

Integriranje bez integrala i kuhaju li digitalne tajnice digitalnu kavu

Siri, Google assistant, Alexa, Cortana i njima slični alati preuzimaju sve značajniju ulogu u turizmu, a uz GDS sustave, potrebno je imati i dobru web stranicu.

Siri, Google assistant, Alexa, Cortana i njima slični alati preuzimaju sve značajniju ulogu u turizmu, a uz GDS sustave, potrebno je imati i dobru web stranicu.

Naravno, govorimo o integracijama tehnologija u turizmu, o tome kako tehnologije mijenjaju svijet i kako nitko nema vremena za spavanje.

No možda da malo usporimo i krenemo redom, s tim integracijama i turizmom, s tim kako putnik, tj. turist započinje svoje putovanje, jer tu negdje, u tim počecima njegovog i/ili njenog puta, skrivena je i strategija, pristup koji možemo zauzeti ne bismo li za sebe stvorili priliku.

Potruga započinje na internetu

Mislimo da je sve jasnije kako sve manje putnika svoju želju za putovanjem (poslovnim ili onim usmjerenim ka uživanju) započinje dolaskom u putničku agenciju. Čak je i „dobri stari“ telefonski poziv sve manje zastupljen. I da budemo potpuno jasni, ne pokušavamo reći da se telefonski pozivi agencijama ne događaju, želimo reći da ti pozivi nisu početak, da su putnici u tom trenutku već donijeli odluku i da od nas (putničke agencije, hotela, ...) sada očekuju da njihovu odluku provedemo u realnost, a i to se vjerojatno događa telefonom jer se nismo učinili dostupnima kroz druge, digitalnije kanale.

Putnik će svoju potragu započeti na internetu, iz udobnosti i privatnosti svojeg doma, sjedeći pred TV-om na kojem se prikazuje putopisna emisija koja ga je zaintrigirala i zainteresirala za neku destinaciju. Uzima u ruke tablet, računalo ili *smartphone* i u nekoliko minuta saznaje više informacija nego što bi mu katalog proizvoda putničke agencije ikada mogao dati.

Digitalne tajnice ili osobni asistenti

Digitalne tajnice ili digitalni osobni asistenti tu preuzimaju sve značajniju ulogu, i to svakodnevno. Siri, Google assistant, Alexa, Cortana i njima slični alati odgovaraju na

desetke tisuće upita vezanih uz putovanja. A mi? Mi – putničke agencije, hotelijeri i pružatelji najraznovrsnijih turističkih usluga, kako da mi pronađemo svoje mjesto u tom, i ne više toliko novom svijetu? I kako da u njemu uhvatimo svoj mali dio tog sve većeg kolača?

Digitalne tajnice ustvari nisu niti promijenile ovaj svijet, on se mijenja već odavna, no možda smo mi to samo kasnije primijetili i prihvatili te promjene.

Investicije u tehnologije i/ili sadržaj

Pa, kako započeti „suradnju“ s tim digitalnim asistentima? Za agencije i hotele tu su GDS sustavi (**G**lobalni **D**istribucijski **S**ustavi) koji djeluju kao specijalizirani pružatelji (turističkih) sadržaja prema našim asistentima. Za sve ostale, „male poduzetnike u turizmu“ tu je internet, dobro napravljene stranice s kvalitetnim sadržajem pozicionirane i prepoznatljive na tražilicama i društvenim mrežama.

Na neki način, svaki od dionika u turizmu treba pronaći svoj put do digitalnih asistenata. To može biti novcem uloženim u integraciju proizvoda u globalne sustave koji će na sebe preuzeti tu ulogu i učiniti naše proizvode i sadržaje vidljivijima. Ili, to može biti ulaganjem u sadržaje, koji će se istaknuti i nametnuti na tražilicama. Već i vrapci znaju da je „sadržaj kralj“ i da dobar sadržaj uvijek pronađe put do svoje publike.

Dakle, sve je jasno, kava danas na naše stolove dolazi iz instant aparata, tajnice su postale digitalne, ne kuhaju čak niti digitalnu kavu, a tehnologija, svaka, pa tako i ova naša u turizmu, svoj put do tajničinog srca traži nekim digitalnim cvijećem i bombonjerama.

O hotelskim sustavima, o digitalnim sadržajima i distribucijskim sustavima, o integracijama i primjeni informacijskih tehnologija u turizmu i drugim važnim informacijskim temama, studenti uče na VERN'ovom [prediplomskom studiju „Turizma“](#). Na predmetu *Informacijske tehnologije u ugostiteljstvu i destinaciji*, studenti imaju priliku raditi u sustavu Opera, najpoznatijoj svjetskoj platformi za hotelski menadžment, kojom se služi i većina najvećih hotelskih lanaca na svijetu.