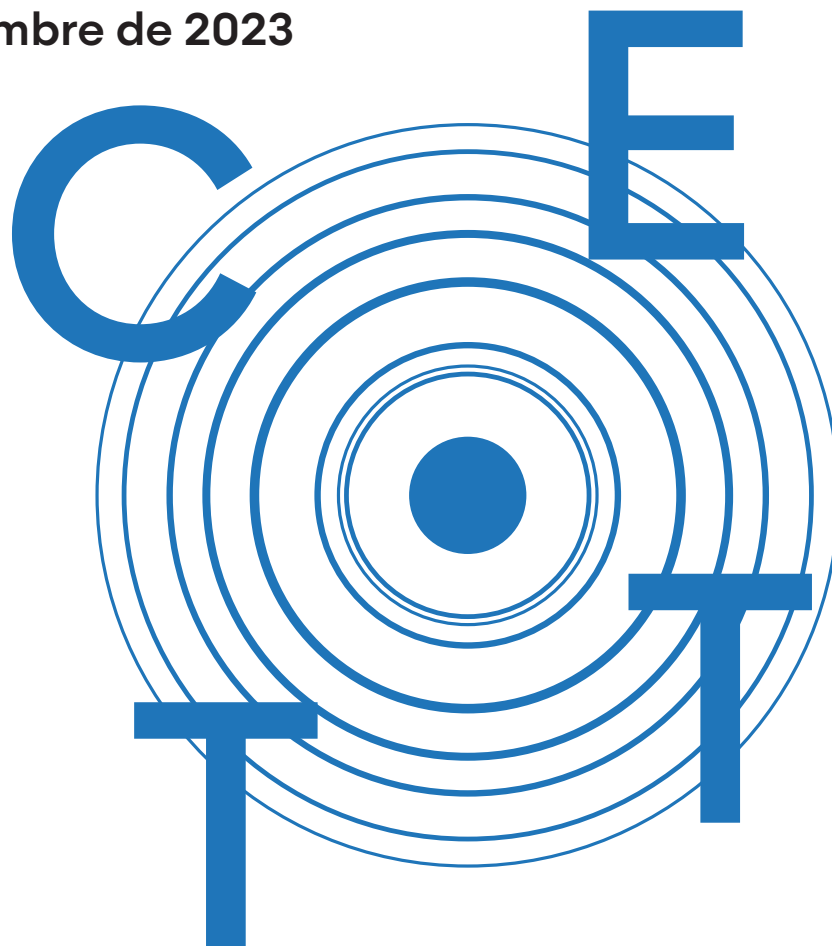


CETT Smart Tourism Summit Barcelona 2023

23 de novembre de 2023



Tendències tecnològiques aplicades
al *customer journey* del turista

LLEGAT I AGENDA DE FUTUR



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



Diputació
Barcelona

En un context de canvis constants en els àmbits de la digitalització, la innovació i en el màrqueting en el sector turístic, el CETT-UB juntament amb la Diputació de Barcelona han celebrat el mes de novembre de 2023 la primera edició del CETT Smart Tourism Summit Barcelona. Es tracta d'un espai únic per compartir i reflexionar, cada dos anys, sobre els reptes i les oportunitats que presenten aquests àmbits per a les organitzacions turístiques, hoteleres i gastronòmiques.

Aquest espai de transferència de coneixement i debat entre professionals i acadèmics, experts en aquestes disciplines, ha perseguit en aquesta edició del 2023, tenint com a fil conductor el Customer Journey del Turista i les seves fases, els següents objectius:

- Identificar les oportunitats i els reptes que poden aportar les tendències tecnològiques aplicades al turisme, tant per a les empreses del sector com per a les destinacions.
- Valorar les tendències tecnològiques, les eines digitals emergents, etc. per a incentivar la cooperació entre organitzacions en aquests àmbits.
- Incentivar la presa de decisions sobre les tendències tecnològiques aplicades al turisme amb la voluntat d'ajudar a impulsar i incentivar el turisme sostenible i regeneratiu.

D'aquesta forma, el **llegat** del que podem gaudir del Summit '23 el podem concretar en:

1. **Es ressalta el paper de les polítiques públiques per a impulsar la digitalització en el sector turístic.**
2. **Es destaca la importància de la innovació en l'evolució de la digitalització del nostre sector.**
3. **Es reafirma la importància de la col·laboració entre els sectors públics i privats per a millorar la digitalització en el turisme.**
4. **Es reafirma que el màrqueting audiovisual és una eina clau per a "inspirar" els viatges dels turistes.**
5. **Es remarca la importància de la plataforma estratègica (objectius, targets, missatges, etc..) per a potenciar l'efectivitat i rendibilitat de les inversions en les accions de màrqueting audiovisual potenciant la seva connexió emocional amb l'audiència.**
6. **Es posa de manifest que la creativitat, l'efecte WoW, el storytelling, el turisme de pantalles, plataformes com Tik Tok o Instagram, i d'altres, són elements clau per aprofitar les capacitats del màrqueting audiovisual per als actors del sector turístic.**
7. **Es destaca que les empreses del sector turístic, cada cop més, disposen de tecnologia que els poden ajudar a optimitzar i personalitzar l'experiència del client en el canal directe, com els digital twins, la intel·ligència conversacional i el blockchain, entre d'altres.**
8. **Es referma que la IA serà omnipresent en totes les fases del customer journey del turista per ajudar, entre d'altres objectius, a la personalització de les seves experiències durant i post-viatge.**
9. **Es posa de manifest la necessitat de perfils professionals que entenguin perfectament el potencial de les tendències tecnològiques i les relacionades amb el sector turístic.**
10. **Es conclou que és necessari recopilar, analitzar, diagnosticar i utilitzar les dades en temps real per a millorar l'experiència del client.**

Sens dubte, és un molt bon punt de partida per a fixar l'Agenda de Futur per al proper Summit 2025. Per tot plegat, aquesta Agenda de Futur, tenint en compte les determinacions exposades en el marc de la primera edició del CETT Smart Tourism Summit Barcelona 2023, contempla, per a les organitzacions del nostre sector, els següents eixos transversals:

- La via europea de transició del turisme (*European Transition Pathway for Tourism*) com a full de ruta per ajudar a la transformació de l'ecosistema industrial del turisme en un de més verd i digital.
- La governança dels actors del sector per a treballar conjuntament per un turisme sostenible, responsable i accessible.
- L'aposta decidida pel talent (i la formació continuada) com a element clau de tot el procés.
- El foment de l'emprenedoria d'impacte social positiu en el nostre sector.
- La intel·ligència artificial, garantint la seva ètica i equitat, així com el seu desenvolupament segur i responsable [Declaració de Bletchley].

Partint dels diversos àmbits que integren el SUMMIT'23, a continuació es detallen els diversos reptes que cal tenir presents:

1. Àmbit del Màrqueting:

Personalització de les experiències dels turistes: el repte rau en poder utilitzar dades i anàlisis predictius avançats per a dissenyar accions, campanyes de màrqueting altament personalitzades que ajudin a fidelitzar els turistes, gràcies a models i algorismes que ajudin en la presa de decisions.

Estratègia omnicanal: el repte és aconseguir una integració efectiva dels diversos canals de màrqueting, especialment els digitals, per tal de garantir la presència constant en totes les fases del *customer journey* del turista, posant el focus en les plataformes emergents de comunicació.

Continguts rellevants i de qualitat: el repte és mantenir-se al dia de les tendències en aquest àmbit per tal de poder crear aquest tipus de continguts autèntics i creïbles (especialment audiovisuals) que ens siguin útils per a atreure i fidelitzar als viatgers, en entorns saturats on cada cop és més complicat captar l'atenció de les audiències.

2. Àmbit de la Innovació:

Sostenibilitat i responsabilitat social: un dels reptes més urgents en el sector turístic és la innovació en pràctiques sostenibles i responsabilitat social amb un impacte positiu. Això inclou la reducció de la petjada de carboni, la gestió eficient de recursos, la lluita contra el malbaratament i la promoció de pràctiques ètiques en el turisme.

Foment de la col·laboració entre organitzacions: el repte és impulsar la innovació a través de la cooperació entre empreses (i destinacions) del sector turístic, hotelier i gastronòmic, i amb altres indústries (Open Innovation).

Turisme resilient i adaptatiu: el repte rau en analitzar com la innovació pot contribuir a la resiliència i adaptabilitat en el turisme, proposant estratègies i models que permetin a la indústria enfrontar reptes inesperats, com ara crisis sanitàries o desastres naturals.

3. Digitalització:

Transició digital i tecnològica: el repte és trobar formes accessibles i efectives de digitalitzar les operacions i serveis de les PIMES, principalment, i destinacions del nostre sector, sovint amb recursos limitats per a implementar una correcta transició en aquest àmbit.

Ciberseguretat: el repte és garantir la seguretat en les transaccions i la privacitat de les dades del turista, car la creixent digitalització en el sector turístic, hotelier i gastronòmic el fa més vulnerable a ciberatacs, per exemple.

És evident que tenim molta feina per endavant amb aquests i d'altres reptes que, sens dubte, ens han d'ajudar a proposar solucions efectives si els afrontem de forma col·laborativa, sota el paraigües que us brinda la Comunitat d'Aprenentatge del CETT.

**Us esperem al
CETT Smart Tourism Summit Barcelona 2025**