

זרמי העתיד המשפיעים כבר היום על התיירות והתעופה

Posted on 20 בפברואר 2019 by עמי אטינגר



ביניהם, כלכלה שיתופית, הזמנות OTA, הזמנות ישירות באתרים והאינטרנט של הדברים
Categories: תיירות, ראשי

Tag: OTA, IMTM 2019, עדי יופה, פרופ' איל ארט, הטרנדים העתידיים בעולם התיירות, האינטרנט של הדברים

קצב השינויים הטכנולוגיים, הכלכליים והחברתיים המשפיעים על הרגלי הצריכה בתיירות ובתעופה נמצא בעליה מתמדת. היכולת להגיב לשינויים ולמגמות הנגרמות בעקבותיהם, הופכת להיות אתגר לא פשוט לחברות בענף. זמן התגובה מתקצר והקושי לאתר ולהוות את הטרנדים הבאים נראה בלתי אפשרי. הטרנדולוגית **עדי יופה** ופרופ' **איל ארט**, טוענים שאפשר לאתר ולהוותם, בתנאי שמכירים היטב את הזרמים המשתנים ושמים אצבע על הדופק שלהם.



עדי יופה הטרנדולוגית בראיון בחדשות הלילה של כאן 11. צילום מהטלוויזיה

הדוברים היו בין המשתתפים במושב "הטרנדים העתידיים בעולם התיירות" שיזם משרד התיירות במסגרת תערוכת IMTM 2019. בתערוכה, שהתקיימה בשבוע שעבר באקספו בגני התערוכה בתל אביב, אפשר היה לחוש וללמוד את הזרמים החשובים המשפיעים השנה ושישפיעו עוד יותר על כל תעשיית התיירות והתעופה באביב הקרוב וביתר שאת בעונת הקיץ החשובה. זרמים אלה קיבלו את ביטויים במראה החזותי (ביתנים, תמונות ועלונים), הטעם (אלכוהול ומעדני אוכל), וקיבלו משמעות-יתר בהרצאות המקצועיות הנלוות.

הזרמים

הזרמים שהשפעתם גדלה ללא הרף הם: הכלכלה השיתופית - שעזרה ועוזרת לשיטת Airbnb לצמוח למימדים ענקיים - הזמנות באמצעות חברות און ליין (OTA - On Line Travel Agents) הצומחות ללא הרף, הזמנות ישירות באתרי המלונאות, בתעופה (NDC - New Distribution Capability), באתרי האטרקציות ובהשפעת האינטרנט של הדברים (IoT - Internet of Things). זרמים המקבלים רוח גבית מהשינוי בקרב הלקוחות - מחוויית פרימיום לחוויה נגישה ופופולרית, בעיקר באמצעות מערכות המובייל וטלפון חכם וטאבלט. מתברר גם, כי ההזמנות במובייל מתבצעות בעיקר על ידי גילאי 34 ומטה, אך גם המבוגרים המודרניים שולטים ברזי הטכנולוגיה והם משתמשים בהם.



מנכ"ל משרד התיירות, אמיר הלוי, יוצר קשרים בתערוכה. צילום עירית רוזנבלום להכיר את הזרמים

העוסקים בתעשיית התיירות חייבים בעת תכנון עסקיהם להכיר מקרוב את הזרמים ואת תת הזרמים המשפיעים בהוה, ואשר ישנו את העתיד הקרוב והרחוק. בתערוכת IMTM התצוגות הפרונטליות היוו גירוי ראשוני. הקמעונאים נפגשו עם בכירי המדינות שהגיעו ליריד כמו שרים, שגרירים, ומנהלי משרדי התיירות, והבכירים הנגישו אותם לפגישות עם הגורמים המתאימים לדבר עסקים. הסיטונאים ניסו באמצעות היושבים בתוך הביתנים ליצור קשרים עתידיים. אחרים ליקטו עלונים וסימנו בהם את כתובות האינטרנט לשימוש מאוחר יותר.

יופה הטרנדולוגית והמומחית לעתידנות עסקית, טענה בהרצאתה, כי "בעשור האחרון התיירות הפכה מחווית פרימיום לחוויה נגישה ופופולרית. תהליכים רגולטיביים ומגמות טכנולוגיות הפכו את חוויית התיירות להיות זמינה יותר הן מבחינת קהלי היעד, הן מבחינת יעדים חדשים והן מבחינת חוויית הטיול שהשתכללו להיות מותאמות לכל צורך".

פרופ' ארט ציין כי הכלכלה השיתופית גרמה לכך שהכל עומד היום להשכרה: Airbnb להשכרת דירות, או להחלפת דירות, מכוניות, סוירים משותפים, מוניות אובר (UBER) וכו'. לדבריו, ל-Airbnb יש היום 3 מיליון חברים ונתח השוק שלו בתיירות העולמית הוא 18% - 19%. כשהצמיחה שלו ממשיכה לגדול, למרות המקלות שמנסים להכניס בגלגליו. בדיוק כפי שהיה בתחילת דרכן של חברות הלואו-קוסט, שהשפעתן היום על התעופה עצומה.

דוגמה לתיירות שיתופית בארץ הוא אתר **צימר**, המפרסם היצע עצום של צימרים ואטרקציות ברחבי הארץ. באמצעות האתר הזה ניתן לבחור את הצימר המתאים ביותר מתוך מגוון אתרי צימר השונים, ביניהם: צימרים יוקרתיים, צימרים למשפחות, צימרים לזוגות ועוד.

יופה מסבירה כי מארגני טיולים מבינים שתיירים צעירים מחפשים רגעים ותפאורה מיוחדים להעלות לאינסטגרם, לכן הם מציעים טיולי אינסטגרם, כשהמלונות והאטרקציות מעצבים את תמונות האינסטגרם שלהם בצורה מושלמת, שתעורר השראה ורצון לטייל.

לדבריה, בשנת 2017 תויגו מיליוני פוסטים על ערים שונות בעולם. לדוגמה: לונדון 88.8 מיליון, ניו יורק 88.5, פריז 75 מיליון, דובאי 59,7 מיליון, איסטנבול 50.2 מיליון, מיאמי 44.3 מיליון, לוס אנג'לס 36.4 מיליון, ברצלונה 35.1 מיליון, מוסקבה 32.1 מיליון ושיקאגו 31.4 מיליון. מיליוני הפוסטים האלה מגיעים למיליוני משתמשי המובייל השונים ולאחר בדיקות נוספות באתרים האינטרנט ואינסטגרם השונים, מתבצעות ההזמנות. מתברר, כי 49% מההזמנות הישירות אונליין מתבצעות במובייל.



הביתן של טאיוואן. בתערוכת IMTM 2019 בתל אביב. צילום עירית רוזנבלום
השפעת חברות ה-OTA על ההזמנות המלוונאיות התחזקה מאוד, כשיחד עם המלוונות והמעבר שלהן לשאר גורמי הענף, כמו תעופה ואתרים, גדלה ללא הרף. יופה ופרופ' ארט טוענים, כי ההזמנות של OTA עד שנת 2020 תכפלה את עצמן והן יהיו כ-10% מכלל ההזמנות התיירותיות.

עיקר המחקר התיירותי העצמי של הלקוחות המודרניים מתבצע באמצעות המובייל. מתברר, כי 70% מהמחקרים העצמיים האלה, בנוגע לטיול, התחילו במובייל וכ-79% מהם הסתיימו ברכישת הזמנות דרך המובייל. גם ההזמנות ברגע האחרון במובייל גדלו ב-150% בשנתיים שחלפו והן צפויות להמשיך ולגדול עד 2020. כבר בעבר ציינה התחזית, כי מדובר בצמיחה של כ-25% בשנה בהזמנות המובייל בדקה ה-90.

האינטרנט של הדברים

האינטרנט של הדברים (IoT) היא רשת של חפצים, או של דברים המשובצים באלקטרוניקה, תוכנה וחיישנים, המאפשרים תקשורת מתקדמת בין החפצים ויכולות איסוף והחלפת מידע של הדברים. טכנולוגיה היכולה להוביל לאוטומציה בתחומים רבים. הרשת התפתחה מאוד בעשור שחלף, כתוצאה מהשתלבות של כמה טכנולוגיות כמו האינטרנט, אינטרנט אלחוטי, מחשוב ענן, מערכות משובצות מחשב ומערכות מיקרו-אלקטרו-מכניות. גורם נוסף שתרם להתפתחותה של התפישה היא הקישורית הזולה והתפתחות רשתות הסלולר, החל עם כניסת הדור הרביעי (4G), מבוסס טכנולוגיית LTE - Long Term Evolution, שזה תקן לתקשורת מהירה המגדילה את הקיבולת והמהירות באמצעות שימוש בממשק רדיו שונה, ביחד עם שיפור ליבת הרשת.



אפליקציית מלון לינק.
אפליקציה חדשנית ומקיפה
לתפעול השהות במלון,
צילום יח"צ

לדברי יופה טכנולוגיית IoT, ישמשו במלונאות בחדרים חכמים, המתאימים את תנאי המחייה בחדר בהתאם להעדפות האורח, שאותם הוא ימסור מראש. טכנולוגיה זו יכולה לסייע למלון להתייעל בניהול משק הבית, כשהמשימות לביצוע יגיעו ישירות לעוסקים במשק הבית של המלון בארץ, ובשפה המקומית במלון בחו"ל.

טכנולוגיית IoT יכולה לייעל את פעילות צוותי האוויר, את כל חוויית הלקוח בשירות בטיסה ואפילו לאפשר ללקוח לעקוב אחרי המזוודה, מרגע שליחתה עד קבלתה. הטכנולוגיה מאפשרת צ'ק אין לחדר או לטיסה מראש, הזמנת אטרקציות מראש, על בסיס התאמה אישית עוד בטרם ההגעה.

משתנים נוספים

הצרכנות המינימלית, שתלך ותגבר בעתיד, היא מוטת מוצר, מוטת מחיר ומחפשת מינימום מאמץ וזמן. הצרכן הדואג למחיר הטוב ביותר עבורו, הופך להיות מוטה מוצר ומחפש תועלות שברורות לו, בדרך כלל חסכון בזמן ובמאמץ או ערכים חווייתיים. הלקוח המודרני הוא **צרכן נווד**. לא נאמן, אלא נאמן לעצמו ונווד ממקום למקום. חוסר הנאמנות בא לידי ביטוי בתפיסת עולם של נדידה מדבר אחד למשנהו. לא רק במוצרים, אלא בדירות, במקומות עבודה וכו'. דור ה-Y יעבור 14 עבודות במהלך חייו.

מתברר ש"**חתיכות**" התיירות - שירותים, מוצרים, אתרים, מלונות וטיסות, הופכות קצרות יותר. לאור זאת מאפשרת כבר היום הטכנולוגיה התאמות מאוד מדויקות של "החתיכות" למוצר תיירותי שלם, המספק ללקוחות היפר פרסונליזציה עם התאמות מאוד מדויקות של המרכיבים השונים, שמאפשר לאנשים לחפש את מה שמתאים להם בדיוק באותו הרגע.