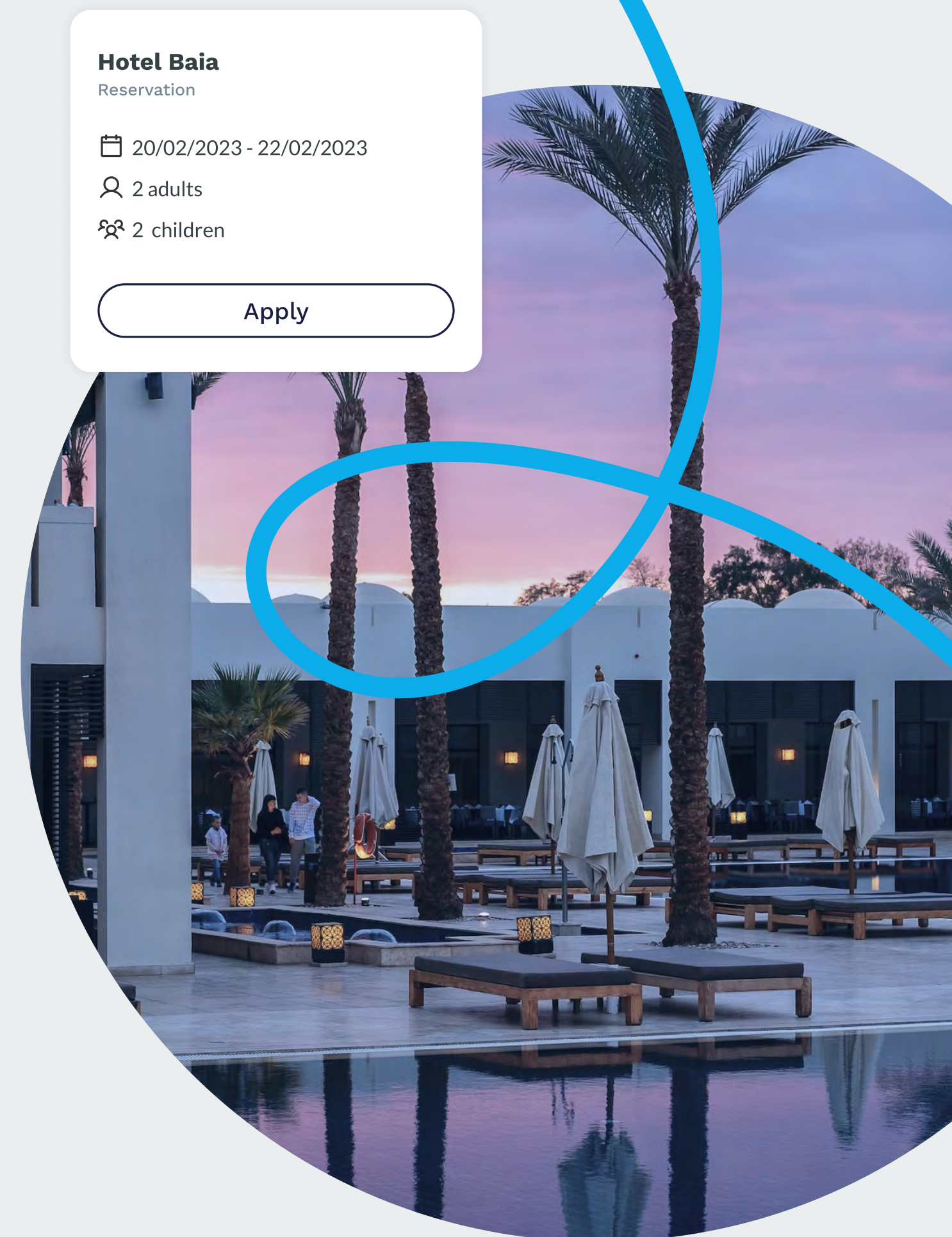
Ao oferecer aos hóspedes a capacidade de comunicar com o hotel durante a sua estadia através de aplicações ou outros canais digitais, está a aumentar a conveniência e a **reduzir a carga de trabalho do seu staff**.

As filas serão mais curtas, e os níveis de satisfação serão mais elevados tanto para aqueles que optam pelos serviços digitais como para aqueles que ainda preferem utilizar métodos mais tradicionais de comunicação, como o falar com alguém diretamente para fazer as suas reservas. O relatório Oracle (2022) também revelou que **36% dos hóspedes de hotel preferem um serviço digital totalmente sem contacto, com staff disponível apenas a pedido**. Funciona nos dois sentidos, uma vez que o staff terá menos clientes com que lidar, e assim poderão dar toda a sua atenção àqueles que precisam de atenção presencial. O nível de serviço será melhorado na medida em que todos têm a possibilidade de contactar o seu staff da forma que preferirem.

O nível de serviço será melhorado na medida em que todos têm a possibilidade de contactar o seu staff da forma que preferirem.

Estas novas tecnologias digitais permitem uma maior automatização não só das comunicações, mas também das tarefas, permitindo que os hóspedes se sirvam a si próprios. Ao automatizar processos regulares e permitir que os hóspedes completem facilmente os seus procedimentos, tais como fazer, alterar e cancelar reservas, assim como fazer o check-in e o check-out, **está a libertar o staff para se destacar noutras áreas**. Pode, então, concentrar-se em acrescentar aquele toque humano exatamente onde ele é necessário ao invés de perder tempo em tarefas monótonas e exaustivas que, atualmente, com o sistema certo implementado, podem ser facilmente automatizadas.

36% dos hóspedes de hotel preferem um serviço digital totalmente sem contacto



O próximo nível da digitalização da comunicação

Sem contacto: poupança de tempo e conveniência

Quer se trate de uma visita de negócios ou de lazer, as viagens podem ser cansativas e nem sempre correm como planeadas. Ao oferecer um **check-in** rápido e fácil **através de canais digitais**, está a diminuir a fila para preencher formulários demorados. Ao implementar as **chaves de porta digitais**, os hóspedes podem até dirigir-se diretamente aos seus quartos e desbloquear as portas com uma simples aplicação de telemóvel. É a solução perfeita para viajantes ocupados, com a mais-valia de não ser necessário nenhum contacto presencial. Um inquérito da Oracle (2022) observou que, desde a pandemia, **65% das pessoas preferem hotéis que utilizam a tecnologia ao dispor para limitar a interação necessária com o staff do hotel.**

65%

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

Can I assist you with your booking?

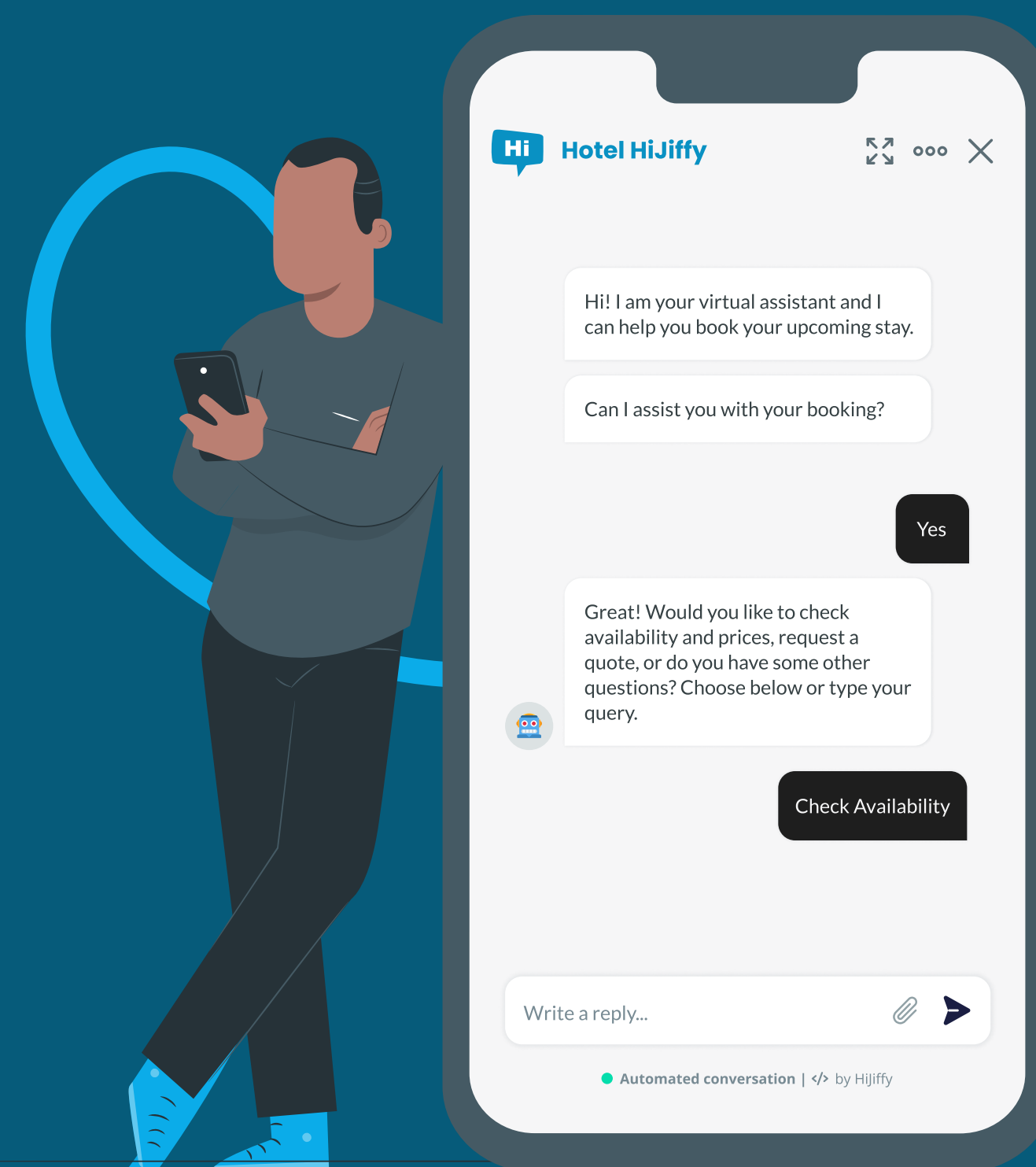
Yes, I'd like to check the availability for next week.

das pessoas preferem hotéis que utilizam a tecnologia ao dispor para limitar a interação necessária com o staff do hotel.

O próximo nível da digitalização da comunicação

Estas soluções digitais sem contacto podem facilitar a vida aos seus hóspedes, com a oportunidade de **solicitar serviços de quarto através de um chatbot** ou **reservar um tratamento de spa online**. Isto, por sua vez, tem a vantagem de aumentar as receitas para o seu negócio. Ao adotar processos simples, aumentará a probabilidade de os seus hóspedes solicitar aos seus serviços. Com serviços contactless prontamente disponíveis, no caso de ser necessário introduzir medidas de distanciamento social repentinas, poderá adaptar rapidamente os seus processos para cumprir quaisquer regras e regulamentos que possam ser anunciados e garantir a segurança de todos os seus hóspedes.

Procedimentos estes que podem ser postos em prática rapidamente, de forma simples, e sem custos adicionais porque já tem o sistema implementado e pronto a funcionar. Este sistema é escalável para qualquer potencial aumento de tráfego devido ao aumento da procura de serviço sem contacto.

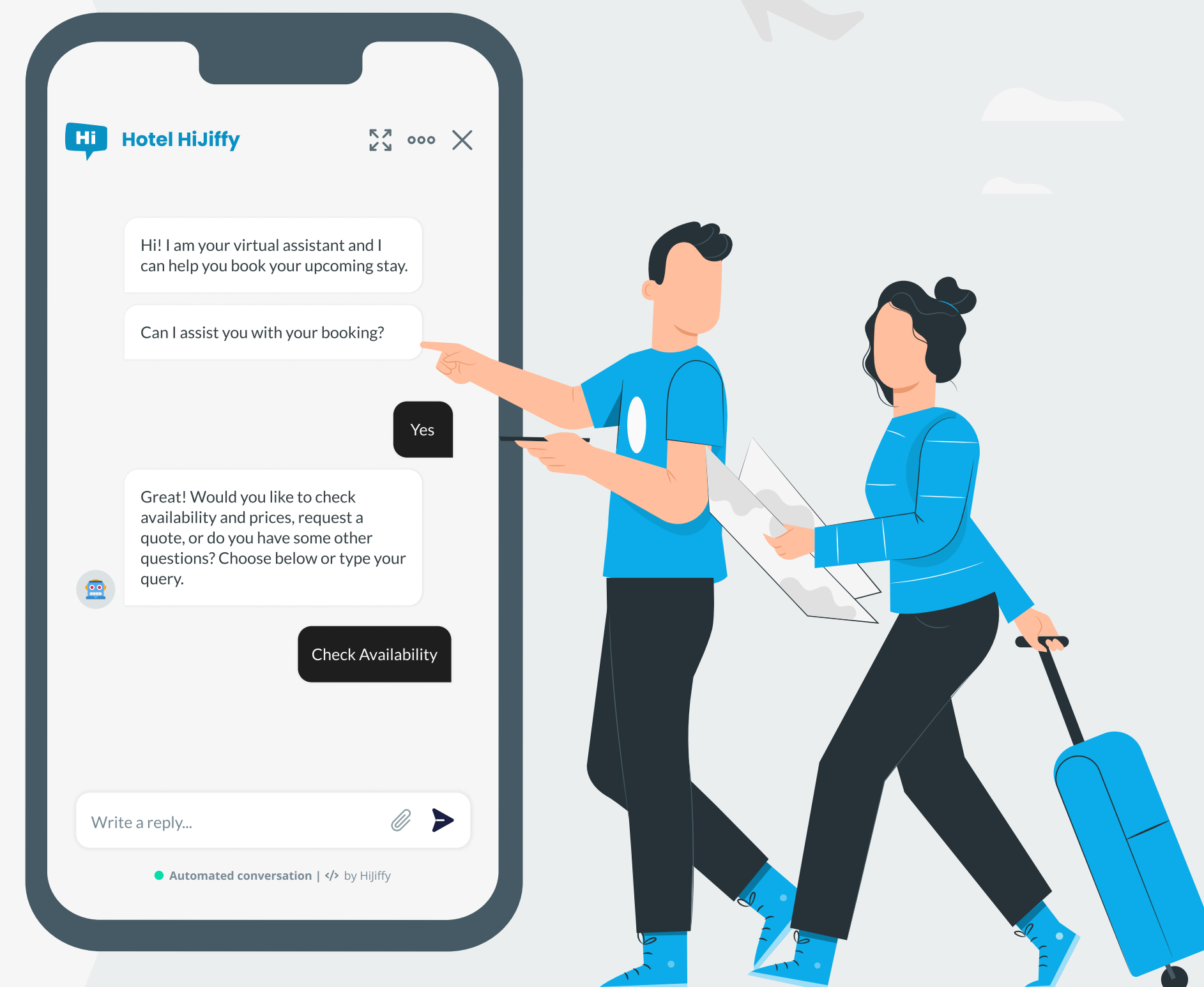


Personalização e comunicação feitas à medida

A importância de comunicar através dos canais preferidos dos hóspedes

A personalização tem sido uma tendência crescente ao longo dos últimos anos, prevendo-se que o mesmo se verifique em 2023. No Digital Transformation Report, publicado pela Skift (2022), a prestação de serviços personalizados e o envio de mensagens são reconhecidos como as principais estratégias para aumentar a eficácia do marketing e da publicidade. A personalização está diretamente ligada a uma maior satisfação dos hóspedes. Recolher dados de forma eficaz permite, posteriormente, personalizar o serviço que cada hóspede recebe de modo a melhor **corresponder às necessidades e preferências individuais.**

Desde a simples utilização do nome do hóspede na correspondência, até identificar as ofertas mais adequadas à sua faixa etária, há muitas formas de acrescentar elementos personalizados aos seus processos. **Ao tomar decisões baseadas em dados**, tais como oferecer "refeições gratuitas para crianças" apenas às famílias com filhos, estará a direcionar as suas ofertas especiais para onde têm mais probabilidades de sucesso e, assim, não estará a sobrecarregar os hóspedes com ofertas menos relevantes.



Personalização e comunicação feitas à medida

Oportunidades ao longo de toda a jornada do hóspede

Poderá oferecer uma personalização mais precisa **recolhendo os dados corretos e utilizando inteligência artificial para os processar eficazmente**, dando-lhes assim a melhor utilização possível. **A jornada do hóspede** (ver mapa de oportunidades na página seguinte) traz várias oportunidades de recolha dados para os processos de personalização e para o fornecimento de comunicações customizadas, tais como o **upselling e os serviços extra** que o algoritmo decidir serem mais suscetíveis de resultar em conversão. Da pré-reserva à pós-estadia, cada parte da jornada do hóspede deve ser abordada com vista a oferecer oportunidades de personalização. Ao utilizar os canais de comunicação preferidos dos hóspedes, é mais provável que a comunicação seja mais eficaz e os encoraje, por exemplo, a reservar alguns extras antes da sua estadia, a escrever uma review positiva, ou a preencher o inquérito de satisfação após a estadia.

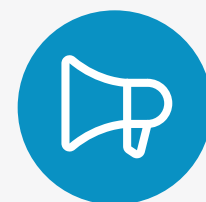
1. Pré-estadia



FAQs de pré-reserva



Reservas por Chat



Campanhas de melhoria de quartos



Mensagem de boas-vindas

2. Estadia



Check-in Digital



Inquéritos de Satisfação do Hóspede



Campanhas de Vendas



Pedidos Internos



Check-out Digital

3. Pós-estadia



Mensagem de Agradecimento

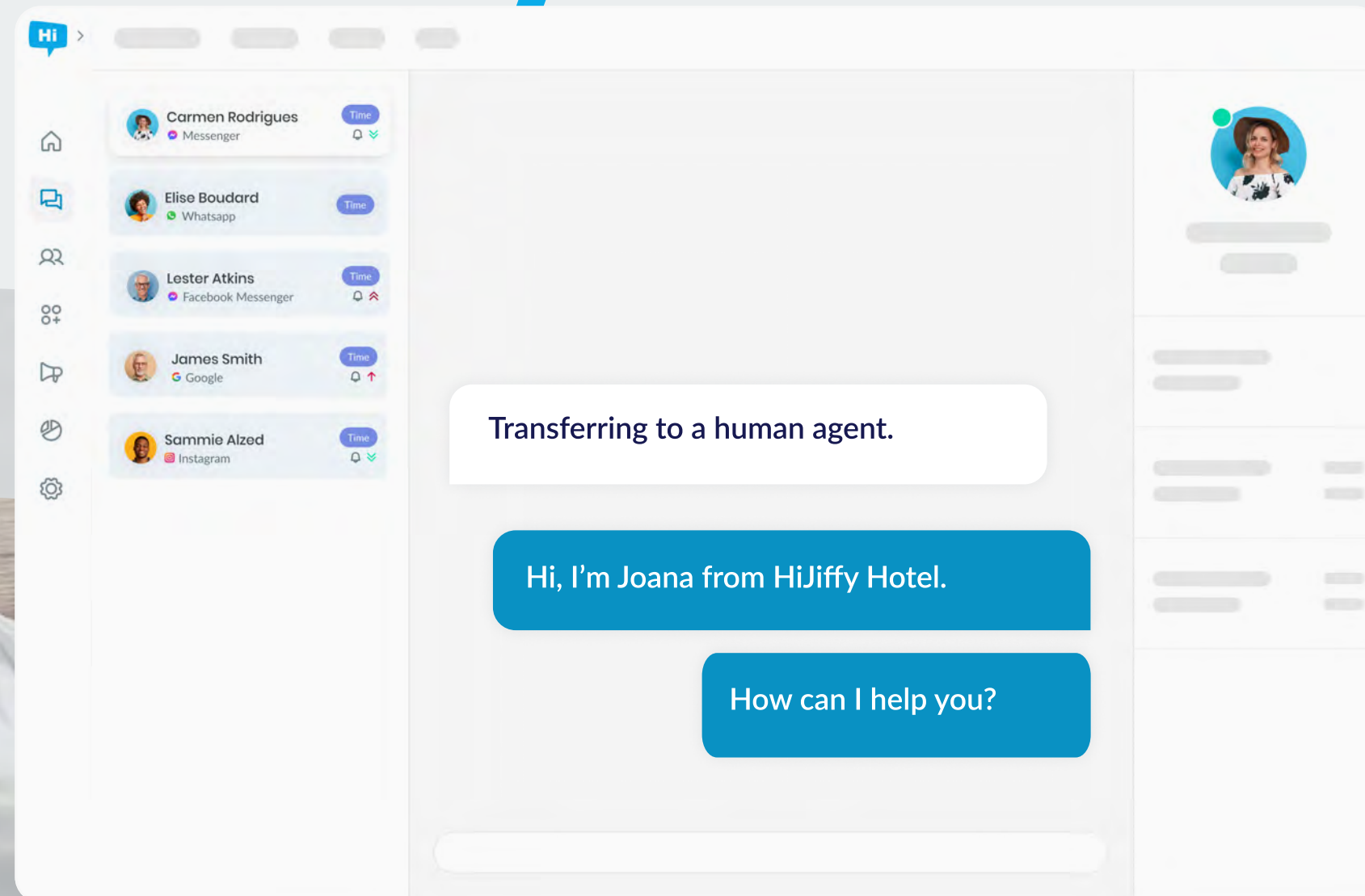


Campanhas de Avaliações de Hóspedes



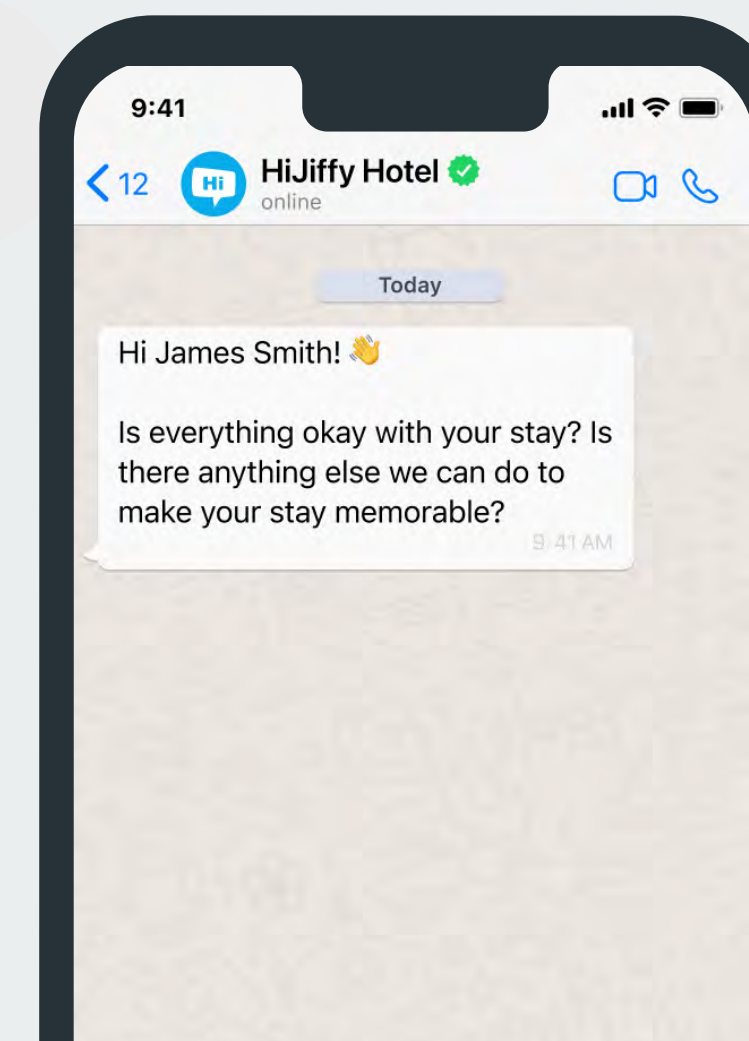
Campanhas de Avaliações de Hóspedes

Personalização e comunicação feitas à medida



O objetivo final da personalização é fazer com que o hóspede se sinta especial e único, como se o serviço fosse feito à sua medida. Referimo-nos a acrescentar um toque pessoal, que é o que fazemos quando personalizamos serviços hoteleiros. Ao utilizar o canal de comunicação **preferencial dos hóspedes** estará a permitir que os seus clientes o contactem como o fariam com um amigo ou familiar

Por exemplo, se o seu hóspede preferir utilizar o WhatsApp para as suas comunicações, o seu sistema poderia fazer a ligação automática da reserva através de uma conversa WhatsApp, ficando diretamente gravada no sistema de gestão hoteleira.



Aqui, os hóspedes podem fazer perguntas ou fazer reservas para o jantar ou spa sem ter de fazer uma chamada telefónica ou dirigir-se receção. Naturalmente, esta é também uma forma fantástica de distribuir mensagens de upselling e solicitar feedback.

Personalização e comunicação feitas à medida

A mensagem certa no canal certo

A chave para a personalização é a percepção de que todos fazem as coisas de forma diferente e têm necessidades e preferências individuais. Atualmente, com tantos avanços tecnológicos, não precisamos de nos preocupar em encontrar a melhor opção que sirva à maioria das pessoas. Podemos **utilizar a tecnologia ao nosso dispor para prestar um serviço personalizado a cada hóspede**, demonstrando que as suas preferências são tidas em conta de várias formas. Desde identificar antecipadamente as preferências de quarto dos hóspedes regulares até identificar os seus métodos de comunicação de eleição, utilizando-os durante toda a sua estadia, são pequenos grandes detalhes que permitirão oferecer um serviço feito à medida, com um elevado nível de atenção aos detalhes, o que transformará a experiência do seu cliente.

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



Já sabemos que cada hóspede é único, **mas agora temos a tecnologia para descobrir os desejos e necessidades de cada hóspede e integrar estes dados no serviço que prestamos.** As técnicas de personalização permitem-nos oferecer um serviço superior que satisfaz os desejos dos seus hóspedes, mas também coloca oportunidades de interesse ao dispor de cada hóspede, impulsionando as vendas de serviços complementares, tais como tratamentos de spa, upgrade de quartos e jantares no hotel, que podem acrescentar um valor significativo à conta final, aumentando, assim, os seus lucros. Em resumo: se souber o que os seus hóspedes querem, saberá o que oferecer e saberá como adaptar essas ofertas e serviços para que sejam notados e não corram o risco de ser perder no ruído de uma multidão de anúncios e ofertas.

Inteligência Artificial Conversacional

A reinventar a comunicação com os hóspedes

Os chatbots tradicionais já estão a ser utilizados na indústria hoteleira há algum tempo, mas agora entramos na era da IA conversacional, que veio revolucionar a comunicação com os hóspedes. Ao utilizar tecnologias avançadas da Inteligência Artificial (IA) e a aprendizagem de máquinas, estamos a tirar o máximo partido de poderosas ferramentas, capazes de lidar com muitas questões e serviços dos hóspedes, **através de uma comunicação amigável, eficiente e intuitiva**. De acordo com o estudo da Oracle sobre hábitos e atitudes dos hóspedes (2022), 67% estão interessados em hotéis que utilizam a IA para fornecer serviços mais relevantes. Por outras palavras, a maioria dos hóspedes já abraçou esta tecnologia avançada.

67% estão interessados em hotéis que utilizam a IA para fornecer serviços mais relevantes

Inteligência Artificial Conversacional

Ajude o seu staff enquanto serve os seus hóspedes

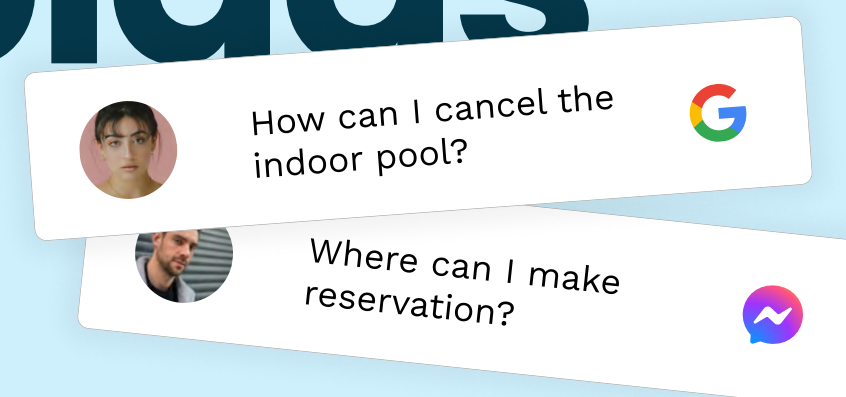
Com a atual escassez de pessoal a ser um problema em todo o setor (European Travel Commission, 2022), apoiar as suas equipas de reserva e de receção com tecnologia inteligente, alivia a pressão durante as horas de trabalho e reduz a carga de trabalho das operações do dia-a-dia. Acrescenta também uma camada extra de proteção contra qualquer escassez futura inesperada. Nenhum hóspede quer estar em filas longas, e nenhum dos membros do seu staff quer trabalhar sob pressão. **A HiJiffy sabe que os hotéis que utilizam IA conversacional especializada para a indústria hoteleira, relatam níveis de automatização bem-sucedidos, em média, em mais de 80% das consultas recebidas.**

O sistema pode também direcionar a pessoa para um operador humano para uma minoria das chamadas que não podem ser atendidas pelo sistema automatizado. Isto significa que os membros do staff só trabalham em chamadas quando a sua perícia e conhecimentos especializados são necessários. A maior parte das consultas recebidas são tratadas de forma rápida, eficiente e totalmente satisfatória pela IA, sem ser necessária qualquer intervenção.

...os hotéis que utilizam IA conversacional especializada para a indústria hoteleira, relatam níveis de automatização bem-sucedidos, em média, em mais de

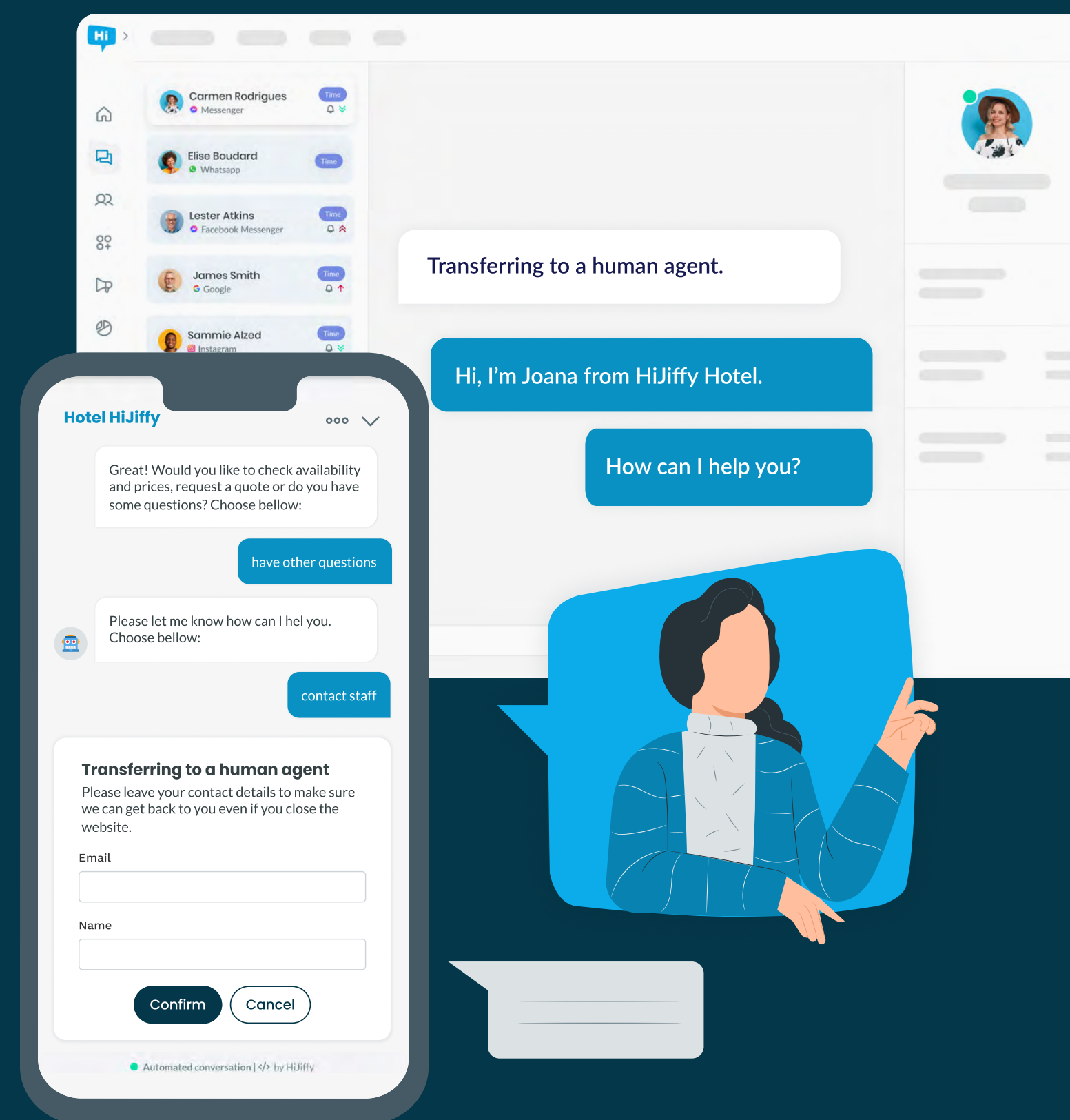
80%

das consultas recebidas



Inteligência Artificial Conversacional

Tecnologia superior que evolui com cada conversa



As soluções de IA conversacional mais avançadas em hotelaria têm a capacidade de autoaprendizagem, melhorando constantemente a sua eficiência e precisão com o tempo. **Os chatbots alimentados por IA são capazes de conversar com os hóspedes, registrar qualquer informação dada e aceder a bases de dados para oferecer um serviço fiável e personalizado.** As melhores soluções integram-se perfeitamente com outros sistemas de gestão hoteleira, agilizando os processos de reserva, confirmação, alteração ou cancelamento. Toda a informação é transmitida como uma conversa real que flui como se estivesse a falar com um agente humano.

O sistema é intuitivo e inteligente, e a comunicação sente-se como natural. O utilizador apenas tem de expressar o seu pedido, consulta, ou preocupação e o chatbot responde em conformidade, sem necessidade de recorrer àqueles menus longos e frustrantes utilizados por soluções de chatbot menos avançadas.

Os chatbots alimentados por IA são capazes de conversar

Inteligência Artificial Conversacional

Principais benefícios e muito mais

A IA conversacional é também incrivelmente eficaz a **recolher os dados** de que necessita. Mesmo os funcionários mais experientes podem achar difícil fazer as perguntas certas para recolher dados de alta qualidade, mas a IA está programada para identificar e filtrar esses dados. Além disso, com todas as conversas gravadas e pesquisáveis, os dados podem ser facilmente analisados para descobrir padrões, destacar palavras-chave e extrair informação essencial, tal como o volume e o tema das consultas recebidas.

● Theme: tag name

select tag ✕

select tag

Ao considerar a implementação de uma solução de comunicação inteligente e conversacional para hóspedes, procure uma que possa responder com sucesso a consultas em **várias línguas**. Muito poucos hotéis terão um staff multilíngue à disposição 24 horas por dia, 7 dias por semana, caso haja uma chamada do estrangeiro, mas com um sistema de IA conversacional disponível para lidar com as consultas dos clientes, tudo isto é tratado automaticamente.

24/7

Procure um sistema de comunicação com hóspedes alimentado por IA que se **integre com todas as redes sociais e plataformas de mensagens**. Isto poderia permitir à sua empresa oferecer opções de comunicação que não conseguiam fornecer no passado, e, além disso, a rapidez de resposta será instantânea. Não há necessidade de um utilizador esperar que um operador ou que o staff encontre tempo na sua agenda ocupada para responder a uma consulta de mensagem de texto. Esta rapidez de serviço e versatilidade das opções de comunicação pode realmente fazer a diferença quando um potencial hóspede está a considerar as suas opções de estadia.

Comunicação com análise de sentimento

Ajuda inestimável para ajudar a priorizar as mensagens recebidas

A Inteligência Artificial e a aprendizagem de máquinas são cada vez mais procuradas dentro da indústria hoteleira, e têm sido implementadas para ajudar a responder às dúvidas dos hóspedes e automatizar processos. Mas os sistemas mais avançados vão mais além e oferecem uma solução que é capaz de reconhecer a emoção ou sentimento por trás da comunicação do hóspede. É talvez um dos aspetos mais subtis, mas vitais da hotelaria que pode ter um impacto significativo na satisfação do cliente, sempre que estas observações sejam bem aproveitadas. **A Skift (2022) relata que os hoteleiros já reconhecem a análise de sentimento como a aplicação mais prática da IA** e da aprendizagem de máquinas, ainda mais do que a personalização de ofertas ou a automatização dos processos de atendimento ao cliente.



Identifique onde o tempo de resposta é crítico

A maioria dos hotéis costuma receber um grande volume de e-mails na sua caixa de entrada, e nem sempre fica patente, no campo do assunto, o tema da consulta. Não responder a uma pergunta urgente pode levar um potencial hóspede a decidir reservar noutra lugar. Mas, então, **como detetar essa pergunta urgente, entre uma infinidade de e-mails?** É aqui que entra a análise de sentimento, que processa a linguagem da comunicação para identificar o sentimento ou emoção patentes na mensagem. Pode optar por destacar as consultas mais urgentes, permitindo ao staff ordenar as mensagens por importância. Desta forma, poderá dar resposta às queixas de forma rápida e corrigir os problemas. Este processo torna simples a definição de prioridades e assegura que as questões mais urgentes sejam tratadas em primeiro lugar.

Comunicação com análise de sentimento

Meça o pulso aos seus hóspedes em todos os canais

Isto é apenas o começo. A análise de sentimento não tem de se limitar aos seus sistemas internos ou aos seus e-mails. Pode ser implementado através de muitos canais, entre os quais as redes sociais. Ao utilizar a análise de sentimento para estar **atento ao sentimento transmitido nos seus perfis pelas redes sociais**, permite-lhe identificar qualquer opinião que esteja a ser divulgada sobre o seu negócio. Saberá se o restaurante do hotel está a receber excelentes críticas, e se for publicado um comentário negativo, saberá de imediato e poderá resolver o problema e mostrar ao mundo que o seu hotel é rápido a reagir e a corrigir o que for necessário.

Quando tiver a informação sobre os aspetos do seu hotel que os hóspedes adoram, mas também sobre os aspetos menos preferidos, terá a oportunidade de fazer alterações e melhorias de forma incisiva. Pode reagir rapidamente aos comentários, comunicar com o público e mostrar um excelente serviço ao cliente. Com boas ferramentas de análise de sentimento, pode eliminar horas de leitura de folhas de cálculo e obter a sua informação em tempo real, para que possa responder quando de imediato, e não horas ou dias após o incidente.



Atento ao sentimento transmitido nos seus perfis pelas redes sociais

Agilização de todos os canais de comunicação

Uma caixa de entrada deveria ser mais do que suficiente

O Digital Transformation Report (2022) da Skift, a maior plataforma de informação da indústria de viagens, declarou que a **agilização dos canais de comunicação era a principal estratégia digital para iniciativas de serviço ao cliente**. O número de meios de comunicação continua a crescer e manter um registo de tudo isto pode parecer uma tarefa impossível.

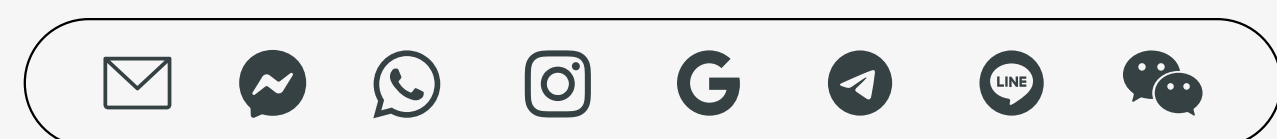
Algumas empresas decidem restringir os métodos de comunicação que utilizam para oferecer um bom serviço através de algumas plataformas. No entanto, ao fazerem isto, estão a falhar. Se apenas se preocupa em garantir que a sua página no Facebook está ativa e atrativa, poderá estar a falhar àquela pessoa que está a contactar através do Twitter, ou àquela pessoa que procurou a sua conta de Instagram e não encontrou, levando-a a duvidar da legitimidade do seu negócio.



Agilização de todos os canais de comunicação

Uma caixa de entrada, omnicanal, para centralizar toda a comunicação

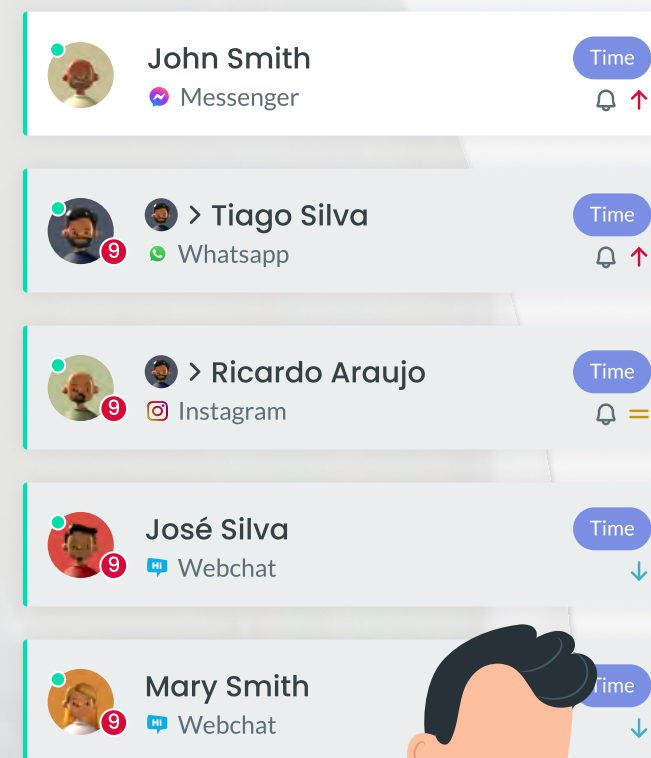
Provavelmente já concluiu que é essencial chegar aos seus hóspedes e potenciais hóspedes através do maior número possível de plataformas, mas isto acarreta um desafio significativo – cada uma das plataformas precisa de ser gerida individualmente e o volume de mensagens recebidas continua a crescer. Esta tarefa pode rapidamente tornar-se avassaladora, a menos que tenha uma força de trabalho ilimitada e fundos infinitos. Felizmente, a tecnologia trouxe-nos os instrumentos para **agilizar e centralizar o acesso a todos os nossos canais de comunicação e redes sociais.**



É uma ferramenta inestimável para garantir que está a **par de tudo o que se passa em todas as plataformas.** As mensagens individuais podem ser assinaladas para assegurar que as conversações são seguidas até à sua resolução. Não terá de confiar na sua memória, ou nas suas próprias notas, para dar seguimento a um assunto. Terá também à sua disposição muitas **funcionalidades que lhe pouparão tempo**, tais como poder responder diretamente a partir da interface, em vez de ter de entrar e sair das respetivas contas, e, ainda, terá a possibilidade de escolher a partir de uma gama personalizada de respostas pré-preenchidas para responder às consultas comuns.

Muitas vezes, há de ser outra pessoa, que não aquela que trata da comunicação, a resolver a questão. Um sistema centralizado facilita a transmissão de tarefas individuais a outros membros do staff, para que seja sempre a pessoa certa a lidar rapidamente com a consulta.

Agilização de todos os canais de comunicação



↑ High priority

= Medium priority

↓ Low priority

Análise de dados mais completa

A recolha de mensagens de todos os seus canais de comunicação num único local permite-lhe visualizar interações e mensagens num relance, independentemente da sua origem. Lidar com as suas comunicações pode ser ainda mais fácil com **ferramentas integradas úteis**, tais como a tradução automática e o estabelecimento de prioridades utilizando a análise de sentimento alimentada por IA. Com todos os seus dados num só local, poderá também **tirar partido dos valiosos conhecimentos**, relatórios e métricas gerados após a análise de todos estes dados combinados. Assim, torna-se fácil responder a perguntas como: quais as plataformas mais frequentemente utilizadas para contactar o seu hotel, ou qual o tempo médio de resposta às consultas, e muito mais.

Voicebots e Sistemas de Resposta de Voz Interativa Conversacional

Deixe que a Inteligência Artificial por si

O quinto estudo da HOTREC Hotel (2022) mostrou que as **reservas diretas com os hotéis estão a aumentar**. Com mais hóspedes a optarem por reservar diretamente com os hotéis, é ainda mais vital oferecer um excelente serviço de resposta em todos os seus canais de comunicação, incluindo por telefone e através de mensagens de voz em redes sociais e aplicações de mensagens. As mensagens de voz têm ganho popularidade, com cerca de **7 mil milhões de mensagens de voz enviadas diariamente no WhatsApp**, segundo a TechCrunch (2022). Pode ser que um hóspede acabe por fazer uma reserva online, mas se tiver uma pergunta específica sobre as instalações ou a localização, ou outro pedido, pode preferir fazer essa simples consulta por telefone ou por mensagem de voz.



Esquecer os menus e ir direto ao assunto

Se um potencial hóspede ouvir o sinal de ocupado porque está noutra chamada, ou, pior, se a chamada não for atendida porque todos os membros do seu staff estão ocupados noutra local, poderá perder um hóspede. Da mesma forma, as mensagens de voz não respondidas em plataformas de comunicação podem acumular-se rapidamente, pois colocar alguém do staff a ouvir e a tomar nota dos detalhes pode ser demorado. Talvez até já tenha um sistema de voz automatizado com menus implementado. Mas tal sistema pode rapidamente tornar-se ineficaz quando o utilizador é forçado a ouvir opções que são irrelevantes para a sua consulta. **Muitas pessoas simplesmente desligam quando são saudadas por um menu automatizado.**

Voicebots e Sistemas de Resposta de Voz Interativa Conversacional

Quando menos é mais

A solução chave é utilizar eficazmente os voicebots de tecnologia de ponta que utilizam **IA para uma resposta de voz interativa avançada**. Ao introduzir uma linguagem mais natural e uma compreensão mais profunda das respostas de voz, os hóspedes poderão obter, muito rapidamente, a resposta às suas perguntas, ou ser automaticamente redirecionados para o departamento mais indicado, sem terem de ouvir uma série de opções de menu. Muitas perguntas simples, tais como os horários de abertura do restaurante ou ser transferido para o spa para reservar um tratamento, podem ser todas resolvidas sem ocupar o tempo do staff da receção. Isto liberta o staff da receção para responder às questões mais complexas e lidar com os hóspedes que lá se encontram pessoalmente. Trata-se de algo de valor inestimável em alturas de muito movimento e permite que mais hóspedes recebam um serviço de excelência, em simultâneo.

Este tipo de contacto self-service é uma opção realista que pode responder à grande maioria das consultas dos hóspedes e interagir com os sistemas backend, de modo a acederem aos serviços sem terem de passar por um operador humano. Dar aos interlocutores a capacidade de completar transações simples, tais como fazer reservas, alterar datas, ou fazer reservas para jantares, retira a pressão do staff que atende as chamadas. Porquê aumentar a carga de trabalho do seu staff para lidar com estes pedidos, quando um sistema automatizado o fará igualmente bem? Além disso, ao implementar um sistema de IA para cuidar destes processos, está a eliminar erros humanos e a adquirir uma capacidade de rastreabilidade total caso seja necessário rever alguma questão.

Estamos numa era em que podemos pôr de lado os nossos preconceitos relativamente aos voicebots. O mundo tecnológico transformou aquilo que, em tempos, foi uma fonte de frustração que oferecia apenas uma utilidade mínima, como redirecionar as chamadas para diferentes departamentos ou fornecer a informação mais básica, num voicebot totalmente interativo que compreende as nuances da linguagem e do tom de voz, proporcionando o acesso a uma vasta gama de serviços. **Para os hóspedes, significa rapidez e acessibilidade, sem o mínimo stress. Para as empresas hoteleiras, é uma poupança considerável de tempo e dinheiro, com a vantagem de incorporar capacidades analíticas valiosíssimas.**



Resumo

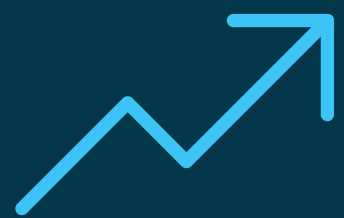
Com base nos dados e estudos realizados no âmbito da indústria hoteleira, bem como nos nossos próprios conhecimentos, esperamos que estas tendências na comunicação com os hóspedes se tornem mais proeminentes à medida que avançamos para 2023 e mais além. Como com todas as novas tecnologias, os primeiros a aderir terão a vantagem competitiva, por isso, recomenda-se que se mantenha atento ao desenvolvimento de plataformas que possam beneficiar o seu negócio nesta era digital. Ao compreender as tendências, ao manter a mente aberta, com consciência daquilo que será mais útil para o seu negócio na hotelaria, irá garantir um lugar à frente da concorrência e poderá oferecer aos seus hóspedes um nível de serviço superior. São tempos emocionantes, estes em que a Inteligência Artificial e os processos de aprendizagem de máquinas deixam de ser uma novidade para passarem a ser uma ferramenta incrivelmente útil, com muitos propósitos valiosos no mundo real, e dos quais a indústria da hotelaria pode certamente beneficiar. Aguardamos, com expectativa, esses avanços e inovações em 2023, que irão transformar ainda mais a nossa indústria nos anos vindouros.

É hora de repensar as comunicações com os hóspedes

Reserve uma demonstração com a equipa da HiJiffy para ver como pode beneficiar da nossa IA conversacional ao longo de toda a jornada do hóspede.

hijiffy.com

Junte-se a mais de 1.600 hotéis que já usam o Guest Communications Hub alimentado por IA da HiJiffy e as suas poderosas integrações com vários sistemas de gestão hoteleira para:



Aumentar as receitas

Maximizar o lucro em todas as etapas da jornada do hóspede.

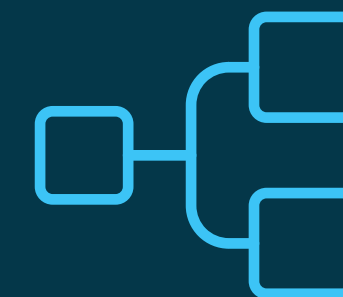
- Fazer reservas diretas
- Fazer upgrade de quartos
- Upselling
- Retenção



Melhorar a experiência do hóspede

Exceder as expectativas dos seus hóspedes com uma experiência envolvente.

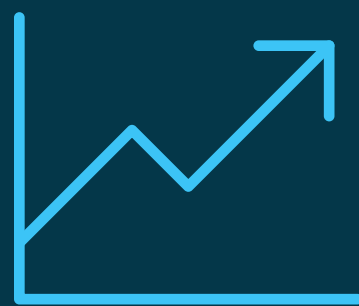
- Omnicanal
- Suporte multilíngue e instantâneo ao vivo 24/7
- Personalizável e escalável
- Análise de sentimento



Procedimentos de automatização

Permitir interações digitais sem perder o "toque humano"

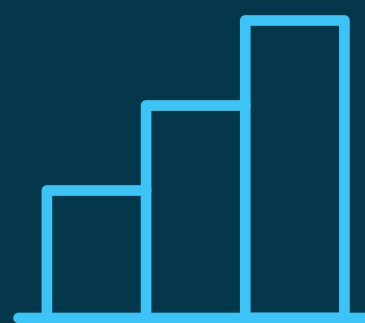
- Digitalizar as caixas de entrada e saída
- Permitir experiências sem contacto
- Redirecionar e escalar
- Automatizar tarefas administrativas



Aumentar a satisfação do hóspede

Proporcionar experiências memoráveis com um serviço ao cliente de excelência.

- Aumentar as recomendações
- Prevenir reviews negativas
- Acelerar a recuperação do serviço
- Melhorar a jornada do hóspede



Aumentar a produtividade

Fazer mais com menos sem comprometer os níveis de serviço.

- Automatizar operações
- Acompanhar e analisar o desempenho
- Melhorar o trabalho de equipa
- Concretizar recompensas



Gerir os dados dos hóspedes de forma eficiente

Oferecer serviços altamente personalizados aos hóspedes para experiências superiores.

- Centralizar a informação
- Preservar a história
- Enriquecer a base de dados
- Criar segmentação

Reserve hoje a sua demonstração em hijffy.com

Fontes

- 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)

