

LE 7 MIGLIORI TENDENZE DEL SETTORE ALBERGHIERO PER IL 2021



La pandemia di Covid-19 ha avuto un impatto senza precedenti sull'industria alberghiera. Ha stabilito nuovi standard nel settore e ha portato a cambiamenti più rapidi che mai. Oltre agli ovvi effetti negativi, tuttavia, si sono presentate nuove opportunità e tendenze.

Quindi quali tendenze cambieranno il funzionamento degli hotel nel 2021? Ce ne sono alcune che non sono davvero nuove, ma che sono più come dei "vecchi amici". Questo però non ne riduce certamente status o l'importanza per il futuro dell'industria alberghiera. Tourism Review ti offre un riepilogo delle 7 principali tendenze del settore alberghiero dell'anno.

Sicurezza e igiene

L'igiene, la pulizia e la relativa necessità di maggiore sicurezza sono probabilmente alcuni dei fattori più importanti delle tendenze dell'industria alberghiera dell'anno. La pandemia ha fatto sì che la pulizia, che è lo standard per ogni hotel, sia tornata al centro dell'attenzione. In questi tempi difficili, una buona igiene fa semplicemente parte del tipo di esperienza spensierata che gli ospiti cercano. Gli hotel dovrebbero quindi fare tutto ciò che è in loro potere per garantire che gli ospiti godano di un soggiorno igienico che non lasci assolutamente a desiderare, durante il 2021.

Gli hotel dovrebbero accompagnare i loro ospiti passo dopo passo, dalla prenotazione all'arrivo, e far sapere loro quali misure hanno adottato per garantire la loro sicurezza. Non si tratta esclusivamente di pulire di più, poiché gli standard igienici nel settore alberghiero sono sempre alti. Si tratta di mostrare, dire, spiegare e illustrare agli ospiti esattamente quali passi vengono compiuti, dall'inizio alla fine.

Turismo verde e sostenibile

La sostenibilità è stata una delle tendenze nel settore alberghiero per diversi anni. A causa del coronavirus, la protezione ambientale e la sostenibilità sono passate in secondo piano per un breve periodo, poiché inizialmente sembrava un aspetto difficile da combinare con la maggiore attenzione per il rispetto delle nuove condizioni igieniche poste.

Tuttavia, il turismo "verde" è ancora importante per i tuoi potenziali ospiti. La protezione dell'ambiente è particolarmente importante per la Generazione Z e per la prossima generazione. Dopotutto, lo dimostrano instancabilmente in occasione di manifestazioni in cui richiamano continuamente all'attenzione riguardo alla protezione del clima.

Pertanto, non è neanche lontanamente abbastanza limitarsi a usare adesivi in bagno per indicare che gli ospiti dovrebbero usare i loro asciugamani più volte in favore dell'ambiente. I viaggiatori verdi vogliono trascorrere la notte in hotel che si impegnino per la sostenibilità e che abbiano acquisito la protezione ambientale come un nuovo modello di business. Certificazione verde, azione sostenibile dalla cucina alla reception, energia solare, elettricità verde, risparmio idrico ed evitamento di produzione di CO₂: tutto questo è importante per i viaggiatori e continuerà ad essere

una tendenza nel settore nel 2021.

Personalizzazione attraverso la digitalizzazione

Una tendenza che diventerà più importante che mai nel 2021 è la personalizzazione. Tuttavia, questo non significa necessariamente nella conversazione personale. Si tratta sicuramente di più di creare un'esperienza unica e individuale per l'ospite. Affinché il soggiorno sia straordinario, tuttavia, ci vogliono più di semplici offerte di base come la connessione Wi-Fi gratuita o una bottiglia di acqua gratuita in camera. Gli ospiti vogliono essere entusiasti, sia digitalmente che personalmente.

In questo contesto, se hai supporti digitali d'aiuto, come la directory degli ospiti sul tablet in camera o un'app per hotel, hai già molto di ciò di cui hai bisogno riguardo questo aspetto. Il saluto per nome sul tablet qui, il pacchetto di servizi su misura lì, facile da prenotare e accompagnato da immagini, garantisce l'entusiasmo e la soddisfazione degli ospiti.

Agire globalmente e pensare localmente

Un'altra tendenza del settore alberghiero da tenere d'occhio nel 2021 è il conflitto tra l'avanzamento della globalizzazione e i contesti locali.

La globalizzazione garantisce un aumento dei redditi in tutto il mondo. Di conseguenza, più persone viaggiano e trascorrono vacanze più lunghe perché ora possono permetterselo. Ciò è accompagnato dall'opportunità e dalla sfida di ospitare una clientela completamente nuova. Anche se gli ospiti internazionali non sono attesi nella prima metà dell'anno, alla fine torneranno, e anche gli hotel dovrebbero prepararsi per riceverli. Come i viaggiatori nazionali, sono interessati alle attrazioni locali e alle prelibatezze regionali. Dai vita all'ambiente circostante e incoraggia i tuoi ospiti a familiarizzare con la gente del posto.

In questo contesto, è necessario sottolineare la necessità di collaborazione. Attraverso la cooperazione, sia con gli agricoltori regionali che con le destinazioni escursionistiche locali o con i fornitori di tecnologia, è possibile creare una rete per soddisfare le mutate esigenze degli ospiti. Inoltre, questo è l'unico modo per creare esperienze veramente locali e allo stesso tempo generare effetti sinergici. Interi regioni, gli ospiti, nonché il tuo portafogli, possono beneficiare di una maggiore cooperazione.

Nuovi concetti

Nonostante le difficoltà del 2020, la creatività e l'ingegnosità degli albergatori erano ancora evidenti. Le conversioni in spazi di collaborazione sono diventate popolari, così come affittare hotel come ospedali di emergenza o come rifugi per i senzatetto.

Oltre all'hotel classico, negli ultimi anni si sono sviluppati sul mercato un gran numero di nuovi tipi alternativi di alloggio. Pensioni, appartamenti di servizio, spazi di convivenza per lavoratori da remoto o singoli viaggiatori sono solo alcuni esempi di queste alternative.

Presto queste non saranno più alternative, ma una parte degli hotel standard e classici. Infatti, una cosa è chiara: più gli hotel sono vuoti, più soldi vengono bruciati. Ed è proprio per questo che sempre più albergatori esperti sono alla ricerca di modi creativi per riempire di nuovo il loro hotel e utilizzare le stanze per altri scopi. Questa tendenza "alternativa" dell'industria alberghiera continuerà quindi nel 2021, nella misura in cui può essere combinata con la strategia aziendale e di servizio.

Nuove preferenze

Un'altra importante tendenza dell'ospitalità nel 2021 sono le mutate esigenze degli ospiti. Naturalmente gli ospiti vogliono una connessione Wi-Fi veloce e stabile nel 2021, ma il desiderio di esperienze digitali va ben oltre. Dopotutto, molti ospiti ora preferiscono una soluzione di check-in digitale e altri processi contactless, come ordinare i servizi della camera con la semplice pressione di un pulsante.

Anche le destinazioni di viaggio desiderate stanno cambiando. Attualmente, i viaggi aerei internazionali e le crociere di lusso globali non fanno parte delle liste dei desideri degli ospiti. I turisti, ora come ora, sono sempre più alla ricerca di esperienze più regionali e nazionali. La gente vuole uscire e sperimentare cose nuove anche nel 2021, ma non a Tokyo e in Madagascar, ma sul Mar Baltico o sulle Alpi.

Inoltre, continuerà la tendenza nel settore dell'ospitalità verso le prenotazioni online, così come la tendenza verso viaggi spontanei. L'incertezza che attualmente prevale tra gli ospiti quando si tratta di viaggiare ha un impatto significativo sulle destinazioni e sugli accordi di viaggio. Anche i viaggi dell'ultimo minuto e le condizioni flessibili di cancellazione saranno sempre più popolari nel 2021.

Esperienze digitali e hotel intelligenti

Nel 2021, più che mai, gli albergatori dovranno rinnovare le proprie strutture IT, espandere i canali di comunicazione digitale e integrare nuove tecnologie. Questo perché tutti gli strumenti di supporto digitale, dalla directory degli ospiti digitali ai controlli intelligenti delle camere, ai sistemi alberghieri intelligenti, alle app alberghiere e ai terminali di check-in, hanno una cosa in comune: aiuteranno gli albergatori a sopravvivere alla pandemia e allo stesso tempo apriranno un nuovo potenziale di vendita.

Per implementare queste strategie, la conoscenza digitale sarà una necessità, così come quella del marketing online. Senza questi accorgimenti diventerà sempre più difficile per gli albergatori costruire un modello di business redditizio. Per questo motivo, la conoscenza nel campo della digitalizzazione sarà la valuta dell'anno 2021.

Tuttavia, è importante notare che non tutti gli espedienti tecnici sono adatti a ogni hotel e che non sempre si adattano alla clientela. Gli albergatori dovrebbero quindi studiare il da farsi insieme ai loro dipendenti per vedere quali supporti digitali possono offrire un reale valore aggiunto per gli ospiti e potenziare davvero il funzionamento dell'hotel.

Date: 2021-01-25

Article link: <https://www.tourism-review.it/tendenze-del-settore-alberghiero-del-2021-news11857>