



NOVAS FONTES
DE RECEITAS PARA

HOTEL

ZOOX
SMART DATA

Gestão de reputação online	04
Diretório de serviços digitais	05
Guest control	06
Wi-Fi marketing	10
Espaço de mídia pelo Wi-Fi	11
Reconhecimento automático	12
Biometria facial para autenticação	13
Experiência digital (Do pedido ao pagamento)	14
Comunicação de retorno e avaliações	15

Antes da pandemia da Covi-19, as taxas de ocupação de hotéis alcançaram níveis recordes e as Taxas Médias Diárias (ADRs) aumentaram consideravelmente. Atualmente, porém, é um dos segmentos que mais sofrem com os impactos do cenário econômico atual.

Nesse momento delicado, toda e qualquer nova fonte de receita pode ter um impacto determinante no planejamento financeiro do hotel.

Neste Guia, selecionamos algumas práticas para ajudar empresas do ramo de hotelaria a terem uma retomada nos próximos meses.

Com a iminente digitalização de serviços, resultante de uma experiência do hóspede com menos pontos de fricção, novas formas de gerar receita começam a surgir - e nem todo mundo as conhece ainda.

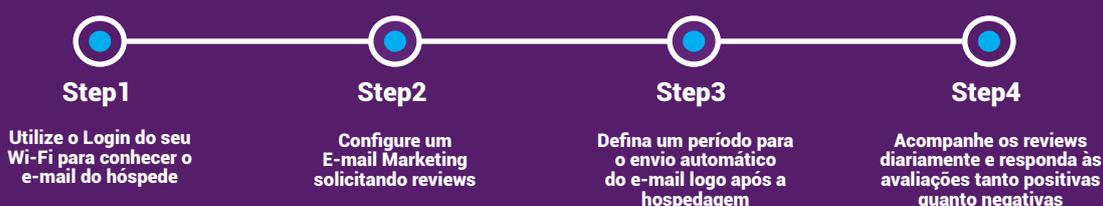
Confira práticas, tecnologias e novidades que podem elevar seu faturamento ao mesmo tempo que adapta o seu hotel para os novos tempos.

Gestão de reputação online

Estudos recentes demonstraram que 90% dos consumidores pesquisam a reputação de um negócio antes de utilizá-lo. Eles utilizam tanto os sites genéricos, como Google e Facebook, quanto os específicos de segmentos, como o TripAdvisor e Booking.

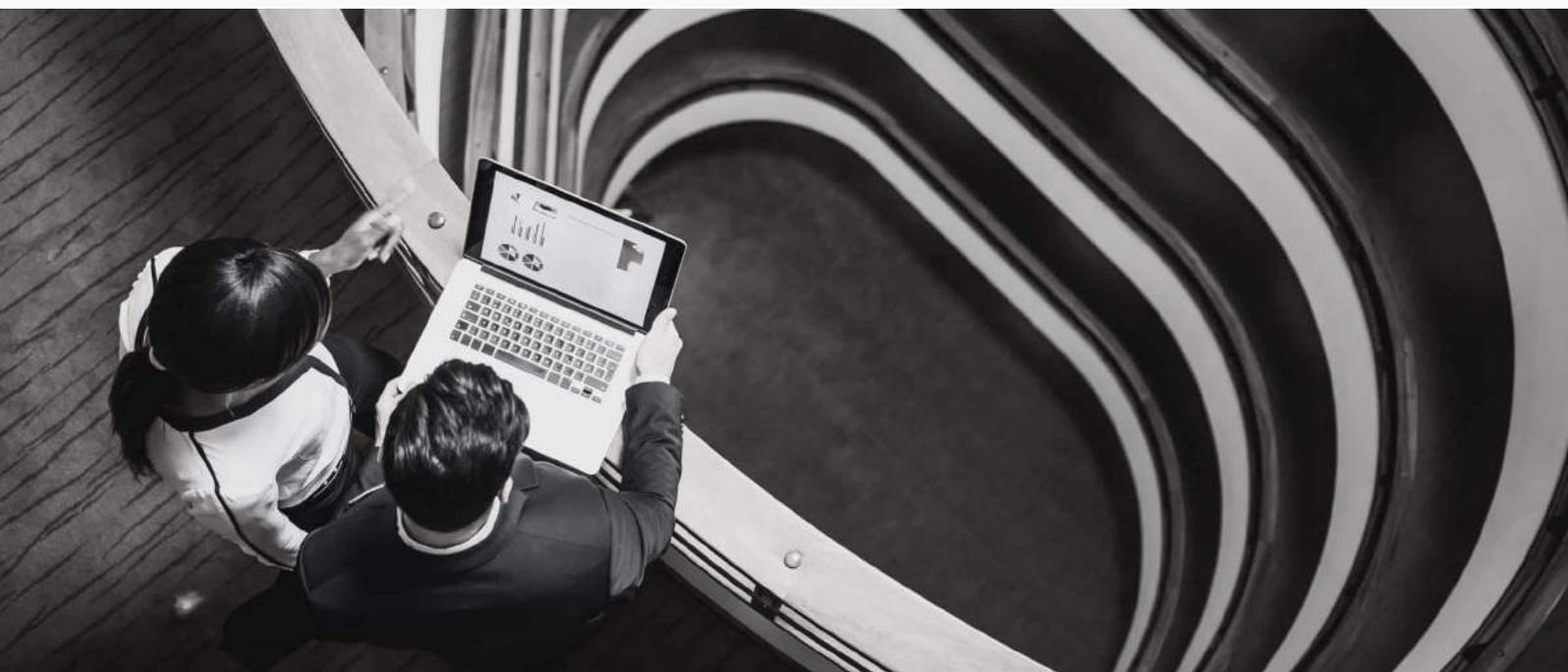
As avaliações online estão transformando o mercado e a forma de se portar diante do cliente. Logo, uma **reputação online** sólida é fundamental para impactar novos clientes. Um estudo de Harvard descobriu que adicionar uma única estrela na avaliação do seu negócio pode gerar um aumento de 5% a 9% nas receitas, especialmente se não forem hotéis de grandes redes hoteleiras.

Assim sendo, incentive os seus consumidores a fazerem avaliações do seu hotel (se forem bem atendidos, claro). Essa iniciativa tende a dar muito certo para qualquer tipo de negócio.



DICAS

- Registre seu restaurante em quantos sites puder
- Quantidade é tudo! Obtenha o máximo de avaliações.





Diretório de serviços digitais

A digitalização de serviços ainda será um diferencial para hotéis neste ano e no próximo. Consumidores demandam, mais do que nunca, conteúdos e serviços online. Cardápios, reservas, horários e até mesmo pagamentos podem ser oferecidos digitalmente com facilidade. Isso diminui a exposição do cliente e confere conforto e agilidade para a experiência.



Step 1

Crie uma versão digital do seu cardápio e de outros serviços oferecidos



Step 2

Incentive, por meio de anúncios e conteúdos orgânicos, as pessoas a fazerem reservas no seu site. Ofereça benefícios em troca



Step 3

Mantenha o site e redes sociais atualizados com fotos, textos, novidades, diferenciais e outras informações úteis



Step 4

Disponibilize pagamento via QR Code ou SMS

DICAS

- Quanto mais opções online, maior a chance de upsell
- Uma API para WhatsApp pode ajudar na maioria dos casos
- Ferramentas de Gestão de Solicitações dão suporte e ainda geram relatórios inteligentes.



Guest control e o distanciamento social

Por falar em diretório de serviços digitais, este talvez seja o maior diferencial que um hotel pode oferecer em um momento tão delicado como esse de distanciamento social. Estamos falando do **Guest Control**.

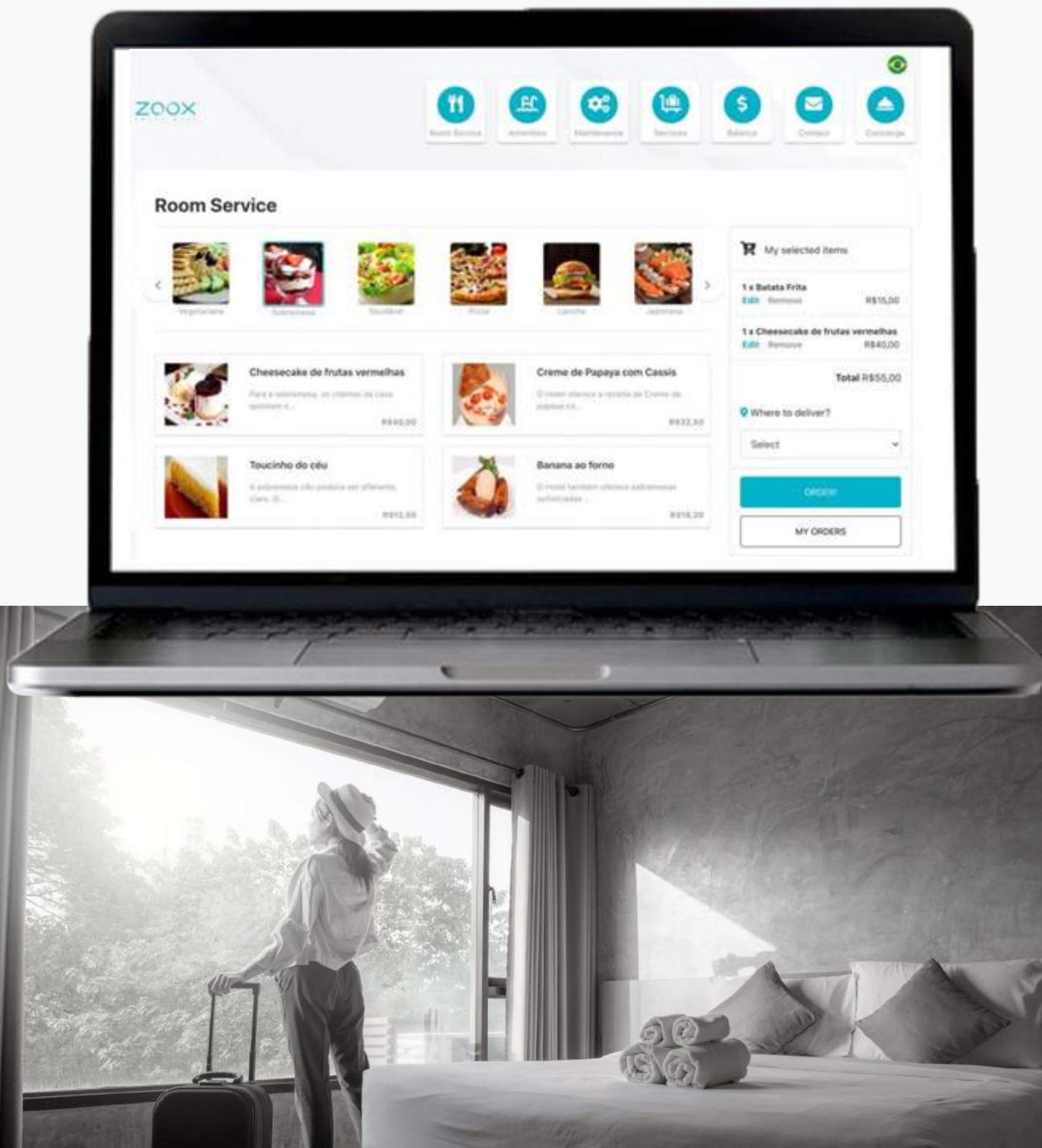
Trata-se de uma ferramenta de gestão de convidados e solicitações para diversos segmentos, principalmente o de turismo. Sem precisar instalar nenhum aplicativo, o Guest Control pode ser acessado por QR Code ou link, permitindo ao cliente solicitar e agendar **serviços de quarto, amenidades, manutenção, serviços, contatos e concierge**.



Room service: O cliente pode agendar ou solicitar cardápios e outros serviços oferecidos pelo estabelecimento.

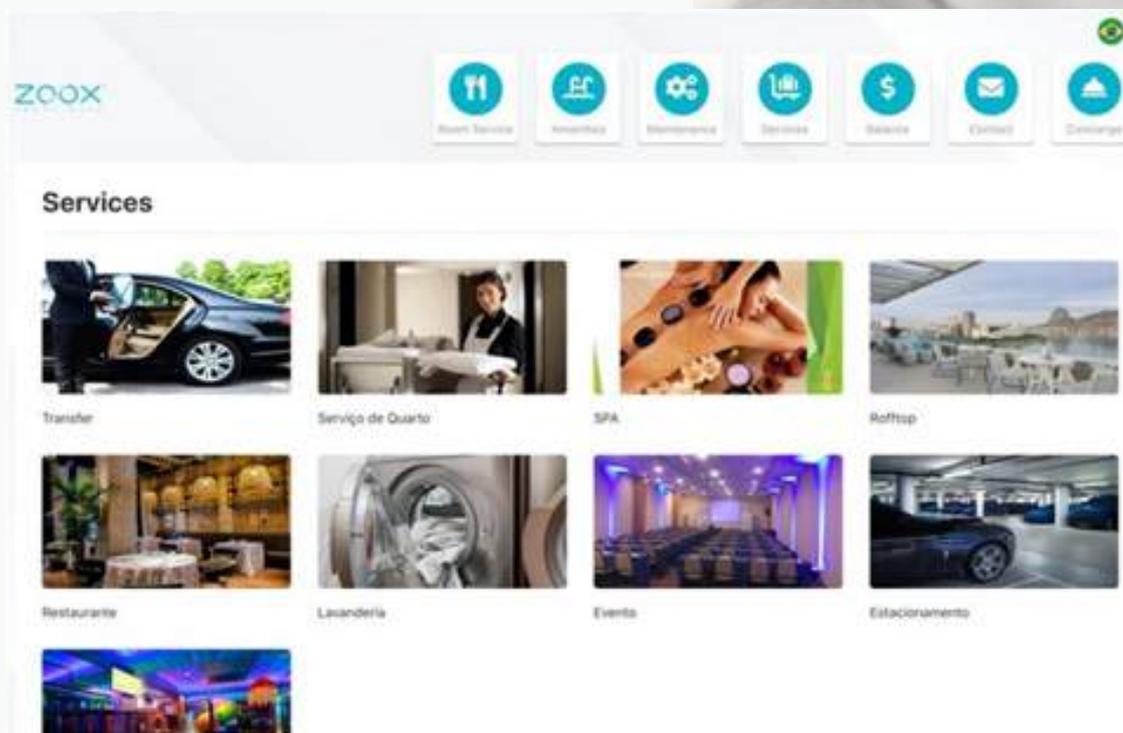
Amenidades: Muito mais agilidade para pedir travesseiros, toalhas, shampoos e outras amenidades.

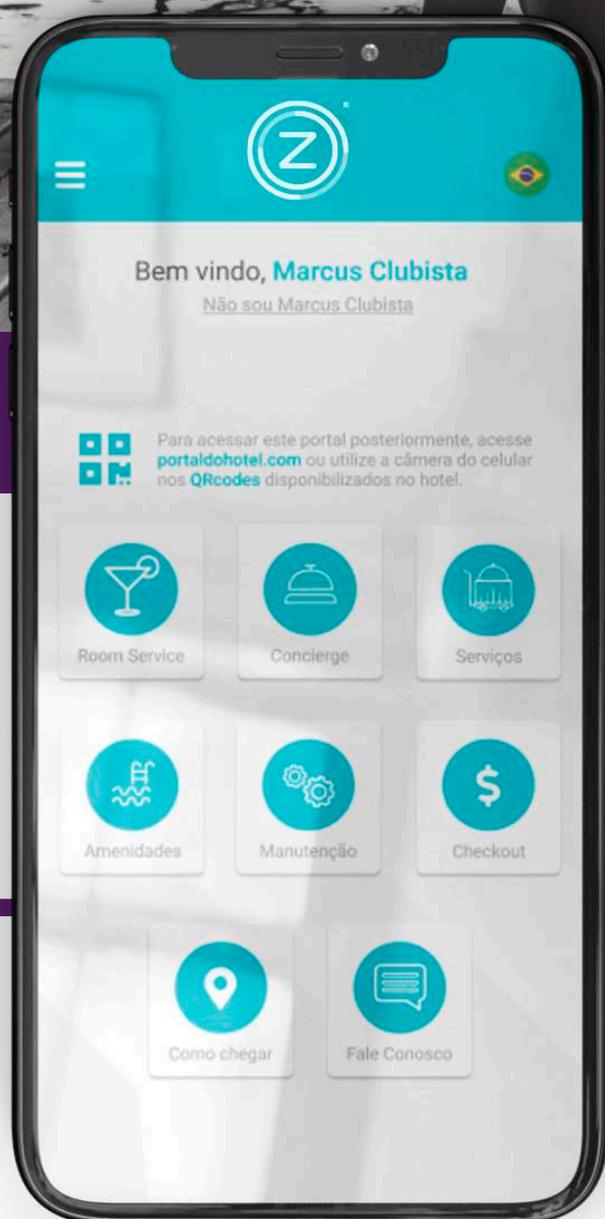
Manutenção: O ar condicionado quebrou? A torneira não funciona? Todas as solicitações podem ser feitas online pelo Guest Control. O estabelecimento recebe uma sinalização imediata.



Serviços: O hotel cadastra os serviços oferecidos e o hóspede pode agendar pelo celular, sem instalar nada.

Contato: Não encontrou o que precisava? O cliente pode entrar em contato para dar feedbacks ou comunicar problemas.





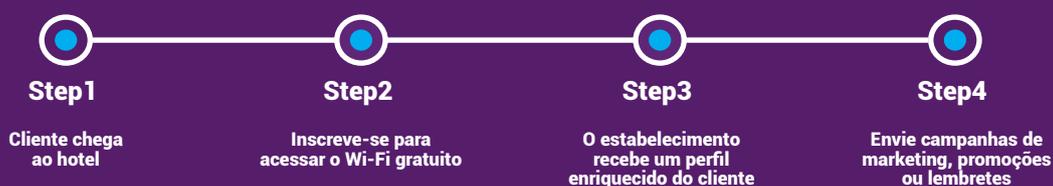
Concierge: Esta seção disponibiliza uma lista de pontos turísticos, restaurantes, shoppings e opções de passeios para turistas.

Wi-Fi Marketing

Você sabia que a sua rede Wi-Fi pode ser um **grande gerador de receitas**?

Com ferramentas de Marketing para Wi-Fi, é possível inserir uma página de login para acessar a rede. Quando os hóspedes se inscrevem para o login, eles também dão opt-in para o mailing do estabelecimento. Desta forma, é possível, via Wi-Fi, entender melhor quem está conectado e, logo, oferecer Login via redes sociais coletam automaticamente **nome, idade, interesses e preferências**.

Por esse e-mail, você pode enviar promoções, lembretes ou informativos que mantêm seu hotel na memória do cliente. Quando ele estiver viajando, já sabe onde se hospedar!



Espaço de mídia pelo Wi-Fi

Em pesquisa feita com brasileiros, 89% das pessoas preferem navegar pelo Wi-Fi do que pela rede 4G. Trata-se de uma comodidade que vale a pena: internet gratuita e de qualidade, muitas vezes melhor do que a paga do 4G e que, em alguns casos, o sinal é mais fraco.

Durante a navegação, o estabelecimento pode configurar propagandas, próprias ou de terceiros, de acordo com o interesse do cliente. Assim, o Wi-Fi se torna uma fonte direta de receita com anúncios, e o cliente recebe promoções personalizadas.

Visualizações	Custo Por Visualização	Lucro Bruto:
10.000.000	\$\$\$\$\$	\$\$\$\$\$

Male:
55.2%

Female:
40.8%

NF:
5%

Wine:



Vegetarian:



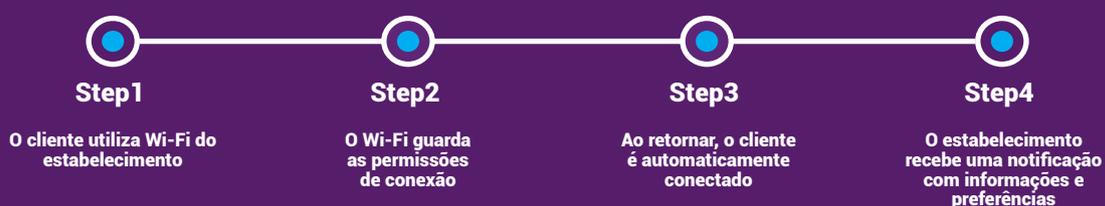
Sports:



Reconhecimento automático

Em um [relatório](#) divulgado pela Salesforce, 84% dos consumidores disseram que ser tratado como uma pessoa, não como um número, é fundamental para uma boa experiência. 52% disseram que não voltam a um estabelecimento se a experiência não for personalizada.

Se o cliente já veio ao estabelecimento ou se hospedou, o mínimo que se pode esperar é que ele seja reconhecido, não é? Caso ele tenha logado anteriormente no Wi-Fi, garanta que o celular dele se conecte automaticamente quando ele retornar. A central de controle do Wi-Fi pode exibir notificação da chegada com informações como aniversário, gostos e preferências.



Biometria facial para autenticação

Investir no autoatendimento é uma solução interessante para hotéis que precisam diminuir suas equipes. Ainda na tendência de diminuir pontos de contato físico, o Reconhecimento Facial se destaca por ser também uma maneira de economizar recursos.

Com a tecnologia mais acessível, podendo ser instalada na estrutura já existente do hotel, o preço "se paga" rapidamente. Sistemas de Pré-Check In, Check-Out e pagamento via Reconhecimento Facial diminuem filas e demandas na recepção, além de garantir o distanciamento.



Step 1

Instalação no sistema já existente do hotel



Step 2

Cadastro uma única vez da Biometria Facial



Step 3

Reconhecimento Automático para todas as transações



Step 4

Pagamentos em menos de 8 segundos

Experiência digital

Do pedido ao pagamento

Você já deve ter ouvido falar da Economia de Baixa Fricção (**Low Touch Economy**). Ela se refere ao boom de empresas e serviços oferecendo soluções tecnológicas para diminuir fricção e, com isso, as possibilidades de contágio por doenças.

Para 2021, um leque de ferramentas oferece a digitalização de processos que até então eram presenciais. Cardápios digitais, totens de autoatendimento, QR Code, cobrança por SMS, pagamento com reconhecimento facial e muito mais. Além de conforto e segurança, essas tecnologias também conferem autonomia para o cliente e diminuem custos e filas para estabelecimentos.

Check-In ➤ **Reconhecimento Facial**

Cardápio e Serviços ➤ **Digital**

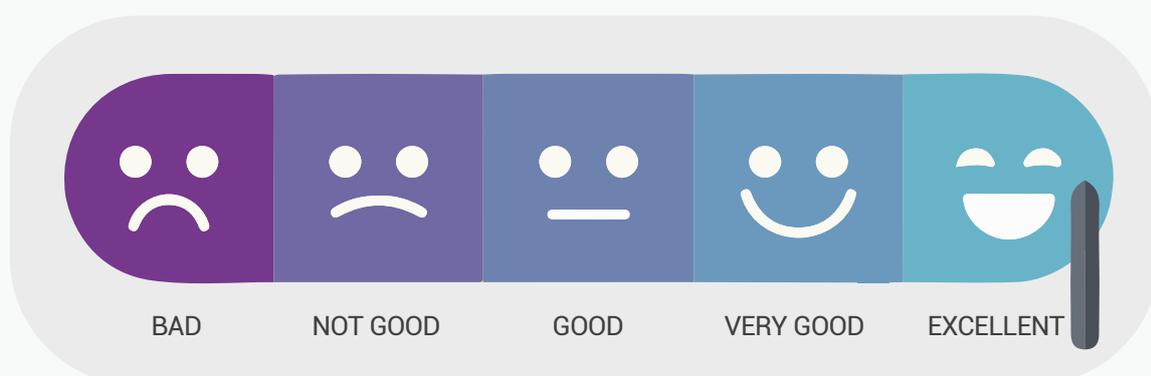
Pedidos ➤ **Autoatendimento**

Pagamento ➤ **QR Code ou SMS**



Comunicação de retorno e avaliação

Agora que você garantiu uma experiência memorável e segura, que tal perguntar o que o cliente achou? Configure uma campanha de e-mail pedindo feedbacks ou com pesquisas de satisfação em tempo real.



ZOOX[®]
S M A R T D A T A