I 5 trend che rivoluzioneranno i programmi di fedeltà alberghiera

I programmi di fedeltà alberghiera a livello europeo stanno sperimentando diversi cambiamenti negli ultimi anni per poter rispondere meglio alle esigenze dei loro affiliati. Tra alcuni anni, infatti, i frequent traveller saranno composti in prevalenza da millennial e i programmi fedeltà si stanno evolvendo per allinearsi alle esigenze di questa nuova generazione, più digitale e più esigente. Per questo, gli albergatori dovranno cercare altri modi di relazionarsi con i propri clienti, più adatti alle abitudini e alle esigenze di questo nuovo target.
Wanup, club di loyalty alberghiera, ha provato ad identificare 5 fattori chiave alla base del mutamento dei programmi fedeltà in Europa:

- **Utilizzo di dati per la personalizzazione**
  Gli albergatori hanno accesso a sempre più dati con cui conoscere meglio i propri clienti e offrire loro un soggiorno più personalizzato. Le ricerche, infatti, mostrano che il numero di affiliati soddisfatti si moltiplica fino a 8 volte quando essi si sentono più appagati dal livello della personalizzazione
- **Esperienze**
  Molti programmi di fedeltà alberghiera offrono esperienze che vanno a completare un classico sistema di accumulazione punti. Alcune catene permettono perfino di utilizzare i punti per provare attività quali tour gastronomici, eventi sportivi o concerti musicali.
- **Chiarezza**
  L'obiettivo finale è quello di creare programmi più chiari e più semplici e che davvero riescano a fidelizzare i soci, ad esempio, utilizzando equivalenze in denaro al posto dei punti. Infatti, il 78% dei frequent traveller britannici dice che avere indietro parte dei soldi spesi sarebbe il miglior vantaggio.
- **Tecnologia mobile**
  Avere programmi di fedeltà direttamente sugli smartphone rende tutto più semplice sia per gli ospiti che per il brand e consente all’albergatore di utilizzare questi dati per lavorare in modo più immediato sulle esigenze degli ospiti. L’app del programma fedeltà potrebbe, ad esempio, consentire all'hotel di comunicare direttamente con gli ospiti tramite notifiche push mentre questi si trovano in albergo.
- **Boutique hotel**

Attributi chiave come il design, l'autenticità o l'esperienza in hotel stanno diventando sempre più importanti per i millennial e, per questo, i boutique hotel stanno diventando la scelta preferita dai viaggiatori di questa fascia d’età. I millennial tendono a relazionarsi ai brand a livello emotivo e a condividere le proprie esperienze sui social media, aspetti che si accordano perfettamente con i boutique hotel più esclusivi.