



Ομιλία του Chief Commercial Officer Business Segment OTE Group, κ. Γρηγόρη Χριστόπουλου στην Κλειστή Συνεδρίαση της 27^{ης} Γενικής Συνέλευσης ΣΕΤΕ

Αθήνα, 6 Ιουνίου 2019

Κυρίες και κύριοι καλημέρα σας.

Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος που βρίσκομαι και σήμερα εδώ εκπροσωπώντας την COSMOTE και τον Όμιλο ΟΤΕ ως partner του ΣΕΤΕ.

Η στήριξη του ΣΕΤΕ αποτελεί για εμάς στήριξη του ελληνικού τουρισμού και θεωρούμε χρέος μας να στεκόμαστε δίπλα στις προσπάθειες του φορέα όλα αυτά τα χρόνια της συνεργασίας μας. Μέσα από το έργο του, στηρίζει τον κλάδο από τον οποίο αναμένουμε πολλά όλοι σε αυτή τη χώρα.

Τα αποτελέσματα των τελευταίων χρόνων είναι εντυπωσιακά και όλοι αναρωτιόμαστε πόσο καλύτερα μπορεί να γίνουν ή ακόμη και αν είναι εφικτό να διατηρηθούν σε αυτά τα επίπεδα. Η πρόσφατη έρευνα που παρουσίασε ο ΙΝΣΕΤΕ απέδειξε κάτι που όλοι μας ξέραμε για το δυνατό όπλο της χώρας μας στην προσέλκυση επισκεπτών. Ο ανθρώπινος παράγοντας ήταν, είναι και θα είναι ένα από τα ιδιαίτερα πλεονεκτήματα αυτού του τόπου που σε συνδυασμό με τον πολιτισμό μας αποτελεί ακαταμάχητο λόγο για να έρθει κάποιος στην πατρίδα μας.

Μπορούμε όμως να επαναπαυόμαστε σε αυτό; Πιστεύω ακράδαντα πως όχι. Πιστεύω ότι για να μπορέσουμε να κάνουμε το κάτι παραπάνω πρέπει να δώσουμε στους τουρίστες περισσότερα, πρέπει να είμαστε ανταγωνιστικοί σε χώρα και κυρίως να είμαστε εντός εποχής.

Μιας εποχής, κυρίες και κύριοι, που η τεχνολογία μεταλλάσσει κάθε κλάδο.

Είναι σημαντικό λοιπόν να καταλάβουμε ότι ο κόσμος αλλάζει αγκαλιάζοντας την τεχνολογία και αυτό πολλές φορές δίνει δυνατότητες να βρεθείς μπροστά στις ευκαιρίες που δημιουργούνται. Η παγκόσμια κοινότητα το παραδέχεται αυτό, αναλυτές, δημοσιογράφοι, άνθρωποι όλων των κλάδων. Κανείς δεν μπορεί να αγνοήσει αυτή την πραγματικότητα. Η αλήθεια είναι ότι το πιο σημαντικό σε αυτή την αλλαγή που συντελείται είναι η ταχύτητα. Οι αλλαγές έχουν επιταχυνθεί. Κανείς δεν θα πίστευε, για παράδειγμα, ότι κάποιες εφαρμογές θα είχαν αλλάξει τον κόσμο τα τελευταία 3-5 χρόνια.

Σκεφτείτε το κινητό σας καθόλη την διάρκεια ενός ταξιδιού σας. Από την στιγμή της σκέψης και της έμπνευσης του προορισμού, της κράτησης, της προετοιμασίας, του ταξιδιού, της διαμονής, ακόμη και της επιστροφής στην πατρίδα. Σε κάθε στάδιο ο επισκέπτης μπορεί να κάνει τα πάντα πλέον μόνο μέσα από μια κινητή συσκευή και μέσω κάποιων εφαρμογών χωρίς ανθρώπινη επαφή. Η δύναμη του κινητού επιβεβαιώνεται και

από τις ψηφιακές πλατφόρμες που βλέπουν τα στατιστικά τους να εκτοξεύουν το κινητό ως πηγή από την οποία δέχτηκαν την όποια επαφή. Αλλά πως μπορεί ο τουριστικός κλάδος να εκμεταλλευτεί αυτή την πραγματικότητα, πέρα από τους προφανείς τρόπους, πέρα δηλαδή από την παρουσία της επιχείρησης και την προώθηση της παρουσίας της ψηφιακά;

Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες (βρετανική εταιρία τεχνολογίας Criton) σύγχρονοι ταξιδιώτες αναζητούν ολοένα και περισσότερες εφαρμογές στο κινητό τους. Το 58% των ταξιδιωτών προτιμά το checkin μέσω του κινητού του καθώς και ψηφιακό κλειδί για την πρόσβαση στο δωμάτιο ενώ το 68% θεωρεί αδιανόητο το να περιμένει στην ουρά στη ρεσεψιόν για πάνω από 5 λεπτά. Κυρίαρχος λόγος προτίμησης γίνεται πια ένα πρόγραμμα πιστότητας του ξενοδοχείου με ένα 53% των συμμετεχόντων στην έρευνα να αναφέρει ότι είναι κύρια απαίτηση. Μια εφαρμογή λοιπόν αποτελεί πια ένα σημαντικό εργαλείο για την καλύτερη εξυπηρέτηση του σύγχρονου επισκέπτη, μιας και είναι πια οικείες στη χρήση τους για όλους μας. Θέλουμε και περιμένουμε να τα κάνουμε όλα μέσα από μια εφαρμογή. Το 75% δηλώνει ότι αν το ξενοδοχείο του είχε δική του εφαρμογή θα την χρησιμοποιούσε ενώ μόλις 10% ενδιαφέρεται για κινητό ή tablet μέσα στο δωμάτιο. Και δεν αφορά μόνο σε εφαρμογές για ξενοδοχεία αυτή η τάση. Εφαρμογές για αεροπορικές εταιρίες, για μεταφορές, για υπηρεσίες διαμονής είναι στις κορυφαίες προτιμήσεις για τον σύγχρονο και ταυτόχρονα ιδιαίτερα απαιτητικό επισκέπτη.

Αυτή η εντατική χρήση κινητών συσκευών και εφαρμογών έχει επίσης ένα πολύ σημαντικό αποτέλεσμα. Τη συγκέντρωση τεράστιων όγκων δεδομένων που μπορούν να αποτελέσουν επίσης σημαντικό εργαλείο τόσο για τις επιχειρήσεις και τις αποφάσεις τους, όσο και για τους ίδιους τους επισκέπτες, εφόσον φυσικά αυτά τα δεδομένα χρησιμοποιηθούν.

Θα φέρω ένα παράδειγμα που αποδεικνύει πως η χρήση της τεχνολογίας, μια εφαρμογή και τα δεδομένα από όλους εμάς μπορούν να λειτουργήσουν για να βελτιωθεί μια ομολογουμένως προβληματική κατάσταση. Το παράδειγμα του Άμστερνταμ είναι χαρακτηριστικό. Έπρεπε κάπως να αντιμετωπιστεί η κακή εμπειρία του μεγάλου όγκου των ταξιδιωτών που βρίσκονταν εγκλωβισμένοι σε ουρές στα μουσεία. Με τη δημιουργία εφαρμογής που σε ενημερώνει για τις ουρές σε κάθε χώρο και σου προτείνει αν είναι κατάλληλη στιγμή να πας ή όχι, βλέπουμε μια προσπάθεια όχι για να λυθεί ένα πρόβλημα που πιθανώς δεν λύνεται εύκολα αλλά για να βελτιωθεί η εμπειρία του ταξιδιώτη.

Και φυσικά όλα αυτά έρχονται και σαν απάντηση σε μια πολύ σημαντική ανάγκη και τάση παγκοσμίως, στην προσωποποιημένη εμπειρία που απαιτούν πια όλοι οι επισκέπτες. Εκεί πρέπει να εστιάσει και ο κλάδος. Τα δεδομένα, η τεχνολογία και οι άνθρωποι είναι οι τρεις πυλώνες που χρειάζεται ο κλάδος για να μπορείς να ενδυναμώσει το δέσιμο, τη σχέση με τον πελάτη σε αυτή τη δεδομένη χρονική στιγμή που βρισκόμαστε. Και μπορεί να είναι η



ειδοποιός διαφορά σε σχέση με τον ανταγωνισμό αυτή η δυνατότητα. Με την χρήση των σωστών δεδομένων και χωρίς να ξεχνάμε τον ανθρώπινο παράγοντα, η απόλυτα προσωποποιημένη εμπειρία μπορεί να βελτιωθεί σημαντικά. Οι άνθρωποι πια θέλουν να έχουν εμπειρίες φτιαγμένες ειδικά για αυτούς, να αντιμετωπίζονται ως εντελώς ξεχωριστά όντα, σύμφωνα με τις προσωπικές τους ανάγκες και προτιμήσεις και δεν θέλουν να είναι ένας από τους εκατομμύρια ταξιδιώτες σε μια χώρα. Χρειάζονται real time χρήσιμο περιεχόμενο, φτιαγμένο με βάση τις προτιμήσεις τους, προτάσεις για δράσεις στην περιοχή ανάλογα με την τοποθεσία που βρίσκονται, προσφορές για καταστήματα στα μέρη που επισκέπτονται.

Από τις κύριες τάσεις που θα οδηγήσουν στον ψηφιακό μετασχηματισμό του κλάδου δεν θα μπορούσε να λείπει η τεχνητή νοημοσύνη. Ήδη τα chatbots έχουν κάνει την εμφάνισή τους και αντικαθιστούν εργασίες ενώ ταυτόχρονα διευκολύνουν την επικοινωνία του επισκέπτη με έναν άμεσο και εύκολο τρόπο, μα κυρίως δίνοντας υπηρεσίες 24 ώρες το 24ωρο. Κορυφαίες ξενοδοχειακές αλυσίδες στον κόσμο κάνουν χρήση chatbots για να μπορέσουν να εξυπηρετήσουν τον επισκέπτη οποιαδήποτε ώρα της ημέρας και νύχτας μέσω ενός τρόπου επικοινωνίας που ολοένα και περισσότερο θεωρείτε προτιμότερος και με τον οποίο πια όλο και περισσότερες ηλικίες νιώθουν άνετα. Οι επισκέπτες μπορούν να ζητούν ένα πρωινό ξύπνημα, να ζητούν απαντήσεις για παροχές του ξενοδοχείου, να ζητούν κάτι στο δωμάτιο και άλλες υπηρεσίες.

Τέλος, τεχνολογίες όπως η εικονική πραγματικότητα μπορούν να αλλάξουν εμπειρίες που ως τώρα προσφέρονταν με έναν παραδοσιακό τρόπο ή να ενισχύσουν την εμπειρία του ταξιδιώτη με περισσότερους προορισμούς. Ακόμη και η προώθηση ενός τόπου μπορεί να γίνει με έναν πιο σύγχρονο τρόπο, αν μπορούν να μεταδοθούν μέσω εικονικής πραγματικότητας οι ομορφιές και τα ξεχωριστά μέρη του τόπου μας ή και το ξενοδοχείο ή το δωμάτιο που προσφέρεται.

Σήμερα ζούμε την 4^η βιομηχανική επανάσταση που είναι η ψηφιακή επανάσταση. Αυτό είναι ένα στοίχημα για την χώρα που πρέπει να το κερδίσει και μπορεί να το κερδίσει. Ο κλάδος του τουρισμού πρέπει να κερδίσει αυτό το στοίχημα, πρέπει να αναπτυχθεί ψηφιακά.

Σε μια εποχή, κυρίες και κύριοι, που η τεχνολογία αλλάζει τον κόσμο, όλες οι επιχειρήσεις, οι φορείς, το κράτος, οφείλουν να μετασχηματιστούν για να μπορέσουν να απαντήσουν στις ανάγκες αλλά και τις συνήθειες των σύγχρονων ταξιδιωτών, να μπορέσουν να λειτουργούν σύγχρονα. Χρειάζεται να γίνουν επενδύσεις τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα για να μπορέσουμε να προσελκύσουμε περισσότερους επισκέπτες από κάθε μεριά του πλανήτη, όχι μόνο γιατί θα βοηθήσει την ανάπτυξη της χώρας αλλά και γιατί είμαστε μια χώρα που πρέπει να επισκεφτεί όλος ο πλανήτης.



Όσα ανέφερα είναι μερικά μόνο παραδείγματα προς την κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Σαν Όμιλος, έχουμε κατανοήσει την αξία των επενδύσεων για τις υποδομές της χώρας μας. Αλλά μπορούμε να βοηθήσουμε περισσότερο, και εμείς αλλά και αρκετές ακόμη αξιόλογες εταιρίες τεχνολογίας στη χώρα μας, σε αυτό το ταξίδι ψηφιακού μετασχηματισμού που δεν είναι γρήγορο και εύκολο όμως δημιουργεί πολλές ευκαιρίες και απαντά σε πολλές προκλήσεις. Είναι σίγουρα ένα στοίχημα που απαιτεί συνεργασία για να επιτύχει και εμείς σαν Όμιλος πιστεύουμε στις συνεργασίες. Δεν πρέπει ο κλάδος να χάσει την ευκαιρία να ξεχωρίσει σε παγκόσμιο επίπεδο, να συνεχίσει να ανεβαίνει και να μεγαλώνει και πιστεύω ότι η τεχνολογία είναι ένα από τα πολύ σημαντικά όπλα σε αυτή την κατεύθυνση. Σα χώρα δεν μας λείπει η τεχνογνωσία ή οι άνθρωποι με τα κατάλληλα προσόντα. Μας λείπει απλά η απόφαση να επενδύσουμε σε κάτι που είναι αυτή τη στιγμή μια αναγκαιότητα και όχι μια πολυτέλεια.

Σας ευχαριστώ θερμά,

Γρηγόρης Χριστόπουλος
Chief Commercial Officer Business Segment OTE Group