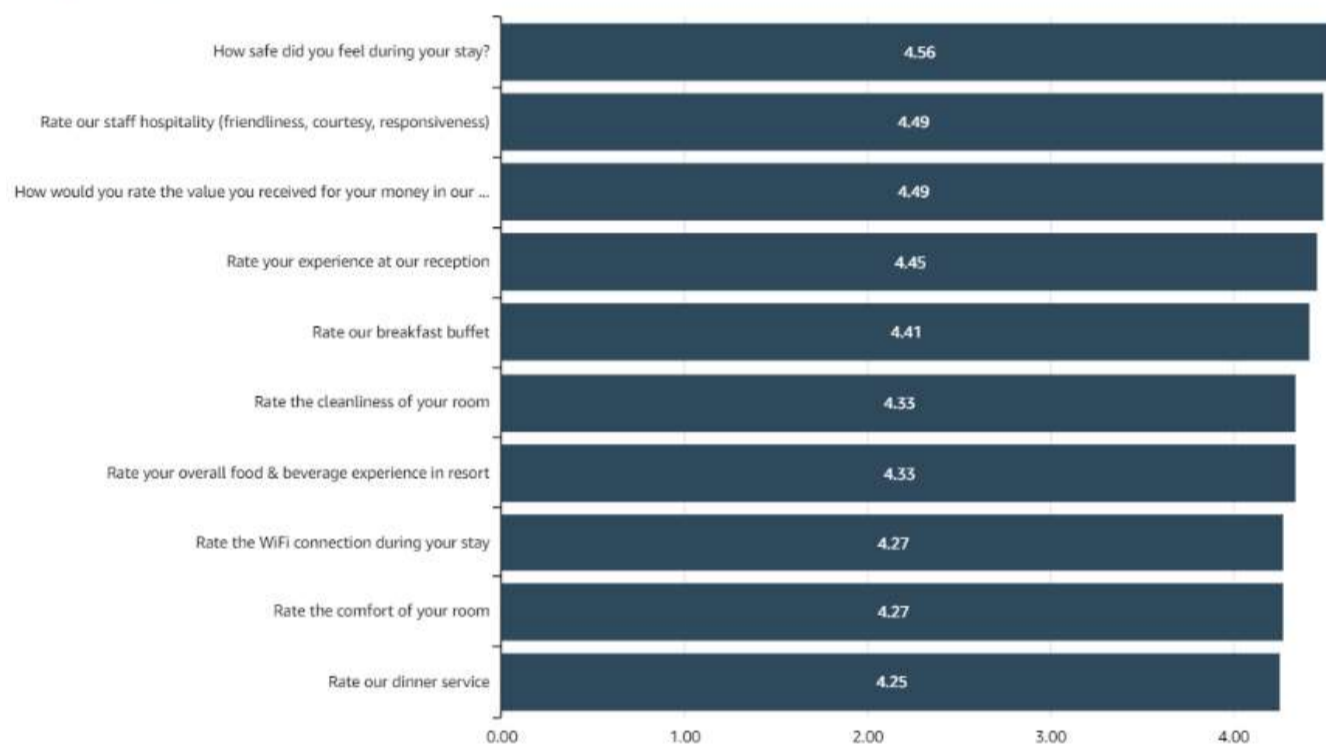


## MEGATREND POSLOVNA RJEŠENJA

# HOSPITALITY INSIGHTS – iskustvo od 5 zvjezdica \* \* \* \* \*

CSAT by question



Hospitality Insights proizvod je koji je namijenjen ugostiteljskim objektima koji žele podići vlastitu uslugu na novu razinu

**Tina Knežević,**  
Megatrend poslovna rješenja

**K**ako u hotelijstvu pružiti iskustvo od 5 zvjezdica? U hotelijstvu je gost uvijek na prvom mjestu i njegovo zadovoljstvo pruženom uslugom je izrazito bitno. Zadovoljan gost, ne samo da će se rado vratiti već će i svoje iskustvo podijeliti i s drugima te na taj način privući nove goste. No isto vrijedi i obrnuto, nezadovoljan gost povlači sa sobom brojne izgubljene goste koji će zbog loše preporuke zaobići taj objekt. U zemljama kao što je Hrvatska, u kojima je turizam jedan od glavnih zanata, konkurencija u hotelijstvu je izrazito velika te hotelijeri moraju pratiti zadovoljstvo korisnika i najnovije trendove kako bi se mogli izdignuti nad konkurencije i bilježiti što bolje rezultate.

### Hospitality Insights

Hospitality Insights, poznatiji kao HI, kompletno je softversko rješenje koje omogućuje hotelijerima stvaranje anketnih upitnika i analiziranje rezultata te dobivanje povratnih informacija "s terena", kako bi utjecali na kori-

sničko zadovoljstvo dok on još boravi u njihovu objektu. HI je potpomognut modernim alatima umjetne inteligencije kako bi prevodio tekst, analizirao njegov sentiment te klasificirao korisničke odgovore. Za analizu podataka koriste se suvremena business intelligence (BI) rješenja koja omogućuju brzu i efikasnu analizu velike količine prikupljenih informacija kako bi uvid u poslovanje bio što jasniji i transparentniji.

### Stvaranje anketa

Kroz HI sučelje aplikacije, hotelijerima je omogućeno da stvaraju ankete i upravljaju njima. Aplikacija omogućuje definiranje različitih tipova pitanja poput unosa slobodnog teksta, odabira opcija, postavljanja slika i slično. Kroz sučelje je omogućeno jednostavno praćenje popunjenosti anketa, a iste je moguće poslati gostima putem elektroničke pošte. Svaka anketa dostupna je preko poveznice koja se u obliku QR koda može postaviti na ključne pozicije unutar ugostiteljskog objekta te na taj način omogućiti gostima da ostavljaju svoj feedback. Primjerice, ankete se mogu postaviti u sobama, na recepciji, u sanitarnim čvorovima, restoranima i barovima te se tako omogućuje dobivanje informacije o trenutnom zadovoljstvu gostiju kako bi se mogle poduzeti akcije za poboljšavanje njihova krajnjeg zadovoljstva.

### Analiza podataka i uvidi u zadovoljstvo korisnika

Prikupljanje podataka samo je jedna strana Hospitality Insightsa. Prikupljene podatke bitno je dobro analizirati i iz njih izvući pametne zaključke koji će unaprijediti pružanje usluge. Upravo zato, HI rješenje funkcionira na principu stvaranja skladišta podataka iz prikupljenih podataka te se uz pomoć BI alata izrađuju različiti izvještaji koji sadrže analitički obrađene podatke.

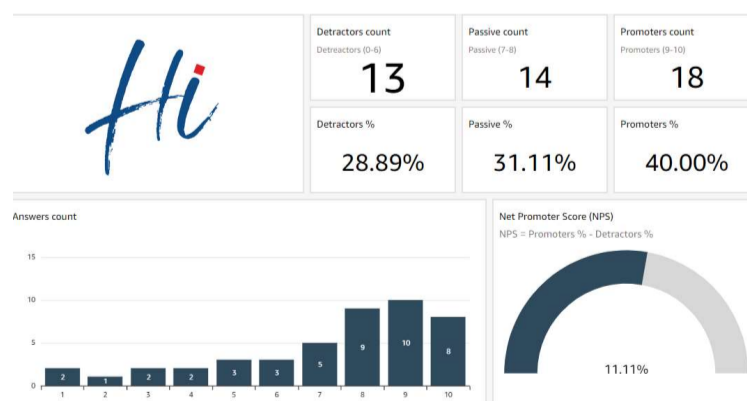
Fokus je stavljen na standardne metrike uspješnosti poslovanja u hotelskoj industriji. Mjera korisničkog zadovoljstva (engl. Customer satisfaction score, CSAT) metrika je koja se koristi za kvantificiranje korisničkog zadovoljstva proizvodima, uslugama i iskustvima hotelijera. Ona se računa uz pomoć anketa o korisničkom iskustvu, gdje se odgovori nalaze u rasponu od "vrlo zadovoljan" do "vrlo nezadovoljan".

NPS (Net Promoter Score) je također mjera koja kvantificira korisničko iskustvo te pokušava predvidjeti trend rasta poslovanja. Temelj izračuna NPS-a je pitanje koje glasi "Koliko je vjerojatno da ćete nas predložiti svojim prijateljima i poznanicima?" na koje korisnici daju odgovor na skali od 0 do 10. Odgovori se zatim svrstavaju u tri kategorije:

1. Klevetnici (engl. Detractors, 0-6) – nezadovoljni kupci koji mogu naštetiti rastu brenda negativnom predajom
2. Pasivni (engl. Passives, 7-8) – zadovoljni, ali ne entuzijastični kupci koji neće pridonijeti rastu brenda te su osjetljivi na konkurentsku ponudu
3. Promotori (engl. Promoters, 9-10) – odani kupci koji će pozitivnom predajom pridonijeti rastu brenda.

Oduzimanjem postotka promotora od postotka klevetnika dobiva se Net Promoter Score koji se nalazi na skali od -100 do 100 gdje se broj pasivnih korisnika zanemaruje jer njihova aktivnost nema utjecaja na krajnji rezultat poslovanja.

Osim standardnih metrika, već spomenuti AI alati, obogaćuju prikupljene podatke dodajući još jedan sloj više samoj analitici podataka. Omogućeno je automatsko prevođenje odgovora dobivenih od gostiju kao i detekcija sentimenta uz pomoć koje se omogućuje filtriranje pozitivnih i negativnih komentara. Također, podržana je i klasifikacija korisničkih odgovora uz pomoć koje se može jasno pregledavati feedback vezan za različite segmente poslovanja poput ugostiteljskih objekata, sanitarnih čvorova, urednosti soba ili ljubaznosti osoblja. Hospitality Insights proizvod je koji je namijenjen ugostiteljima koji žele podići vlastitu uslugu na novu razinu i poboljšati zadovoljstvo svojih korisnika. Svaki korisnički doživljaj i iskustvo vrijedan je podatak koji može potpuno promijeniti poslovanje. Stoga je vrlo bitno razumjeti moć informacije koju svaki gost posjeduje, prikupiti je, analizirati te iskoristiti na najbolji mogući način.



Hospitality Insights proizvod je namijenjen ugostiteljima koji žele podići vlastitu uslugu na novu razinu