

Cztery najciekawsze trendy na rynku turystycznym w 2019 roku

Wzrost rozwiązań opartych o sztuczną inteligencję i większa rola rozszerzonej rzeczywistości. Według raportu przygotowanego przez Sabre Corporation we współpracy z firmą TrendWatching, to dwa główne trendy, które zdominują branżę turystyczną w 2019 roku.

- Przemysł turystyczny stale przeistacza się i dostosowuje do zmieniających się oczekiwań podróżnych. Transformacja cyfrowa stała się priorytetem dla branży, ze względu na możliwość tworzenia bardziej spersonalizowanych ofert. Zmiany w podejściu podróżnych do technologii przekładają się bezpośrednio na nowe, nieograniczone możliwości. Sabre, jako zaufany partner w tym sektorze, angażuje się w zapewnienie najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych, przyczyniających się do wzrostu przychodów, a także przewiduje trendy, które wpłyną na zachowanie konsumentów w przyszłości - powiedział Clinton Anderson, prezes Sabre Hospitality Solutions.

Sabre Corporation, czołowy dostawca rozwiązań technologicznych dla branży turystycznej, we współpracy z firmą TrendWatching, przygotował raport poświęcony temu, co czeka podróżnych w nadchodzącym roku. Możemy wyróżnić w nim cztery istotne aspekty.

Wirtualny towarzysz podróży

Podczas gdy jedni unikają w podróży kontaktów międzyludzkich, inni szukają towarzystwa, nawet w wirtualnej formie. Podróżni, przyzwyczajeni do cyfrowych asystentów, czy chatbotów, rozglądają się za wirtualnymi towarzyszami, którzy dają możliwość rozrywki, nauki i zdobywania informacji. Jednocześnie wyczekują dalszej ewolucji w zakresie rozwiązań powiązanych ze sztuczną inteligencją.

Media społecznościowe zwiększyły oczekiwania

Tradycyjne biura podróży rozszerzają swoją działalność o dodatkowe usługi, próbując dorównać w tym zakresie biurom sieciowym i jednocześnie dbając o zadowolenie lojalnych klientów. Treści w mediach społecznościowych, przesyłane tysiącami doskonałych fotografii z podróży, poskutkowały rosnącymi wymaganiami ze strony konsumentów. Biura będą wykorzystywać tę okazję, rozpoczynając współpracę z partnerami w wyjątkowych lokalizacjach, które pozwolą wyróżnić się z tłumu.

Rozszerzona rzeczywistość jako nowy kanał sprzedaży

Za pomocą urządzeń mobilnych, podróżni coraz częściej wykorzystują możliwości, jakie daje rozszerzona rzeczywistość. To dzięki niej przeglądają dostępne oferty, zanim zdecydują się na którąś z nich. Biura podróży, za pomocą nowoczesnej technologii, gromadzą natomiast informację na temat preferencji klientów, by innowacyjnymi

kanałami dotrzeć do nich w odpowiednim miejscu i czasie. W 2018 roku rynek rozszerzonej rzeczywistości był wart 1,1 miliarda dolarów. Do 2023 roku ta wartość wzrośnie aż do 7,9 miliardów dolarów.

Pracownicy wyznaczają trendy

Zmiany w branży turystycznej dyktuje także zapotrzebowanie w zakresie usług na żądanie oraz możliwości zdalnej współpracy. Z roku na rok rośnie grupa specjalistów, która uczyniła podróżowanie jednym ze swoich priorytetów. Przyczynił się do tego również wzrost liczby platform dla freelancerów, dzięki któremu użytkownicy częściej decydują się na alternatywny styl życia, który nie wiąże ich z konkretną firmą, lokalizacją czy codziennym harmonogramem.

W branży turystycznej co roku dochodzi do istotnych zmian, które ułatwiają funkcjonowanie podróżującym. Zapowiadane trendy wskazują, że w nadchodzących miesiącach czeka nas kolejna ewolucja w tym sektorze. Biura podróży, walcząc o klienta, wychodzą poza standardowe usługi i tak też będzie w 2019 roku.