**Nadchodzi era spersonalizowanych podróży**

**W ciągu dziesięcioleci rynek turystyczny przetrwał wiele kryzysów i zawsze okazywał się wystarczająco odporny. Teraz branża ma szansę na to, by w końcu wyjść silniejsza z kryzysu wywołanego globalną pandemią koronawirusa. Technologie tworzone przez firmy takie jak Sabre będą odgrywały główną rolę w ułatwianiu powrotu do swobodnego podróżowania. Jednocześnie mogą przyczynić się do zapoczątkowania nowej ery spersonalizowanych podróży, tworząc jeszcze większe możliwości dla firm i zapewniając lepsze wrażenia podróżnym.** **Podczas ITB Berlin o przyszłości branży turystycznej mówił m.in. Sean Menke, CEO Sabre.**

**Ewolucja wymagań konsumentów**

Żyjemy w wysoce zdigitalizowanym świecie. Rozwój nowych technologii dodatkowo przyspieszył wraz z wydarzeniami, które miały miejsce w ciągu ostatniego roku. Oczekiwania konsumentów wciąż ewoluują w zależności od stale zmieniającej się sytuacji. Zapotrzebowanie na nowoczesne narzędzia w obszarach takich jak samoobsługa znacznie wzrosło. Rośnie również znaczenie personalizacji. Konsumenci oczekują, że firmy będą oferować zindywidualizowane rozwiązania. Żądają szerokiego wyboru różnych rozwiązań chociażby w kwestii podróżowania. To z kolei wpływa chociażby na sposób, w jaki porównują oferty linii lotniczych.

Duży wpływ na rozwijanie oferty skierowanej do osób podróżujących mają firmy technologiczne, takie jak Sabre.Wiodący dostawca oprogramowania i technologii dla branży turystycznej skupia się obecnie na dostarczaniu rozwiązań, które pozwalają jego klientom tworzyć unikalne, trafne i atrakcyjne oferty, a następnie dystrybuować je wieloma kanałami. Sean Menke, CEO firmy podkreśla, że chociaż generowanie przychodów i efektywność kosztowa pozostają ważne dla partnerów Sabre, to koncentrują się oni również na realizowaniu obietnic, które niejako składają swoim klientom poprzez tworzenie i dostarczanie im wyjątkowej oferty. Kluczowe znaczenie ma dla nich zapewnienie przejrzystego, bezproblemowego i przyjemnego doświadczenia związanego z podróżowaniem.

**Pomoc w przezwyciężeniu kryzysu**

W zapewnieniu najlepszych doświadczeń podróżnym mają pomóc konkretne narzędzia. Sabre we współpracy z Google pracuje obecnie nad rozwiązaniami, które mają znacząco wpłynąć na sposób, w jaki ludzie będą doświadczali podróżowania w przyszłości i pomóc branży przezwyciężyć kryzys. Pierwszym rezultatem tej współpracy było Sabre Travel AI, czyli narzędzie wykorzystujące sztuczną inteligencję i uczenie maszynowe do analizy i przewidywania zachowań konsumentów. W ten sposób firmy będą mogły dostarczać odpowiednie oferty we właściwym czasie we wszystkich kanałach. Tym samym będą mogły zapewnić podróżnym dostosowaną do ich potrzeb personalizację, która powinna zwiększyć współczynnik konwersji i budować lojalność podróżnych.

Pierwszym rozwiązaniem opartym na tym narzędziu jest Smart Retail Engine. Opiera się ono na wykorzystywaniu danych zastanych przez sztuczną inteligencję, która samodzielnie się uczy i testuje różne rozwiązania. Dzięki temu firmy z branży turystycznej mogą dostarczać spersonalizowane i dynamicznie wyceniane oferty swoim klientom.

Druga kwestia dotyczy przyszłości dystrybucji. Sabre chce umożliwić liniom lotniczym dystrybucję spersonalizowanych ofert za pośrednictwem swojej oferty GDS i bezpośrednich kanałów. Firma aktywnie współpracuje z wiodącymi liniami lotniczymi w celu opracowania zrównoważonych modeli, które sprawdzają się w liniach lotniczych, agencjach, firmie Sabre, a ostatecznie także mogą okazać się dobrym rozwiązaniem dla podróżników. W tym celu podjęto długofalową współpracę m.in. z Southwest czy Lufthansa Group.

W ramach trzeciej inicjatywy firma koncentruje się na rynku tanich przewoźników, pracując nad zwiększeniem dostępności różnych form sprzedaży i dystrybucji ofert. Dzięki stosunkowo niewielkiej strukturze kosztów, istniejącej zależności od tras krajowych i wewnątrzregionalnych, niskokosztowe linie lotnicze wychodzą z kryzysu szybciej. To sprawia, że ​​inicjatywa ta jest szczególnie ważna.

Czwartym priorytetem Sabre jest wzmocnienie oferty rozwiązań informatycznych dla branży hotelarskiej. Kluczowe w tym zakresie jest rozwijanie funkcjonowania centralnych systemów rezerwacji, a także wzbogacanie zakresu usług w ramach systemu zarządzania nieruchomościami. Firma, posiadająca swój oddział w Krakowie, przede wszystkim kontynuuje jednak transformację technologiczną, której wyraźnym przejawem jest wspomniana współpraca z Google.

**Przyszłość podróży według CEO Sabre**

Jak zauważa CEO Sabre, w czasie globalnej pandemii koronawirusa liczba rezerwacji lotniczych i hotelowych spadła bardziej niż w jakimkolwiek innym okresie w przeszłości. Mimo tego, z optymizmem patrzy w przyszłość. *- Wierzymy, że w dłuższej perspektywie podróże będą nadal rozwijającą się branżą. W ciągu ostatnich 50 lat było tylko sześć lat kalendarzowych, w których globalna liczba pasażerów spadła, jednak maksymalny spadek wyniósł mniej niż dwa procent. Nawet biorąc pod uwagę wcześniejsze przeszkody dla wzrostu, takie jak ataki z 11 września, SARS lub załamanie finansowe w 2008 roku -* **powiedział Sean Menke podczas ITB Berlin**, jednej z największych i najważniejszych konferencji w branży turystycznej.

Podczas wspomnianego wydarzenia dyskutowano m.in. o przyszłości podróży. Ta nadal pozostaje wielką niewiadomą. Niewątpliwie jednak wielki wpływ na jej ponowny rozkwit będzie miał prężny rozwój firm z tego sektora oraz tworzone przez nie rozwiązania technologiczne. *- Mimo że nikt nie jest w stanie dokładnie przewidzieć, jak będzie wyglądać podróżowanie w przyszłości, zwłaszcza ze względu na globalną pandemię, to jestem pewien, że branża turystyczna się odbije. Jesteśmy zaangażowani w naszą wizję stworzenia nowego rynku spersonalizowanych podróży do 2025 roku i zamierzamy zrealizować tę wizję. Mamy zamiar zrobić to, koncentrując się w dalszym ciągu na naszej własnej transformacji technologicznej oraz na opracowywaniu i dostarczaniu elastycznych, zróżnicowanych produktów, które pomagają naszym klientom zwiększać przychody i zyski -* **podsumował CEO Sabre.**