

COME IL CORONAVIRUS CAMBIERÀ IL COMPORAMENTO DEI CLIENTI DELL'HOTEL



La crisi del Coronavirus, negli ultimi due mesi, ha colpito in modo significativo la vita di miliardi di persone in tutto il mondo. Il turismo si è arrestato, le frontiere sono state parzialmente chiuse, il traffico aereo è in gran parte cessato e molte restrizioni di viaggio sono state attuate in tutto il mondo.

In breve, lo scatenarsi del virus rappresenta per l'industria una sfida senza precedenti. Ma questi eventi drastici non saranno sicuramente duraturi e il turismo ha la capacità di riprendersi. Gli albergatori sono ottimisti in modo differente, ma tutti concordano sul fatto che la realtà e i processi alberghieri di tutti i giorni stanno cambiando per sempre e si modelleranno con una nuova realtà nell'era del post-coronavirus.

In generale, le misure di igiene e sicurezza saranno la priorità assoluta per gli albergatori. È importante anticipare il comportamento dei clienti in questa nuova situazione per essere in grado di soddisfare le loro esigenze nel miglior modo possibile. In tempi di isolamento sociale e di assenza di contatti, non c'è da stupirsi che alcuni servizi riprendano rapidamente la loro importanza. È quindi fondamentale che gli hotel si preoccupino del significato che ciò comporta in termini di servizi che possono essere prenotati.

Un aspetto importante è il cambiamento del comportamento dei clienti nel servizio in camera. Sulla base dei dati degli utenti di SuitePad in circa 1000 hotel nel marzo 2020, si possono trarre interessanti conclusioni per il futuro. All'epoca il coronavirus era già arrivato in Europa, ma gli hotel erano ancora aperti.

Gli ordini per il servizio in camera sono aumentati vertiginosamente

Gli albergatori professionali tendono a non essere molto entusiasti del servizio in camera, poiché negli ultimi anni è stato estremamente difficile offrire questo servizio in modo redditizio. Spesso è stato offerto solo per soddisfare i requisiti necessari per le categorie stellate. In un contesto mutato dovuto al coronavirus, il servizio in camera diventerà molto più importante perché il cliente sarà sempre più vincolato alla sua camera.

A causa della minore occupazione negli hotel, il numero totale di prenotazioni alberghiere a marzo 2020 è stato inferiore rispetto a marzo 2019. In termini di ordini di servizio in camera, vediamo un aumento dell' 89% rispetto all'anno scorso, il che dimostra che il consumo in camera d'albergo è assolutamente indispensabile in un "mondo coronavirus". Il timore di contagio è relativamente alto tra la clientela, e spesso mancano alternative a causa della chiusura dei ristoranti e delle restrizioni.

I classici servizi alberghieri, come il servizio in camera, offrono improvvisamente un grande potenziale per soddisfare le nuove esigenze. Ma questo significa anche che questo servizio deve essere organizzato in modo più efficiente. Si pensa che ci saranno meno scelte nel servizio in camera e, come hotel, si dovrebbe essere particolarmente preparati ad aumentare gli ordini per la prima colazione.

Idee creative per l'offerta della colazione negli hotel

Sarà comunque necessario ripensare l'offerta della prima colazione per rispettare le nuove regole di distanziamento sociale. Molti hotel indicano che anche se la domanda degli ospiti aumentasse in modo significativo, non sarebbero in grado di gestire il loro hotel al 100% perché le capacità delle sale per la colazione non soddisfano i nuovi requisiti. Per questo motivo, un'offerta di colazione creativa sarebbe molto vantaggiosa.

Ciò contribuirebbe a ridurre il numero di clienti nella sala colazione e contribuirebbe a soddisfare i requisiti di sicurezza. Allo stesso tempo, non sarebbe una classica colazione, il che ridurrebbe al minimo lo sforzo per il personale dell'hotel. La colazione potrebbe essere facilmente composta come pacchetto dall'ospite (ad esempio in diverse varianti da "Vegan" a "Dolce"). Questa verrebbe ordinata in formato digitale insieme all'orario di consegna e il dipendente appenderebbe una borsa con il cibo ordinato il giorno successivo. Altri hotel stanno prendendo in considerazione l'utilizzo di sistemi a semaforo. L'ospite sceglierebbe un orario per la colazione la sera prima e prenoterebbe digitalmente un tavolo. In questo modo si ridurrebbe al minimo l'utilizzo eccessivo nelle ore di punta.

Inoltre, si può presumere che il comportamento dei clienti cambierà anche a lungo termine. Almeno fino a quando non sarà disponibile un vaccino. Ad esempio, alcuni ospiti eviteranno di rimanere al ristorante o si asterranno dall'uscire dall'hotel. Questo rappresenta anche un'opportunità per gli albergatori di sostituire i ricavi ottenuti all'esterno nel passato con quelli generati nella propria attività. I tempi di affollamento delle aree per la colazione sembrano ormai lontani, ma lo sviluppo del vaccino potrebbe arrivare addirittura fino al 2021. Se gli hotel vogliono generare ricavi per quell'anno, sarà necessario improvvisare e adattarsi.

Camere d'albergo come uffici domestici

Il servizio in camera e le nuove offerte di prima colazione non devono essere gli unici servizi che potrebbero essere ottimizzati per la sala dell'hotel. Altre offerte sono certamente fortemente dipendenti dal livello di servizio e dalla clientela. Negli hotel aziendali - già parzialmente convertiti in uffici domestici alternativi - i servizi legati alla vita quotidiana dell'ufficio, come la stampa di documenti, giocano certamente un ruolo importante.

Negli esercizi per il tempo libero, è importante considerare se i trattamenti spa continueranno a svolgersi nella stessa stanza, uno dopo l'altro, o se si dovrà concedere più tempo per le pulizie o se alcune parti del trattamento potranno essere spostate nella stanza dell'ospite.

Quel che è certo è che il mondo sarà diverso nell'era del post-coronavirus e sarà una grande sfida per il settore. È quindi essenziale considerare le condizioni in cui gli albergatori possono aprire nuovamente le loro strutture. Come già detto, in questo processo si dovrebbe dare particolare importanza al servizio in camera.

Date: 2020-05-18

Article link:

<https://www.tourism-review.it/servizio-in-camera-offrono-un-grande-potenziale-news11538>