

I 5 TREND FONDAMENTALI DELL'IA CHE STANNO PER RIMODELLARE IL MONDO DEL TURISMO NEL 2025



L'intelligenza artificiale sta cambiando il volto del turismo in modi che molti non si aspettano. Proprio come quando internet o gli smartphone fecero il loro debutto, l'IA sta demolendo vecchie abitudini, alterando le aspettative dei viaggiatori e spingendo le aziende a ripensare le loro strategie. In pratica, si prevede che entro la fine del 2025 l'IA diventerà un compagno indispensabile

per offrire esperienze su misura, automatizzare numerosi processi e rendere le imprese più competitive. Tourism Review, ad esempio, ci svela che cinque tendenze emergenti stanno per riscrivere le regole del gioco nel turismo.

1/ AI generativa: una personalizzazione che sorprende

L'AI generativa si afferma come uno strumento chiave per creare viaggi su misura. In modo quasi naturale, permette di progettare itinerari personalizzati, sviluppare guide di viaggio cucite sulle preferenze individuali e perfino generare immagini immersive delle destinazioni. I chatbot, ormai ben evoluti, vanno ben oltre il semplice supporto: offrono risposte rapide e autentiche, diventando veri partner creativi per chi opera nel turismo.

2/ Agenti AI: concierge virtuali che ci accompagnano ovunque

Immagina di avere un assistente digitale che impara le tue abitudini, organizza il tuo percorso e prenota le attività migliori - tutto in tempo reale, ovunque tu vada. Questi assistenti non sono soltanto strumenti freddi: si trasformano in guide di viaggio personalizzate che, in molti casi, anticipano le tue necessità, migliorando la tua esperienza senza che tu debba chiedere nulla esplicitamente.

3/ Video AI: un modo tutto nuovo per mostrare le destinazioni

Ad inizio dicembre, OpenAI ha lanciato Sora Turbo, un generatore video che agisce semplicemente a partire da una richiesta testuale - disponibile per chi usa ChatGPT Plus o Pro. Pochi giorni dopo, Google ha risposto con Veo2, una versione rinnovata del proprio generatore video. Con questa corsa all'innovazione, il numero di strumenti video basati su IA cresce, ampliando le opportunità creative - in particolare per le PMI che, con budget limitati, possono ora sperimentare nuovi formati. In generale, gli esperti consigliano però prudenza: il potenziale è eclatante, ma la qualità e la maturità di questi strumenti, specialmente per scopi promozionali nel turismo, possono ancora lasciare a desiderare. Dunque, è meglio avvicinarsi a queste tecnologie con un po' di attenzione, dato che la situazione potrebbe evolversi rapidamente.

4/ Automazione: ripensare il rapporto con il viaggiatore

Nel settore dei viaggi, l'automazione promette di rendere l'esperienza del cliente decisamente più scorrevole. Si prevede che entro il 2025 l'IA sarà capace di gestire una moltitudine di compiti in tempo reale, assicurando interazioni senza intoppi. Ad esempio:

- Prenotazioni semplificate: una piattaforma come Expedia sarà in grado di organizzare pacchetti vacanze - comprensivi di hotel, trasporti e attività - in pochi clic, gestendo anche richieste complesse;
- Risposte automatiche alle domande dei viaggiatori, garantendo supporto immediato e personalizzato.

In effetti, l'automazione ridisegna il modo in cui le aziende interagiscono con il pubblico, garantendo una comunicazione più fluida anche se, in certi casi, ci potrebbero essere delle piccole imperfezioni da affinare col tempo. Le mail che arrivano dai consumatori permettono alle aziende di rispondere in maniera davvero rapida—e diciamo pure efficiente—alle richieste dei clienti. In molti hotel, ad esempio, si potrebbe decidere di usare dei chatbot che parlano nella lingua natia degli ospiti; questi sono attivi 24 ore su 24, 7 giorni su 7, pronti a dare una risposta immediata senza esitazioni.

Questi strumenti, in effetti, non solo aumentano la soddisfazione dei viaggiatori, ma aiutano pure a mantenere sotto controllo i costi operativi nel settore turistico, rendendo tutto un po' più fluido e pratico.

5/ Trasformazione delle risorse umane: una collaborazione tra intelligenza artificiale e uomo

Per quanto riguarda la trasformazione delle risorse umane, la questione diventa particolarmente interessante: qui si assiste a una sorta di collaborazione tra intelligenza artificiale e capacità umane. Strumenti come ChatGPT, DeepSeek e altri simili stanno semplificando notevolmente il lavoro quotidiano, automatizzando le attività ripetitive che spesso rubano tempo prezioso. Ad esempio, possono redigere la prima bozza di documenti, piani o perfino e-mail, e forniscono traduzioni in un battibaleno. Inoltre, questa tecnologia rende l'accesso alle informazioni decisamente più facile, offrendo soluzioni pensate su misura e lasciando così spazio a chi lavora per dedicarsi a compiti strategici e creativi, il tutto incrementando l'efficienza e stimolando l'innovazione.

Un recente report di Google, per la maggior parte, stima che l'IA potrebbe permettere a ogni dipendente di risparmiare mediamente circa 175 ore all'anno, riducendo sensibilmente il tempo impiegato nelle attività strategiche - praticamente, questo equivale a più di un mese intero di lavoro. Alla luce di questi dati, aziende e organizzazioni potrebbero benissimo prendere in considerazione l'idea di predisporre un manuale d'uso per l'IA, aiutando i propri team a sfruttarla al meglio.

Date: 2025-02-17

Article link:

<https://www.tourism-review.it/principali-tendenze-intelligenza-artificiale-che-stanno-trasformando-il-settore-turistico-news14797>