

De optimale gastreis is de optelsom van mens en slimme technologie

09-08-2022 12:11

Bij elke accommodatie waar klanten worden ontvangen staat de beleving centraal. Het fysieke vastgoed heeft dan slechts een ondersteunende functie voor de totaalervaring. Het gebouw zorgt weliswaar voor de eerste indruk, maar direct bij binnenkomst moet het gebeuren: het wow-effect. “Bezoekers verwachten in hospitality & leisure steeds meer gemak”, zegt Christine Roest, senior consultant UX (User Experience) bij Drees & Sommer Netherlands. “Slimme apps kunnen daarin van grote waarde zijn. Maar pas in combinatie met menselijk contact bereik je de optimale beleving.”

De hotellerie loopt waar het gaat om het optimaliseren van de guest journey voor op bijvoorbeeld de kantorenmarkt. “Menig hotelketen is zich al jaren geleden gaan verdiepen in het vervolmaken van de gastvrijheid binnen het bedrijf”, weet Roest. “Hoe komt de gast binnen, wat verwacht deze en hoe kun je die verwachtingen overtreffen? Hoe zorg je ervoor dat de beleving optimaal is? Dat is dan naast de papieren eisen die gelden voor, zeg, een vijfsterrenhotel. Het zit ‘m uiteraard in een ruimtelijke en logische opzet, in decoratie en in service, maar de beleving van de klasse heeft vooral te maken met gevoel. Vanuit UX denken wij graag mee over serviceconcepten en de uitwerking daarvan. Zeker wanneer een belegger in charge is, is onze sectorale expertise echt een surplus.”

Welkom zijn is een gevoel

Gemak en efficiency zijn twee kernbegrippen in de huidige klantbehoefte. “Mensen zijn tegenwoordig zó gewend om te gaan met technologie en te werken met smartphones en tablets dat die zeker kunnen bijdragen aan de optimale beleving. Online inchecken zodat je bij aankomst in een hotel direct kunt doorlopen naar je kamer – je smartphone of smartwatch gebruik je als sleutel. Roomservice of een massage reserveer je in de hotelapp, waar je in beeld, tekst en geluid ook allerlei informatie over de directe omgeving terugvindt. “Smart technology verrijkt niet alleen het verblijf van je gast, maar biedt de organisatie ook de mogelijkheid om interessante data te verzamelen die een schat aan informatie bieden. Met een app heb je een goede marketingtool in handen: een incentiveprogramma voor loyale gasten. Hoe vaker iemand bij je logeert, hoe meer voordeel hij verdient.” “Daarnaast”, zegt Christine overtuigd, “blijft de menselijke factor essentieel; iemand bij wie je met je vragen en problemen terecht kunt. En de glimlach van de frontofficemedewerker of receptioniste zorgt ervoor dat je je écht welkom voelt.”

Incentive voor duurzaamheid

Een mooi lopend project binnen de sector Hospitality is de grootschalige renovatie van een monumentaal pand in hartje Amsterdam naar Citadines Apart Hotel, een formule van The Ascott Limited groep. Drees & Sommer verzorgt het projectmanagement gedurende de renovatie en stuurt het ontwerpteam en de uitvoerende partijen aan. “Je ziet dat duurzaamheid een grotere rol krijgt in de hotelwereld. Zo is duurzame innovatie een actueel thema voor het nieuwe Citadines hotel. Het is een onderwerp dat voor Ascott hoog op de agenda staat. We denken er met elkaar over na hoe we gasten kunnen stimuleren om duurzamer om te gaan met energie. We overwegen bijvoorbeeld de plaatsing van een slimme tussenmeter in elke kamer. Je kunt gasten dan korting op de kamerprijs of incentives geven bij een laag energieverbruik.”

Meedenken en prikkelen

Nationaal en internationaal is Drees & Sommer op de hoogte van innovaties en trends in tal van sectoren. “Hospitality is één van de sectoren waarin we veel expertise hebben opgebouwd. We denken graag als partner mee met de opdrachtgever over mogelijkheden en oplossingen. En prikkelen soms een beetje, om vervolgens met elkaar een nóg beter resultaat te bereiken.”

VASTGOED JOURNAAL

Hoofdbeeld: ©Fusion Interior Group

Redactie