

# "Hemos creado la base de las operaciones de un hotel para atender las experiencias de sus huéspedes"

**WOLFGANG EMPERGER** Senior Vice President of Europe, Africa, UK and Ireland, Shiji Group  
**MICHAEL KESSLER** CEO, Shiji ReviewPro

**Shiji Enterprise Platform, como su nombre indica, es un sistema de gestión multipropiedad desarrollado para grupos y cadenas hoteleras, que conecta los hoteles de la marca y proporciona toda la información necesaria para que los huéspedes se sientan como en casa**

Shiji es una empresa global de tecnología hotelera que presta servicios a hoteles tanto independientes como de nivel empresarial. Su objetivo es mejorar la forma en que los hoteles pueden atender a sus huéspedes mediante mejores soluciones tecnológicas, como una mejor plataforma PMS, mejores soluciones de punto de venta, conectividad de pago, etc. Conversamos con Wolfgang Emperger (W.E.), Senior Vice President of Europe, Africa, UK and Ireland, Shiji Group; y con Michael Kessler (M.K.), CEO, Shiji ReviewPro.

**Volver a casa es una de las mejores cosas que pasan después de un viaje. ¿Es porque en los hoteles nos sentimos como un número más?**

W.E.- Creo que tiene que ver con el hecho de que los hoteles a veces pueden parecer impersonales o carecer de la familiaridad del hogar. En un hotel, lo más probable es que compartas espacios comunes y servicios con muchos otros huéspedes, y puede que no tengas el mismo nivel de intimidad o control sobre tu entorno que en casa. Pero no olvidemos que llegar al hotel es la parte más emocionante de muchos viajes. En mi opinión, se trata realmente de encontrar el hotel que tenga el ambiente adecuado para el viaje.

M.K.- Cada hotel y cada experiencia de huéspedes son únicos. Uno de los principales retos para los hoteleros es complacer a todos los huéspedes, y para ello es fundamental equilibrar el uso de la tecnología disponible. Algunos huéspedes pueden preferir los quioscos de auto check-in y los chatbots para evitar las interacciones humanas, mientras que otros pueden preferir el toque humano de las relaciones. ¿Disponemos de las herramientas para recopilar esta información y dónde se almacena?

**Pues respondamos a la pregunta que lanzas: ¿disponemos de las he-**

**rramientas para recopilar esta información y dónde se almacena?**

M.K.- De acuerdo. Recientemente hemos creado una división llamada Shiji Guest Solutions para asegurarnos de que los hoteles puedan aprovechar la automatización para mejorar la experiencia de los huéspedes y garantizar que dispongan de las herramientas adecuadas para hacer de su estancia una experiencia única. Desde chatbots a herramientas de gestión automática de casos, canales de comunicación con los huéspedes y reputación on-

"Nuestras soluciones sirven para cada etapa del viaje del huésped: comienza en el momento en que empieza a soñar lo que quiere, y nosotros impulsamos todo lo que hay detrás de su viaje"



Wolfgang Emperger

line, hasta check-in/check-out móvil, nuestras soluciones se han creado junto a nuestros clientes para garantizar que satisfacen las demandas siempre cambiantes del panorama hotelero. Shiji Guest Solutions es un conjunto de productos que se unen con un objetivo: mejorar la experiencia de los huéspedes.

W.E.- Nuestras soluciones sirven para cada etapa del viaje del huésped. Comienza en el momento en que empieza a soñar lo que quiere, y nosotros impulsamos todo lo que hay detrás de su viaje. Desde soluciones de distribución, chatbots, check-in/out móvil, soluciones F&B, sistemas de gestión multipropiedad, soluciones de pago, herramientas de gestión para golf, spa y socios, ges-



Michael Kessler

tión de la reputación online y comunicaciones con los huéspedes. En un sector tan complejo como el hotelero, la conectividad real entre todos estos sistemas es clave.

Hemos dedicado muchos años a desarrollar desde cero la primera plataforma totalmente empresarial para grupos hoteleros, basada en API abiertas, para que otros puedan conectarse a ella. Es mucho más que el tradicional sistema de gestión de propiedades que todos conocemos: es la base de las operaciones de un hotel para atender las experiencias de sus huéspedes.

Con un sistema centralizado, el personal tiene plena visibilidad de las preferencias de los huéspedes, de sus actividades y de cualquier comentario que proporcionen, y también puede comunicarse y res-

ponder a las solicitudes de inmediato. La información está disponible para todas las propiedades del grupo, llevando la experiencia del huésped a un nivel superior.

**¿Qué ventajas proporcionará tanto a los hoteles como a los clientes?**

W.E.- La mayoría de las personas interactúan con el mundo a través de sus teléfonos móviles, pero la mayoría de los sistemas de los hoteles son demasiado antiguos para conectarse a sistemas tan modernos. Por eso sigue siendo raro conectarse instantáneamente a la red Wifi o tener la tarjeta de acceso a la habitación en el teléfono, entre otras cosas. ¡Hay tantas opciones que podrían eliminar las esperas de los huéspedes! Pero los principales sistemas de los hoteles deben modernizarse, empezando por los sistemas centrales, como el PMS. Al final será posible una experiencia hotelera en la que los huéspedes no tengan que esperar para hablar con el personal, sino que éste tenga tiempo para todos. Un enfoque mucho más personal.

Desde la perspectiva del hotel, las ventajas son la mejora de la eficiencia y la productividad, la automatización de tareas repetitivas para un mejor servicio al cliente, la mejora de la gestión de datos con toda la información almacenada de forma segura en la nube, la elaboración de informes y, en última instancia, el aumento de los ingresos.

**Shiji ReviewPro es un referente mundial de gestión de reputación online para hoteles. ¿Cómo se integra con todo el portfolio de Shiji?**

M.K.- Shiji ReviewPro, que ahora también forma parte de Shiji Guest Solutions, es la infraestructura central que permite a los hoteleros medir el éxito de sus operaciones, de modo que puedan tomar medidas y aumentar la satisfacción de los huéspedes y, en última instancia, aumentar los ingresos. Pongamos ejemplos: si un huésped se registra en línea, ¿qué significa eso para mí puntuación NPS? Cuando un huésped interactúa con mi chatbot, ¿cómo ha influido eso en mi GRI? Etc.

