



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΜΑΔΡΙΤΗΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ.

Μαδρίτη, 13 Οκτωβρίου 2020

Η αλλαγή προτεραιοτήτων ως προς το πελατολόγιο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ξενοδοχειακό τομέα στην Ισπανία

Καθώς η Ισπανία είναι ήδη αντιμέτωπη με το δεύτερο κύμα της πανδημίας του κορωνοϊού, ο τουριστικός τομέας συνεχίζει να βρίσκεται υπό ισχυρή πίεση καθώς η κατάσταση θεωρείται ιδιαίτερα επισφαλής και σοβαρή. Τις τελευταίες εβδομάδες, οι εργαζόμενοι στον ξενοδοχειακό τομέα έχουν ενωθεί με χιλιάδες άλλους εργαζόμενους του τουριστικού κλάδου της, απαιτώντας επείγοντως μέτρα από την κυβέρνηση. Τα κυριότερα μέτρα που ζητούν είναι η αύξηση του αριθμού των ιχνηλατών και εν γένει μέτρα για τον εντοπισμό των κρουσμάτων, ένα σχέδιο για το καθεστώς προσωρινής διακοπής συμβάσεων εργασίας ΕΡΤΕ και περισσότερη οικονομική υποστήριξη σε εταιρίες που αντιμετωπίζουν δυσκολίες για να ενθαρρύνουν την ζήτηση. Καθώς ο καθημερινός αριθμός κρουσμάτων του Covid-19 αυξάνεται, η ανάγκη για τα μέτρα γίνεται πιο επιτακτική. Δεδομένου ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περί το 12% του ΑΕΠ της Ισπανίας, η κυβέρνηση καλείται να βρει συμβιβαστική λύση, η οποία θα επιφέρει ισορροπία μεταξύ υγειονομικής και οικονομικής κρίσης.

Τα στοιχεία αποκαλύπτουν ότι τον Σεπτέμβριο του περασμένου έτους, το 46% όλων των κρατήσεων στα ισπανικά ξενοδοχεία πραγματοποιήθηκαν από εγχώριους τουρίστες. **Σήμερα, δώδεκα μήνες αργότερα, το 79% των επισκεπτών που φθάνουν στα ξενοδοχεία είναι Ισπανοί.** Από τις αρχές Ιουλίου, έχουν πραγματοποιηθεί περί τις 1,5 εκ. κρατήσεις σε ξενοδοχεία στην Ισπανία και αναμένεται ότι η συγκεκριμένη τάση θα συνεχιστεί έως τα τέλη τρέχοντος μηνός, καθώς οι κλιματικές συνθήκες βοηθούν τις μετακινήσεις. Οι κρατήσεις αναμένεται να παρουσιάσουν μείωση τους χειμερινούς μήνες, αν δεν αλλάξει κάτι δραματικά με το δεύτερο κύμα της πανδημίας, ωστόσο έχουν ήδη αρχίσει να καταγράφονται κρατήσεις για το καλοκαίρι του 2021.

Σύμφωνα με τον κλαδικό τύπο, ο ξενοδοχειακός τομέας μπορεί να προσελκύσει τους εγχώριους τουρίστες, εφαρμόζοντας πέντε βασικά μέτρα:

Το πρώτο μέτρο είναι η δημιουργία καλύτερης επικοινωνίας με τους πελάτες, με στόχο την εδραίωση εμπιστοσύνης. Η εφαρμογή κανόνων υγείας και ασφάλειας είναι πλέον ο πιο σημαντικός παράγοντας για τους Ισπανούς κατά τη διαμονή τους. Συνεπώς, τα ξενοδοχεία οφείλουν να κοινοποιούν όλα τα μέτρα που λαμβάνουν.

Με την αύξηση της επικοινωνίας, δημιουργείται ένα κλίμα εμπιστοσύνης στο οποίο ο πελάτης ενθαρρύνεται να μιλήσει για τις ανησυχίες του όταν ταξιδεύει και να υποβάλει ερωτήσεις στις οποίες ο ξενοδόχος πρέπει να έχει μια γρήγορη και αποτελεσματική απάντηση. Οι εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων για τους επισκέπτες είναι ιδανικές για την κατάργηση των εμποδίων επικοινωνίας μεταξύ ξενοδόχων και πελατών.

Δεύτερον, τα ξενοδοχεία πρέπει να μετριάσουν τις πολιτικές τους. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το 75% των εγχώριων τουριστών υπέστη κάποιο είδος οικονομικής επίπτωσης, λόγω του Covid-19. Ωστόσο, η διάθεση για ταξίδια παραμένει ισχυρή και σχεδόν το 70% σχεδιάζει να ταξιδέψει εντός της Ισπανίας φέτος.

Στο σημερινό αβέβαιο τοπίο, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι η ευελιξία ακύρωσης και τροποποίησης μίας κράτησης είναι πιο σημαντική από ποτέ. Για το 33% του ερωτηθέντος πληθυσμού, η δυνατότητα αλλαγών την τελευταία στιγμή αποτελεί καθοριστικό παράγοντα κατά την αναζήτηση καταλύματος. Προκειμένου οι πιθανοί επισκέπτες αισθάνονται ασφαλείς κατά την κράτηση, είναι σημαντικό ο ξενοδόχος να διατηρεί χαλαρές πολιτικές ακύρωσης και επιστροφής χρημάτων για τους επόμενους μήνες.

Όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι εγχώριοι ταξιδιώτες κάνουν κράτηση, το 54% δηλώνει ότι σκοπεύει να χρησιμοποιήσει ένα διαδικτυακό ταξιδιωτικό γραφείο και το 22% σκοπεύει να κάνει κράτηση απευθείας στην ξενοδοχειακή μονάδα. **Επομένως, αυτό είναι το τρίτο βασικό μέτρο.** Ο ξενοδόχος πρέπει να προετοιμαστεί για να έχει τη δυνατότητα να δεχτεί κρατήσεις μέσω πολλαπλών καναλιών, καθώς ορισμένοι καταναλωτές χρησιμοποιούν διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία για σύγκριση καταλυμάτων και τιμών και κάνουν την κράτηση απευθείας.

Οι άμεσοι δίαυλοι επικοινωνίας είναι πολύ χρήσιμοι για την προσέλκυση των εγχώριων επισκεπτών. Οπότε είναι σημαντικό τα ξενοδοχεία να έχουν τη δυνατότητα να λαμβάνουν κρατήσεις απευθείας μέσω του ιστότοπου και των κοινωνικών δικτύων του ξενοδοχείου. Για να επιτευχθεί αυτό, είναι συνετό να επενδύσουν σε μία μηχανή κρατήσεων μέσω διαδικτύου.

Τέταρτον, οι προβλέψεις δείχνουν ότι τα εσωτερικά ταξίδια τους επόμενους μήνες θα είναι μικρότερης διάρκειας για το 48% των ταξιδιωτών στην Ισπανία, οι οποίοι επιδιώκουν να ξεφύγουν και να εγκαταλείψουν το καθημερινό τους περιβάλλον, αλλά παραμένουν απρόθυμοι να περάσουν πολύ χρόνο μακριά από το σπίτι τους. Στην πραγματικότητα, η διαμονή στην Ισπανία αντιστοιχεί επί του παρόντος σε 1,7 ημέρες και αναμένεται να μειωθεί, επειδή πολλοί άνθρωποι αναζητούν σύντομα ταξίδια για να ελαχιστοποιήσουν τα έξοδα. Τα ξενοδοχεία θα πρέπει να συμβιβαστούν με τα νέα δεδομένα και να χαλαρώσουν την πολιτική ελάχιστης διαμονής, η οποία συχνά εμποδίζει πιθανές κρατήσεις. **Επιπλέον, είναι απαραίτητη η δημιουργία προσφορών, οι οποίες θα προωθούν τη διαμονή μεγαλύτερης διάρκειας.**

Τέλος, τα ξενοδοχεία πρέπει να είναι πρωτότυπα όταν επικοινωνούν με τους επισκέπτες και να είναι ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να υπάρχει δυνατότητα δημιουργίας πακέτων σε συνεργασία με άλλες εταιρίες και εκμεταλλεόμενοι τις συμπεριφορές των επισκεπτών να ανακαλύπτουν νέους τρόπους για να επανασυνδεθούν με την εθνική αγορά. Οι κρατήσεις ξενοδοχείων τη δεδομένη χρονική στιγμή για ολόκληρη τη χώρα είναι λίγο πιο πάνω από το 50% της πληρότητας σε σχέση με τα στοιχεία του προηγούμενου έτους. Έχει παρατηρηθεί ότι πόλεις, όπως η Βαλένθια και η Μάλαγα, είναι πιο ελκυστικές από τις πιο πυκνοκατοικημένες πόλεις, όπως η Βαρκελώνη ή η Μαδρίτη. Σε αυτές τις δύο παράκτιες πόλεις, τα ποσοστά κρατήσεων ανέρχονται σε 49% και 43% σε εξαμηνιαία βάση, ενώ στη Βαρκελώνη και τη Μαδρίτη καταγράφουν 27,6% και 23,3% αντίστοιχα.