

DU LỊCH THÔNG MINH: ứng dụng công nghệ thông tin để cá nhân hóa các dịch vụ khách hàng

> **ThS. NGUYỄN HUY THỊNH***

Cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 là một lợi thế rất lớn để phát triển du lịch thông minh, các doanh nghiệp du lịch và khách sạn có thể thu được nhiều lợi ích từ việc áp dụng công nghệ mới. Bằng cách hướng tới mục tiêu phục vụ khách hàng tốt hơn và cung cấp trải nghiệm cá nhân, các doanh nghiệp có thể thúc đẩy uy tín của thương hiệu và tăng tỷ lệ quay lại của khách hàng. Đồng thời, các công ty có thể nâng cao hiệu quả hoạt động của mình, giảm chi phí và cải thiện việc quản lý hoạt động và cung cấp dịch vụ thông qua việc sử dụng các ứng dụng công nghệ cao hơn.

Để có thể thích ứng và không lỡ nhịp với cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp du lịch và khách sạn cần hướng đến một nền du lịch thông minh, ở đó các công nghệ tiên tiến được ứng dụng trong mọi hoạt động của ngành Du lịch.

INTERNET VẠN VẬT - IoT

Ngành du lịch và khách sạn cần triển khai các hệ thống IoT nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn và tăng hiệu quả hoạt động. Ứng dụng IoT chính trong ngành khách sạn là phòng khách thông minh, ví dụ: sử dụng hệ thống quản lý năng lượng thông minh, nhân viên khách sạn có thể xác định được khi phòng không có khách và tự động điều chỉnh nhiệt độ để giảm mức tiêu thụ năng lượng từ 20% đến 45%. Đồng thời, một hệ thống quản lý năng lượng thông minh cũng có thể làm tăng mức độ hài lòng của khách, bằng cách thông

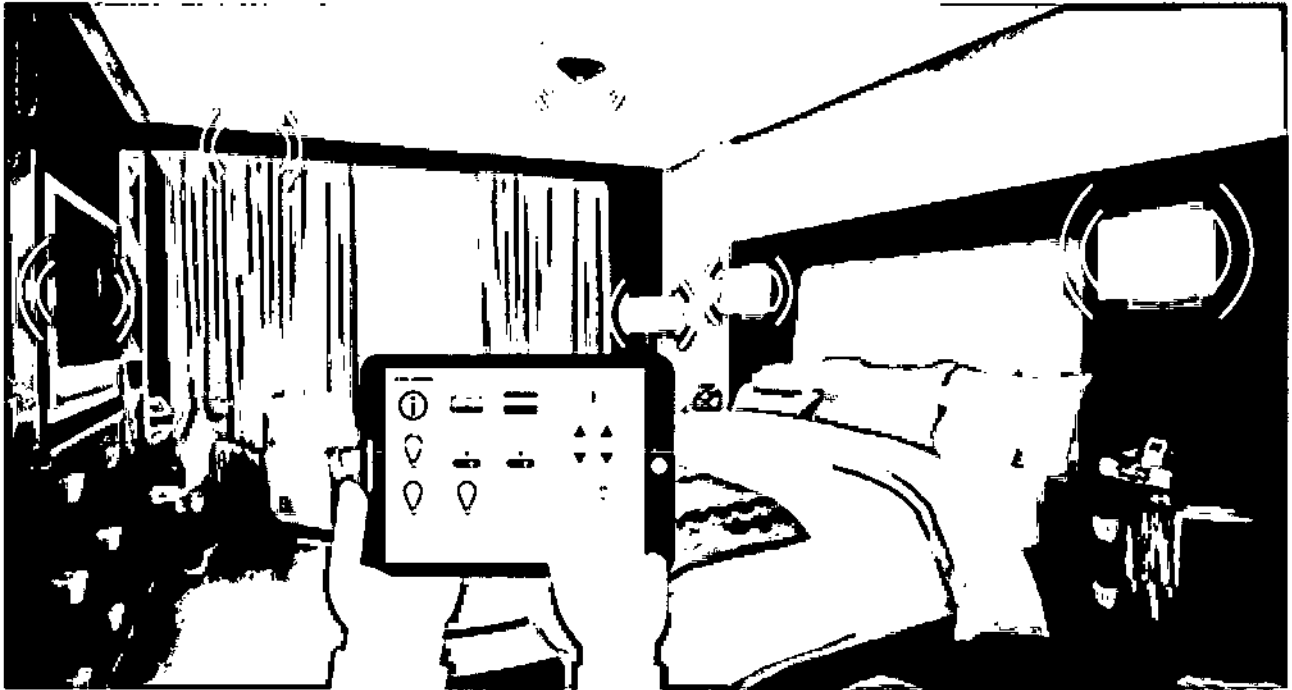
qua việc sử dụng các ứng dụng thân thiện khách hàng của khách sạn, điều khiển qua sự tương tác bằng giọng nói.

Hơn nữa, IoT có thể được sử dụng để dự đoán bảo trì hiệu quả các hệ thống thiết bị, ví dụ, trong trường hợp hỏng hệ thống điều hòa, hệ thống sẽ gửi thông báo cho nhân viên khách sạn để khắc phục sự cố trong khi khách không ở trong phòng. Các hệ thống bảo trì dự đoán cũng có thể tạo lịch biểu bảo trì dựa trên mức sử dụng thực tế, mà không phải dựa trên lịch trình ước tính; ví dụ như trong trường hợp thay thế bộ

pin và bộ lọc không khí. Một số tập đoàn khách sạn hàng đầu hiện nay trên thế giới như Hilton và Starwood còn cung cấp cho khách hàng khả năng kiểm tra và mở khóa cửa với sự trợ giúp của các ứng dụng di động bằng cách sử dụng giao tiếp không dây Bluetooth. Sử dụng khóa điều khiển từ xa, các công ty này giảm được chi phí nhân công, trong khi làm hài lòng khách hàng bằng cách tiết kiệm thời gian của họ, thay vì phải hoàn thành thủ tục tại quầy lễ tân.

Các hoạt động kinh doanh khách sạn khác như nhà hàng cũng có thể

* Văn phòng UBND tỉnh Quảng Ninh



Ứng dụng IoT điều khiển các thiết bị phòng nghỉ của khách sạn

áp dụng các hệ thống IoT để quản lý hàng tồn kho tốt hơn. Bộ cảm biến trong nhà bếp có thể theo dõi thức ăn được chuẩn bị theo thời gian thực và điều này có thể giúp các chủ nhà hàng thực hiện việc kiểm soát chất lượng tốt hơn và đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

Để khai thác tối đa tiềm năng của IoT trong ngành du lịch và khách sạn, cần phải đầu tư song song cho phần mềm và nguồn nhân lực phù hợp để quản trị tốt số lượng lớn dữ liệu được tạo ra bởi các thiết bị IoT và giúp đưa ra các phương án điều chỉnh khả thi. Trong khi các cảm biến IoT sẽ cung cấp cho các thương hiệu du lịch với những hiểu biết mới về thói quen của khách du lịch, các công ty cũng cần đảm bảo rằng thông tin cá nhân của khách hàng được sử dụng có trách nhiệm.

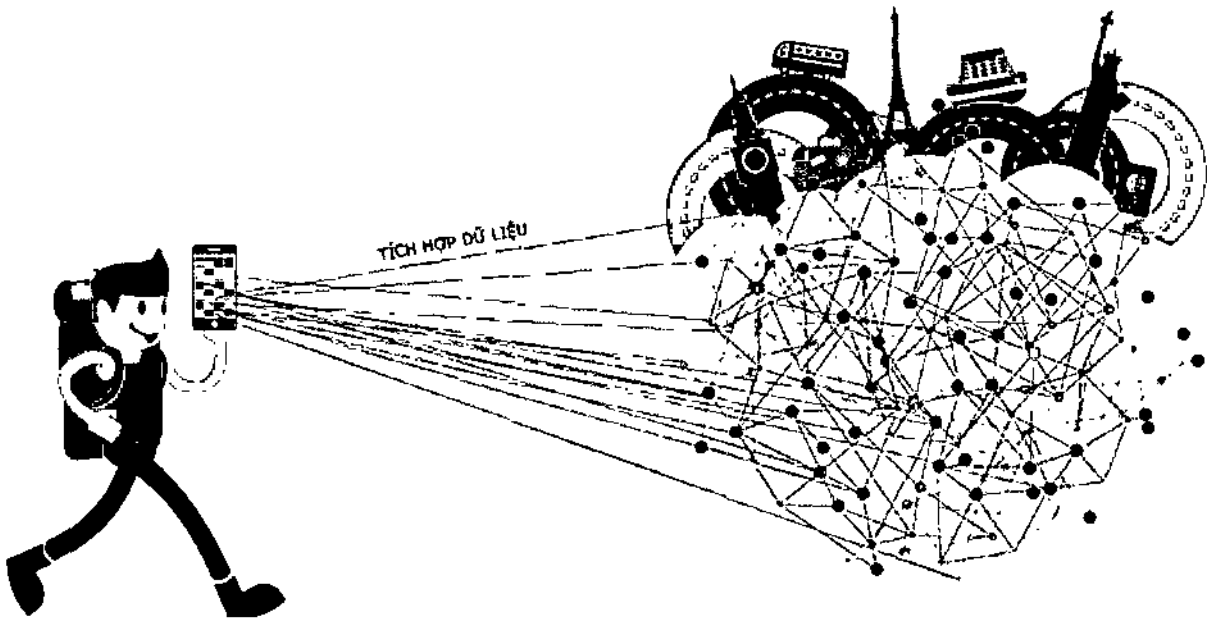
ĐIỆN TOÁN ĐÁM MÂY

Thực tế hiện nay, ngày càng có

nhều công ty du lịch tìm kiếm khả năng mở rộng, cung cấp các thông tin đáng tin cậy và giá cả phải chăng để tăng cường sự hiện diện của họ trên thị trường. Điện toán đám mây sẽ giúp các công ty loại bỏ nhu cầu mua và cài đặt phần mềm, phần cứng đắt tiền, yêu cầu họ chỉ đăng ký một hệ thống quản lý khách sạn dựa trên đám mây. Các doanh nghiệp có cơ hội chuyển từ mô hình chi phí đầu tư sang mô hình chi phí vận hành và chuyển hướng nhiều nguồn lực khác nhằm cải tiến các dịch vụ không phải là công nghệ. Đám mây cho phép truy cập dữ liệu từ bất kỳ thiết bị kết nối Internet nào, từ bất kỳ nơi nào trên thế giới, trên thực tế, có nhiều giải pháp dựa trên đám mây cung cấp các phiên bản dành cho thiết bị di động và máy tính bảng. Tính năng này đặc biệt hữu ích cho các chuỗi khách sạn có thể sử dụng công nghệ đám mây để quản lý cơ sở dữ liệu và các yêu cầu của khách hàng trực tuyến từ một

địa điểm duy nhất. Bằng cách chuyển sang các công ty điện toán đám mây, du lịch và khách sạn được tiếp cận với các công nghệ linh hoạt hơn, giúp cải thiện thời gian hoạt động và hiệu quả của tài sản công nghệ và năng suất của nhân viên.

Một lợi thế lớn của điện toán đám mây là khả năng mở rộng cơ sở hạ tầng. Ví vậy, trong một thiết lập dựa trên đám mây, các công ty du lịch có thể mở rộng số lượng máy chủ có sẵn trong thời gian cao điểm theo mùa, chẳng hạn như ngày lễ và giảm quy mô khi nhu cầu không cao. Ngoài ra, các giải pháp điện toán đám mây giúp các công ty giới thiệu các dịch vụ sáng tạo mà không phải chịu thêm chi phí bổ sung hoặc chậm trễ trong quá trình xử lý. Ví dụ, một trong những hãng hàng không lớn nhất của châu Âu, Lufthansa đã phát triển một dịch vụ dựa trên đám mây CloudStream, cho phép hành khách có thể lựa chọn các nội dung đa



dạng trước khi khởi hành, sau đó có thể duyệt qua truy cập Internet của hãng trên máy bay.

Trong ngành công nghiệp khách sạn, điện toán đám mây có thể được sử dụng trong bốn lĩnh vực chính: (1) ứng dụng tiên sảng (hệ thống đặt phòng, check-in và check-out, quản lý gia đình,...); (2) ứng dụng văn phòng (mua hàng, báo cáo tài chính và thanh toán); (3) quản lý nhà hàng và tiệc (hệ thống quản lý menu); (4) các ứng dụng giao diện khách (hệ thống tính cước, hệ thống quản lý năng lượng và dịch vụ khách hàng phụ trợ). Với công nghệ điện toán đám mây, các công ty du lịch và khách sạn có thể dễ dàng mở rộng cơ sở hạ tầng máy tính sẵn có theo yêu cầu và dựa trên chi phí trả cho mỗi lần sử dụng. Tuy nhiên, các công ty phải phân tích chi phí và tiết kiệm liên quan khi di chuyển sang các mô hình dựa trên đám mây, đồng thời cần lưu ý vấn đề đảm bảo an toàn thông tin vì các công nghệ dựa trên

đám mây có thể bị xâm nhập bên ngoài, do đó ảnh hưởng đến quyền riêng tư của khách hàng.

KÊNH TRUYỀN THÔNG MẠNG XÃ HỘI

Các doanh nghiệp trong ngành du lịch và khách sạn đang tăng cường ứng dụng truyền thông xã hội để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng về trải nghiệm giải trí và du lịch cá nhân. Một số lượng lớn các chuỗi khách sạn hàng đầu thế giới như Marriott và Hyatt liên lạc với khách hàng của họ bằng cách đăng tải về các gói du lịch mới trên phương tiện truyền thông mạng xã hội. Khách sạn sử dụng YouTube, Facebook và Twitter để giới thiệu các dịch vụ có sẵn và chia sẻ các cuộc phỏng vấn với khách hàng về những trải nghiệm của họ. Điều này giúp các công ty giảm chi tiêu cho các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo, làm cho họ có thể cung cấp lợi ích cho khách hàng thông qua hạ giá các

dịch vụ. Hơn nữa, các khách sạn và các doanh nghiệp du lịch với sự hiện diện của truyền thông mạng xã hội có thể nhanh chóng giải quyết các vấn đề của khách hàng, điều này càng làm tăng thêm giá trị thương hiệu của họ.

Khách hàng cũng sử dụng nền tảng phương tiện truyền thông mạng xã hội để chia sẻ thông tin và đánh giá về các điểm đến du lịch, chất lượng dịch vụ trong khách sạn và nhà hàng, điều kiện môi trường và xã hội của các địa điểm. Điều này giúp khách hàng khác chọn điểm đến kỳ nghỉ của họ và chọn khách sạn. Một nghiên cứu được thực hiện trên dữ liệu khách hàng của website về nhà hàng và khách sạn của Mỹ cho thấy 53% khách du lịch tiềm năng không đặt chỗ khách sạn trừ khi có một đánh giá về khách sạn trên các trang truyền thông xã hội và 23% bị ảnh hưởng đáng kể bởi các phương tiện truyền thông xã hội cho quyết định đi du lịch hay nghỉ lễ của họ. ❖

Tài liệu tham khảo

- [1] Report Global hospitality insights: top 10 thoughts for 2016, Ernst & Young Global Limited
 [2] Các website: hospitalitynet.org; hotelmktg.com; ontotext.com; lufthansa-industry-solutions.com