Obiettivo 1000 hotel per SEH United Hoteliers: piano triennale per la digitalizzazione

SEH United Hoteliers, brand che unisce 600 hotel indipendenti, è impegnato in un'operazione di transizione digitale per soddisfare al meglio le esigenze dei clienti e offrire una customer experience unica negli alberghi affiliati.

È stato così elaborato un piano di trasformazione su base triennale, con lo scopo di semplificare gli strumenti, migliorare l'efficienza della gestione quotidiana e sviluppare un programma di fidelizzazione efficace. Il piano mira anche a **portare il numero degli hotel dagli attuali 600 a oltre 1.000 unità**

SEH United Hoteliers ha organizzato sei gruppi di lavoro che hanno prodotto altrettanti ambiziosi programmi, studiati e progettati per e dagli albergatori, e sviluppati sulla base dell'esperienza e del know how acquisito direttamente sul campo, frutto delle richieste e delle osservazioni dei clienti raccolte durante il loro soggiorno nelle singole strutture alberghiere.

In concreto, i sei programmi si concentrano su:

· Priorità al mobile: SEH consolida la presenza sui device, utilizzando la tecnologia mobile per le prenotazioni e tutti gli altri aspetti dell'esperienza del cliente (pre, durante e post soggiorno)

· Mettere i clienti al centro: conoscerli meglio per dare servizi migliori, con analisi dei dati e dei comportamenti al fine di realizzare soluzioni mirate e personalizzate

· Migliorare il viaggio del cliente: digitalizzazione di carta fedeltà, booking e pagamenti

· Trasparenza nella relazione con gli affiliati e i proprietari delle strutture: creazione di una piattaforma interna condivisa, completa di reporting quotidiano

· Trasformazione delle strutture IT: sviluppo smart di nuovi servizi per gli hotel affiliati

· MICE e B2B: le attività B2B devono essere incluse nella strategia di sviluppo e cambiamento del Gruppo. Il programma riguarda le prenotazioni per meeting, seminari e altri servizi B2B effettuati esclusivamente online

"Unire tra il mondo digitale e l'uomo è cruciale per un gruppo come SEH United Hoteliers, composto da hotel indipendenti diversi, ma tutti accomunati da un solido radicamento in un contesto locale e regionale, con una forte tradizione di ospitalità Questa transizione deve rispecchiare il messaggio e la filosofia del nostro gruppo: acquistare una camera d'albergo per una notte è acquistare un'esperienza. La personalizzazione è fondamentale: è ciò che ci distingue dagli altri ed è ciò che sappiamo fare

meglio ogni giorno", ha spiegato **David Esseryk** , Direttore digitale e marketing di SEH United Hoteliers.