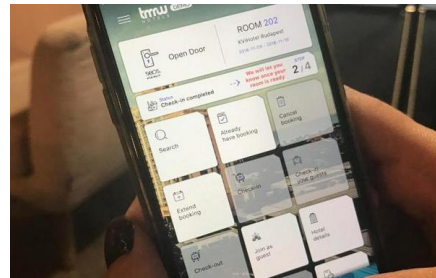


KViHotel – Európa első okoshotele

Sikerének titka a technológiai trendek felismerése

- ***Okostelefon, felhasználóbarát applikáció***
- ***NFC technológia***

Európa első négycsillagos színvonalú okoshotele Budapest központjában, a Nyár utcában nyitotta meg kapuit. A vállalkozás merész innováció révén elérte, hogy száz százalékban digitalizálta a szállodában való megszállás folyamatát.



„csak életképes koncepciót érdemes fejleszteni”

(Tóth Gergely – CTO)

Felhasználóbarát applikáció segítségével történik meg az időpont és a szoba kiválasztása, a foglalás, a fizetés, a helyszínre érkezéskor a bejelentkezés, távozáskor pedig a kijelentkezés. Így aztán ha a vendég nem szeretne, egyáltalán nem kell találkoznia a személyzettel.

Az applikáció remek kommunikációs csatorna: foglalás, majd bejelentkezés után üzenetet kapunk, ha a lefoglalt szoba készen áll a vendég fogadására. Várakozás esetére a hotel nem csak szupergyors wifi-t, de mobiltelefon töltőt is biztosít az előtérben. Ha a szoba már elfoglalható, az applikáció segítségével nyithatjuk az ajtót; az applikáció „kulcs funkciója” természetesen a szobára jogosult minden vendég számára rendelkezésre áll.

A szoba maga is okos. Ha már bent vagyunk, állítsuk be kényelmünk szerint a szoba hőmérsékletét, vezéreljük a fűtést/hűtést, rendeljünk reggelit, vagy taxit, kommunikáljunk a hotellel. Minden funkció elérhető az applikáció segítségével.

A digitalizált szolgáltatás a gyakorlatban

A vállalkozás figyelemmel kísérte a globális végfelhasználói trendeket és digitalizálta azokat a szállodai folyamatokat, melyek ilyen formában korábban nem álltak rendelkezésre; azaz

teljes egészében digitalizálta mind a kötelező (foglalás, fizetés, bejelentkezés, kulcs átvétele és leadása), mind a bevett (egyeztetés a szoba állapotáról, étkezés intézése, kapcsolattartás a recepcióssal/takarítókkal, a szoba hőmérsékletének beállítása, taxi rendelése stb.) szállodai folyamatokat. Az átalakítás előnye, hogy nincs sorban állás és várakozás, minden teendő egy közös online felületre helyezése a vendég kényelmét szolgálja.



Az applikáció ötlete és fejlesztése a TMRW (Tomorrow) Kft.-hez köthető, első éles tesztje a KViHotelben valósult meg. A TMRW Hotels alkalmazás fejlesztője és a KViHotel beruházója egyazon cégcsoporthoz tartozik.

„az ügyfélközpontúság a legfontosabb”

Erőforrások, ráfordítások, befektetett energia

A hotel 2018-ban nyitotta meg kapuit, egyelőre tesztüzemben van (ahogyan maga a TMRW Kft. applikációja is). A szobák elérhető áron, 50-115 euró között mozognak. Az eddigi kutatások alapján a látogatókat vonzza az okosturizmus ezen fajtája, a vendégek több mint két harmada azért érkezik, meg kíváncsi a fejlesztésre. (A többi a belváros közelsége miatt.) A booking.com vendégértékelése alapján a vendégek elégedettsége a 10 pontos skálán 8,7.

A hotel összesen 15 főt foglalkoztat. Ebben benne van a tulajdonos, a sales és HRS szakemberek, valamint a 2 bártender és a 4 takarítónő. A digitalizálásnak köszönhetően a recepció üzemeltetésének költsége a minimumon van, a takarítás költsége szintén csökkenthető, így más hotelekkel ellentétben ezek nem rejtenek magukban komoly kiadásokat.

Az applikáció fejlesztése bizonyos források szerint 15.000 munkaórát vett igénybe, utazási irodákkal a hotel nem áll kapcsolatban, csak online térben hirdet. Ez azonban nem egyéni, mára számos hotel és szálloda körében trend az online hirdetés preferálása. Értékesítési csatornáik a

Booking.com, az Expedia, Inc., a HRS és a saját tervezésű KVIHotelbudapest.com. Önálló marketingtevékenységet a hotel az előbb felsorolt értékesítési csatornákon, valamint a saját Facebook és Instagram oldalán kívül nem folytat, ám egyelőre úgy tűnik, az optimális vendégszámot biztosítani tudják.

Képzés során példaként alkalmazható sikerek, hasznos tanulságok

A digitalizáció és az általa jelentett kényelem napjaink egyik jelentős trendje, amelyet bátran meglovagolhat több hotel is. A kontextus, amelyben a fejlesztés működik, részben maga a szállodaipar. A módszer más szállodák, hotelek esetében történő alkalmazása elképzelhető, de országon belül többé nem lehet „az első okos szálloda” koncepcióra pozicionálni.

Kiemelve a kontextusából (saját szegmenséből) tulajdonképpen a lépcsőzetes, kötelező és bevett folyamatok egymásra épüléséről beszélünk, amelyek nem pusztán a szállodaiparban képzelhetőek el. Az orvoslásban például a vérvételkor kötelező elem az adatok megadása, amely áthelyezhető lenne online felületre, azaz a vérvétel folyamata részben digitalizálható, ezzel is időt takaríthatnánk meg. Ahogyan a példából is kiderül, minden olyan vállalkozásnak ajánlható ez a trend, melyek folyamataikban, ügyfélkapcsolataikban bonyolítanak olyan „kötelező köröket”; avagy munkájukat és ezen köröket több, egymástól független felületen végzik.

„a digitalizációra nyitott ügyfeleket kell megtalálni”



A jelenlegi adatok alapján az érdeklődés az okosturizmus ezen fajtája iránt magas, a cég terjeszteni szeretné a TMRW applikációt. Anyagilag a hotel eddig optimális eredményeket ért

el: 2018 év végi utolsó pénzügyi beszámolójuk alapján a cég jegyzett tőkéje 3.001.000 forint volt, nettó árbevétele pedig 240.259.000 forint.

A vendégek szimpatizálnak a digitalizáció jelentette kényelemmel és a felületek egy felületre terelése. A dolgozók száma minimalizálva van, ez anyagilag a hotel számára előnyös, valamint számukra is kényelmet jelent a digitalizáció és a közös felület használata.

Interjú összefoglaló

Tálasai Gergelyt, IT fejlesztési és Operációs igazgatót arra kértük, hogy meséljen az applikáció létrehozásáról, vázolja a digitális termékük megszületésének folyamatát. Fontosnak tartottuk megérteni, hogy milyen nehézségekbe ütköztek a digitalizáció során, az esetleges buktatókat hogyan kezelték, és természetesen nagyon örülünk, hogy megismerhettük az elért sikereket, azok titkait, melyek példaként állhatnak egyéb magyar KKV előtt.

Az alkalmazás fejlesztését a TMRW vállalta, a KViHotel gyakorlatilag az első ügyfél, de a befektetői csoport egy és ugyanaz, így a cél közös volt. Az éles üzemeltetés első heteiben egyértelművé vált, hogy a koncepció életképes, a megfelelően ügyfélközpontúra fejlesztett alkalmazás – vagyis maga a digitalizált folyamat egy önmagában is értékesíthető termék. Mára már egyéb budapesti és vidéki szálláshely, de már egy bécsi szálloda is használja a csapat által megálmodott megoldást.

Az ügyfélkör bővülésével a kihívások és feladatok is exponenciálisan növekedtek, ugyanis minden szálloda egyedileg testreszabott rendszeréhez kell csatlakozni, egyedi megoldásokat kell fejleszteni. Ez nem csak technológiai bonyodalom, hanem a fejlesztői csapat bővülését is követeli – mely manapság nagy kihívás. Rengeteg külső fejlesztői csapat segítségét kell bevonni. Ráadásul ha már élesíthető egy-egy egyedileg fejlesztett új rendszer/applikáció, az értékesítési feladatok nem csökkennek. Ugyanis nem csak a szálloda vezetésének a bizalmát kell elnyerni, hanem a megszálló vendégeket is. A termék esetén az ügyfelek hozzáállása legalább annyira fontos, mint a szálloda vezetőinek a hozzáállása. Emiatt kiemelkedően fontos az ügyfélszemlélet – és ami nagyon fontos: minden szinten! A TMRW esetén nem elég a menedzsment innovatív hozzáállása, elengedhetetlen minden alkalmazott innovatív és ügyfélközpontú gondolkodása is.

Összefoglalva: Minden cég számára elengedhetetlen, hogy tisztában legyen napjaink legfontosabb trendjeivel, a piac változásaival és ezen ismeretek alapján érdemes digitalizálni, a innovatív technológiába érdemes befektetni. Az új megoldásokat fontos folyamatosan tesztelni és amennyiben a koncepció életképes, minél több szegmensben értékesíteni. Sok energiát kell fektetni az ügyfélszokások megismerésébe, azon piaci réteg megtalálásába, mely nyitott az új technológiára és az ügyfélközpontúságnak állandósulni kell. A korábban még nem digitalizált folyamatoknak sok buktatója lehet, gondoljunk csak a megszokásokra, vagy a „tech-félelemre”, de a felgyorsult világunk éhes a digitális megoldásokra, egyetlen ötletet sem szabad veszni hagyni, dolgozni kell az újabb és újabb célok elérése érdekében.