

GASTRONOMIA 4.0.

GIPUZKOAKO OSTALARITZAREN
HAUSNARKETA TEKNOLOGIA
BERRIEN JARDUERAREN INGURUAN



LAGUNTZAILEA:



**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Diputación Foral
de Gipuzkoa

GIPUZKOAKO OSTALARITZA ETA TEKNOLOGIA BERRIEKIKO IKUSPUNTUA

1_SARRERA

Hurrengo txosten hau Gipuzkoako Foru Aldundiko Ekonomia Sustapena, Landa Ingurunea eta Lurralde Oreak Sailak jarri du abian, Gipuzkoako Ostalaritzako Gastronomia 4.0 programaren bitartez. Honen xedea da Gipuzkoako ostalari-taldeari **Gastronomia 4.0 kontzeptua ezagutaraztea, bai eta digitalizazioak eta teknologia berriek ostalaritzako eta gastronomiako alorrean izango dituzten ondorioak** aditzera ematea ere.

Mercatec eta StratopBost&Growth enpresek bost focus group elkarrizketatu zituzten martxoan. Elkarrizketa haieran jasotako datuak eta iritziak txosten honetan biltzen dira. Bertan, digitalizazioaren eta aplikazio teknologikoen gainean ostalari-talde ezberdinen iritziak jasotzen dira. Zehazki, jatetxe tradizionaletako 9 enpresarik, kontsumo handiko jatetxeetako 10 enpresarik, jangelako eta barrako 9 langilek, sukaldeko 8 langilek eta 9 bezerok hartu zuten parte elkarrizketetan.

Digitalizazioak ostalaritzan dituen -eta izango dituen- ondorioetan sakondu baino lehen, elkarrizketatutako bezeroek lurraldeko eskaintza gastronomikoari buruz duten ikuspuntu orokorra azpimarratzea komenigarria litzateke. Elkarrizketatuen artean, Michelin Izarra duten jatetxeen garrantzia azpimarratzen da, ostalaritzan eginiko berrikuntzen

bultzatzaileak izateagatik eta turismoaren alorrean duten paper nagusiagatik. Garrantzitsua da nabarmentzea eskaintza gastronomikoaren kalitateak eta espazioaren estetikak bezeroen artean duen lehentasunak. Bestalde, janari kateek gastronomiaren kontzeptuari identitatea kentzen diotela aipatzen dute eta gehiegi estandarizatzen dutela eskaintza. Txostenaren azken atalean, Gipuzkoako bezeroentzat jatetxe egokiena nolakoa izan beharko lukeen aipatzen da.

2_TEKNOLOGIAREKIN ZERIKUSIA DUTEN OHITURAK ETA JARRERAK

Teknologien eta horien erabileraren aldeko apustua egiten dute ostalaritza alorreko enpresariak eta langileak. Teknologiarekin erabilerak beharrezkoa eta positiboa ikusten dute enpresariak, baina euren establezimenduen tamainaren arabera, iritzi ezberdinak antzematen dira. Jatetxe handietako jabeek euren mantenturako beharrezkoa ikusten dute teknologia. Bestalde, jatetxe txikien jabe direnek teknologiarekin erabilerak egokia dela pentsatzen dute, baina beren negozioaren arrakasta teknologiarekin hainbeste harreman ez duten beste ezaugarri batzuekin lotzen dute: bezeroenganako harreman estua edota giroan antzematen den gertutasuna, esaterako. Sarritan, honelako enpresariak euren establezimenduetan aplikazio teknologikoak dituzte instalatuta, baina denbora faltagatik ez dituzte errentagarri bihurtzen.

Teknologia berriei dagokienez, kontsumo handiko jatetxeetako enpresariak jatetxe tradizionaletako enpresariak baino jarrera positiboagoa dute. Teknologia berriak ezinbestekoak ikusten dituzte, batez ere, negozioaren kudeaketarako eta prezio lehiakorrek mantentzeko lagungarriak.



rria ikusten dute. Beharrezkoa ikusten dute teknologiararen alorrean eguneratuta egotea, eta langileei, garapen teknologikoari eta kudeaketarako tresnei buruzko formakuntza egokia eskaintzea garrantzitsua iruditzen zaie, ostalaritzari buruzko ezagutzak edukitzea bezain garrantzitsua. Establezimenduen tamainak, beraz, ezarritako teknifikazio gradua zehazten du. Tamaina handiagoko establezimenduetan, handiagoa izango da teknifikazioa, arreta foku nagusi batekin: laginen kontrola.

Orokorrean, elkarrizketatutako bi enpresari motentzat **eu-
ren negozioen ekintza-arloa (kontrol-lanak, erosketen eta inbentarioen digitalizazioa, sukaldeko prozesuen kontrola, ekoizpenaren fitxak, trazabilitatea, etab.) ezezaguna egiten zaie oraindik.**

Bestalde, langileek aurrerapen teknologikoei buruz duten iritzia positiboa da ere, baina jangelako eta barrako langileen, eta sukaldeko langileen artean ezberdintasun txiki batzuk badaude. Lehenengo ostalari-taldeak teknologia



berriak erabiltzeko errezeloak ditu, estres momentuetan suerta daitezkeen hanka-sartzeengatik, batez ere. Jangelako langileek kontrol-sistema, bideozaintza, eskari-zerbitzua edota kobratzeko makinak onartzen dituzte, baina teknologia berrien erabilpenarekin giza faktorea galtzen joaten denaren sentsazioa dute, bai lankideen artean eta bai bezeroarekin duten harremanean. “Teknologiarik ez dagoenean adiskidetasun gehiago dago eta teknologiarekin indibidualismoa areagotzen da”, diote elkarrizketatutako langileek.

Sukaldeko langileei dagokionez, ohikoagoa da teknologiararen ezarpena jangelatan, barran baino. Eskariak sukaldeetako pantailetan agertzea edota PDA bitartez egiten diren eskariak bezalako aurrerakuntzak, esaterako, eskasak dira oraindik ostalaritzan. Teknologia zale bezala definitzen dira eta berrikuntza teknologikoak ezinbestekoak iruditzen zaizkie lana kudeatzeko. Batez ere, denbora eta lermak kon-

trolatzeko, bai eta osasunarekin lotutako aspektuetan eta bizi-kalitatean teknologia berrien erabilpenak dakartzan ondorio positiboengatik. Labe mota berriek plateri azken ukitua modu errazago batean emateko aukera eskaintzen dute (Rational), sukaldeko robot edota gailu mota ezberdinak ezinbestekoak dira honezkero sukalde guztietan eta ostalaritzan sartzen diren profesional berrientzat.

3_GARAPEN TEKLOGIKOARI BURUZKO IKUSPUNTUAK BERRIZTAPENEAN

Enpresariak beren **establezimenduetako kudeaketa-kontrola hobetzeko garapen teknologikoan interesa dute.** Bereziki, urteko aurrekontuak eta langile bakoitzaren produktibitate-ratioak sortzean, eta murrizketen eta laginen kontrola bezalako gaietan. Hala ere, teknologia berriak ezartzeko eta euren negozioak digitalizatzeko erabilitako baliabideak gehiegizkoak direla hautematen dute, enpresiek hauen bitartez jaso ditzaketen irabaziekin alderatuta. Gainera, zaila ikusten dute teknologia berriak euren negozioetako berezitasunetara egokitzeko gai izatea.

Teknologiararen aldeko apustuak erabilgarritasunean eta errentagarritasunean oinarritutako onurak ekarri behar-ko lituzkeela adierazi zuten focus groupean parte hartu zuten enpresariak. Gainera, konfiantza eta segurtasuna sortzea beharrezkoa litzateke, bai eta negozio bakoitzeko berezitasunetara egokitzeko malgutasuna erakustea ere. Bestalde, jatetxe tradizionalaren alorreko enpresariak komunikazio teknologia berriak ezartzeko errezeloa dute eta kontsumitzailearekin duten harremana kaltetuko ote duten zalantza dute. Karta elektronikoa hotzak direla diote eta, ondorioz, sakelako telefonoaren bitartez eginiko eskariak baztertu egin nahi dituzte. Era berean, **kudeaketa alorrean ezarri daitezkeen garapen teknologikoen (salmenta txostenak, stock eta lermen kontrola, eskarien kudeaketa, etab.) garrantzia gehiago dute,** ekoizpen alorrean edota sukaldean ezarri daitezkeenak baino. Berriztapen tradizionalen enpresarien iritzia kontsumo handiko berriztapenaren alorreko enpresarien antzekoak dira, ezberdintasun batekin: azken hauek ez dute kontsideratzen teknologia berriak kontsumitzailearenganako harremana “hotz” bihurtuko dutenik. Horregatik, teknologia berriak erabiltzearen alde agertzen dira.

Jangelako eta barrako langileek maila teknologiko egokia dutela uste dute, eta arintasuna eta fidagarritasuna eskatzen dituzte garapen berriak baino. Gainera, malgutasuna, autokonfiguraketa eta eskuragarritasuna bezalako ezaugarriak dituzten teknologia berriak nahi dituzte, edozein tokitik online sartzeko aukera ematen dutenak eta momentuan erabakiak hartzeko erraztasunak eskaintzen dituztenak. Mahaietako eskarien garapenari dagokionez, ez da hauen

gehiegizko erabilpenik ikusten, salbuespen batekin: **karta teknologikoek kontsumitzaileari janariaren hautaketan lagun diezaioke** eta informazioa helarazi diezaioke (osagaiak, alergenok, plateren eta errazioen tamaina, etab.). Sakelako mugikorraren edota hatz-markaren bitartez funtzionatzen duten ordainketa-sistema berriak gaizki ikusiak daude sarritan, praktikan eskupekoen murrizketa dakarrelako.

Sukaldeko langileek, bestalde, badakite garapen teknologikoa geldiezina dela eta, alor horretan, aurrerapen ugari egin direla. Langileak robotizatutako sukaldeez eta frijigailu inteligenteez mintzo dira: "olio usainik gabe ateratzen zara lanetik". Hala ere, makina horiek, kasu askotan, ez dira oraindik eurek lan egiten duten establezimenduetara iritsi. Horien erabilpena ez da oraindik normalizatu. Inprimatutako ticket eskariak edota pantailan agertzen diren eskarien erregistroa aurrerapen handiak balira bezala baloratzen dira eta "idatzizko ohar ulertezinek" **zerbitzarien eta sukaldarien artean eragiten dituzten gaizki ulertuak saihesten dituzte**. Zerbitzariekin alderatuta, kontsumitzaileek eskaria euren mahaitik zuzenean egiteko eta janariak zerbitzatze-ko erritmoa aukeratzeko erraztasunak eskaintzeak ez du arazorik suposatzen sukaldarientzat.



Langileen bi kolektiboez arrisku bera ikusten dute teknologiararen erabilpeneari: lankideen eta lankideen eta bezeroen arteko harremana kaltetuko ote den beldur dira. Horregatik, teknologia berriak eraginkorrak izan daitezzen, zerbitzarien eta bezeroen arteko harremana aldatuko ez duen modelo baten beharra ikusten dute.

4_FORMAKUNTZA ETA TEKNOLOGIA

Elkarrizketatutako enpresari gehienek denbora gutxi inbertitzen dute euren langileen formakuntzan, teknologia berriekin zerikusia duten gaietan, bi arrazoi nagusirengatik: batetik, prestakuntza ikastaro horiei buruzko informazio gutxi jasotzen dute eta, bestetik, ostalaritzako langileen errotazioa zailtasun bezala ikusten dute horiei formakuntza ikastaroak eskaintzeko orduan.

Horregatik, **teknologia-ekipo berriak establezimenduetan instalatzen dituzten enpresak berak arduratzen dira, momentuan bertan, langileei formakuntza eskaintzeaz**. Orokorrean, hornitzaile teknologikoez ez dute planteatzen euren ekoizpen zentroetako bezeroek birziklapen teknologikorako beharrak dituzten. Bestalde, errotazioaren ondorioz, sektorean lanean hasten diren langile berrien formakuntza teknologikoa eskaintzeaz euren lankideak arduratzen dira, lehendik edukiak behar bezala transmititzeko ezagutza teknologikoen falta sufritzen dutenak. Dinamika honek inguruko ostalaritza establezimenduetan instalatutako teknologia-ekipo berrien erabilera erabat oztopatzen du.

5_TEKNOLOGIA, NEGOZIO EREDUAK ETA PREZIOAK

Teknologiak negozio ereduetan eta prezioetan duen eraginaz mintzatzerakoan, jarrera ezberdinak antzematen dira jatetxe gastronomikoak edo tradizionalak dituzten enpresarien eta kontsumo handiko jatetxeetakoeren artean. Lehenengo kasuan, enpresariak badakite teknologia berriekin lotutako aldaketek eragina izan dezaketela euren negozioen erroetan eta, horregatik, errezeloz begiratzen dituzte aldaketa horiek. Beren negozioak seguru ikusten dituzte aurrerapen teknologikoak ezartzeak ekar ditzakeen prezio, zerbitzu edota kalitate hobekuntzen aurrean. Horrek ekar ditzakeen ondorioak ez dituzte lehiatzeko abantaila bezala ikusten euren negozioetarako.

Kontsumo handiko jatetxeetan kalitatearen eta prezioaren arteko harremana ezinbestekoa da. Horregatik, alor honetako enpresariak teknologia berriek ekar ditzaketen hobekuntzak ezinbestekoak ikusten dituzte eta, ondorioz, **prezioaren eta kalitatearen arteko binomioa** mantentatze-



ko nahian, onartu egiten dituzte teknologiaren aldaketak. Jatetxearen kalitatea “platerean” dauden osagaien kalitatearekin edota kopuruarekin erlazionatzen dute, eta ez hainbeste jatetxearen giroarekin, baxeraren estetikarekin edo zerbitzuarekin, esaterako. Zentzu honetan, **teknologiaren inbertsioaren aldeko apustua eskariaren prezio lehiakorrek mantentzeko** ezinbestekoa da.

6_TEKNOLOGIA ETA INPAKTUA LANAREN KALITATEAN

Teknologiak laneko bizi-kalitatea hobetzeko aukera ematen duela pentsatzen dute langileen artean. Teknologia ez da arazoa, honi ematen zaion erabilera mota baizik. Orokorean, zerbitzariak eta sukaldariak ondo baloratzen dituzte ordutegiak kudeatzeko/sortzeko sistema berriak, betiere kontrol sistema hauen abiaraztea enpresariak kudeaketarekin bat egiten badu. Sukaldarientzat teknologiak **denbora aurrezteko eta lanean estresa murrizteko balio dezake**.

Jangelako eta barrako langileek iritzi bera dute: teknologiak euren lana arriskuan jar dezake eta “gero eta teknologia gehiago erabili, establezimenduetan gero eta lan gutxiago egongo da”, aipatzen dute. Ostalaritzan lan egin ahal izateko ezinbestekoa ikusten dute programen eta teknologia

tresnen ezaguera. Formakuntza mailan, garrantzitsua iruditzen zaie edukien errebasoa egitea. Hala ere, **teknologiak inoiz ez duela pertsonak egiten duten lana ordezkatzuko pentsatzen dute**, eta etorkizunean bi motatako jatetxeak egongo direla aipatzen dute: batetik, aurrerapen teknologikoetan oinarritutako jatetxeak eta, bestetik, zerbitzuaren gertutasunean eta pertsonen arteko harremanetan oinarritutako jatetxeak. Sukaldarientzat teknologia arriskutsua izan daiteke, epe ertainerako eta luzerako, baina ez dute espero, inolaz ere, zerbitzariak espero duten inpaktu bera.

7_BEZEROEK GASTRONOMIAREN ALO- RREAN TEKNOLOGIAK DUEN ERAGINARI BURUZ DUTEN IRITZIA

Honezkero aipatu dugu hiritarrek Gipuzkoako sukaldariak eta jatetxe garrantzitsuei eskaintzen dieten errekonozimendua, ostalaritzan eginiko berrikuntzen eta lurraldeko kalitate gastronomikoaren posizionamenduaren bultzatzaileak izategatik.

Enpresariak **enpresa-taldearen existentzia eta bolumen handiko enpresen sorrera hautematen dute**. Hauetako batzuk familia-enpresak dira eta hainbat establezimenduren kudeaketa eramaten dute. Duela urte dezente hasi ziren honetaz jabetzen ostalaritzako alorrean.

Zerbitzuaren profesionaltasuna asko baloratzen dute bezeroek, eta profesionaltasun hau prozesuen metodizazioarekin eta estandarizazioarekin baino, esperientziarekin lotzen dute: “urte asko ostalaritzan lanean daramaten pertsonen ezaguerarekin lotuta dago”, komentatzen dute. Teknologiaren erabileraren ondorioz, zein barne-prozesuak antolatzeko moduaren eraginez ondo antolatuta dauden establezimenduak asko baloratzen dira. Horiek ondo funtzionatzea da garrantzitsua, eta teknologiak funtzionamendu egokia gauzatzen laguntzen badu, ez dago eragozpenik bezeroek hau erabiltzen hasteko.

Kontsultatutako bezeroek diotenez, **ostalaritzako establezimenduetako marketing, sustapena eta komunikazioa bezalako alorretan ez da teknologiaren eta digitalizazioaren arrastorik ikusten**. “Soilik janari azkarreko kateek eta establezimenduek jorratzen dute sustapena”, aipatzen dute. Elkarrizketatutako bezeroen ustetan, eskaintza gastronomiko tradizionalan “marketinga oso pobrea da, ez da jorratzen”.

Kontsultatutako bezero kolektiboak uste du Gipuzkoako gizarteak ez duela, egun, behar bezalako digitalizazio maila digitalizatutako establezimenduekin elkar eragiteko. **Barne prozesuetan teknologia erabiltzearen alde agertzen**

dira, baina bezeroarenganako harremanetan ez gehiegi. Negozioa digitalizatzearen ideia gustatzen zaie, “zerbitzaria barne”, baina gailuak langileak erabiltzen baditu, soilik. “Zerbitzariarekin hitz egitea gustatzen zaigu eta langileak zer jan dezakegun aholkatzea. Gailuren bat erabili behar bada gero, ez zaigu gehiegi inporta”, diote bezeroek. Hauen ustetan, “pertsonen artean harremanik ez badago, zentzua galtzen du... Horretarako, nahiago dugu janaria eramateko eskatzea eta etxean jatea”.

Karta digitalek osagaiei, pisuei edota neurriei buruz eskaintzen duten informazio gehiagarria egokia da, betiere zerbitzariari galdetzeko aukera kentzen ez bada. Orokorrean, kontsultatutako bezeroek ez dituzte “relax” eta “robotizazio” kontzeptuak testuinguru berean kokatzen. Bestalde, hauen iritziz, teknologiek abantailak ekar diezaiekete turistei, nahiz eta orokorrean, teknologiak jendea ez erakarri: “nire denbora librean ez dut teknologia gailuak nola erabiltzen diren ikasi nahi”.

Bezero tradizionalarentzat teknologia eta digitalizazioa beste aldagaietako bat da, baina ez bakarra, establezimendu bat aukeratzeko orduan. Ez da erabakigarria eta, azken batean, ez da balore esanguratsua ere.



ADITUEN AHOLKUA

José Antonio Pérez, Cover Manager-eko zuzendari exekutiboa

COVER MANAGER: "OSTALARIEI MAHAJETAKO BOTEREA BERRESKURATZEN LAGUNTZEN DIEGU"



Cover Manager erreserben kudeaketa alorreko liderra bihurtu da gaztelania oinarritzko hizkuntzatzat duten jatetxeen artean, eta horiei hainbat zerbitzu eskaintzen dizkie.

Zeintzuk lirateke zuen funtzio nagusiak?

Jatetxeei eskaintzen dizkiegun zerbitzu nagusiak hurrengoak dira: erreserben baieztapen automatikoak egiten ditugu; azken orduko deuseztapenak eta no-shows deiturikoak murrizteko txartelaren bitartez burututako erreserbak egiteaz arduratzen gara; Taldeei zuzendua dagoen CoverPay zerbitzuaren bitartez aurreordainketa bidezko erreserbak eta menuen salmenta gauzatzen dugu; online-ko denda ere badugu automatikoki opari-bonu pertsonalizatuak saltzeko; crossselling deiturikoak bezeroak kudeatzen laguntzen digu, taldean dauden jatetxeen artean.

Jatetxe ospetsuenen artean, 1.500 baino gehiago Cover dira. Gure bezeroen artean, Michelin Izarra duten 90 jatetxe baino gehiago daude eta munduko 50 jatetxe hobereenetatik 7 gure bezeroak dira. Gainera, 150 talde ditugu.

Nola ikusten duzue ostalaritzaren bilakaera teknologikoa?

Jatetxeek bilakaera digitala bete-betean

ari dira bizitzen. Egun, xedea ez da bakarrik bezeroa bertaratzea. Jatetxeek dena jakin nahi dute bezeroez, bisitaren aurreko eta ondorengo informazioa. Horregatik, ostalariei baliagarriak zaizkien zerbitzuak eskaintzen dizkiegu.

Adibide gisa, Revenue Management-ek jatetxeei honako alorretan laguntzen die: etekinak handiagoak dira, salmentak igotzeko bezeroei nola zuzendu behar zaien azaltzen die eta salmentak zer prezio eduki beharko lukeen adierazten die. Hau da, jatetxeetako diru-sarrerak maximizatzen ditu.

No-shows deiturikoei dagokienez, Cover erabiltzen duten jatetxeek %3,3ko portzentajea dute soilik. Eta gero eta jatetxe gehiago animatzen ari dira aurreordainketa bitartez eginiko erreserbak hatzera, egun esanguratsuetan behintzat. Ostalariei mahaietako boterea berreskuratzen laguntzen diegu.

José María Llano, departamentu komertziala

MASTER PROVIDER ICG: INPLEMENTAZIO TEKNOLOGIKOAREN-TZAT AHOLKULARITZA



AsisMan, Master Provider ICG da eta ICG taldearen barnean dago; ostalaritza, hotelak eta retail alorreko enpresei zerbitzu teknologiko globalak eskaintzen dizkie, Software salmenta-puntutik hasita kateen eta frankizien kudeaketa zentralizaturaino.

Nori zuzenduta daude zuen zerbitzuak?

Jatetxeei, tabernei, Fast Food kateei, kafetegiei, diskotekei, pizzeriei, izozki-dendei, hotelei, catering enpresei eta kolektibitatei... Orokorrean, ostalaritzarekin eta hotelekin zerikusia duten edozein establezimenduri zuzentzen dizkiogu gure zerbitzuak.

Nolako zerbitzu motak eskaintzen dituzue?

Ostalaritzako edozein establezimendutan teknologiaren inplementaziorako aholkularitza zerbitzuak eskaintzen ditugu. Establezimenduetan hardwarea eta softwarea kudeatzen ditugu, eta 365 egunetan euskarri teknikoa ematen dugu. CashDro kutxa erregistratzaile inteligentearen bitartez, eskudiriaren kontrol-sistema ere egiten dugu.

Zer onurak ekartzen dizkie bezeroei zuen zerbitzuak?

Salmenten eta erosketen kontrola egi-

ten dute, bai eta negozioko marjinenak ere. Denbora errealean funtzionatzen duten tresna intuitibo berriak eskaintzen ditugu, tiketaren batez besteko prezioa igotzen dutenak eta bezeroari zerbitzu onena ematea ardatz dutenak. Hala, ostalaritzako establezimenduek irudi moderno eta dotorea islatzen dute. Gainera, edozein gailu elektronikotatik –sakelako mugikorretik, tabletetik edo ordenagailutik- produktuak edota zerbitzuak erosteko aukera ematen die bezeroei.

Laburbilduz, gure zerbitzuek hainbat eta hainbat aukera ematen dizkiete establezimenduei: ekoizpenen eta eskarien fitxak egin ahal izateko tresnak, bezeroak fidelizatzeko zerbitzuak, jangela kudeatzeko zerbitzuak, biltegiak eta mahaiak zenbat betetzen diren kontrolatzeko zerbitzuak, online-ko erreserbak eta eskariak egin ahal izateko zerbitzuak, etab.

ADITUEN AHOLKUA

Jose Puy Gallego, Mapal Software enpresako salmenten managerra

MAPAL SOFTWARE: "NEGOZIOAREN INFORMAZIO GUZTIA ESKU ARTEAN"



Mapal Software enpresak negozioaren errentagarritasuna eta ostalaritzako eta retail alorreko profesionalen zerbitzuen kalitatea hobetzen laguntzen du, adituek garatzen dituzten kudeaketa soluzio espezializatuen bitartez.

Nola hobetu dezakezue produktibitatea zuen bezeroen artean?

Mapal-ek kudeaketarako softwarea garatu du eta ostalaritzan espezializatuta dago. Hainbat modulu ditu (pertsonala, kontu-ikuskaritzak, lan-taldeen kudeaketa eta finantza-jarduerak) eta hauen bitartez, jabetxearen gai garrantzitsuenak kudeatu eta optimizatu daitezke. "Pertsonala" moduluak, adibidez, aste guztirako txandak sortzen ditu, adimen artifizialeko algoritmoen bidez. Eta gure bezeroen produktibitatea hobetzen laguntzen du %13-14 artean. Gainera, jarduerak egiteko denbora %95 murrizten da, eta aldi berean, salmentak %4 igotzea lortzen du.

Zer onura ekartzen dizkie bezeroei GIRnet zerbitzuak?

GIRnet soluzio teknologikoaren bitartez bezeroek euren negozioaren informazioa eduki dezakete tabletean edota sakelako mugikorrean, eta denbora

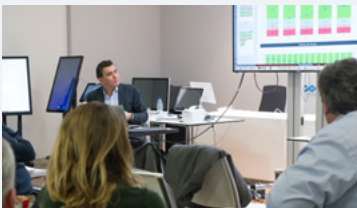
errealean. GIRnet-ek abantailak eskaintzen dizkie ostalaritzako establezimenduei, negozioaren informazio guztia, literalki, eskuan edukitzeko aukera ematen dielako.

KOMO-KOMO eskaintzen duzuen beste zerbitzuetako bat da; zertan datza?

Ostalaritzako establezimenduek bezeroen gogobetetzea ezagutzeko eta aztertzeo diseinatutako moduluak da. Bezeroen sakelako mugikorren bitartez funtzionatzen du QR-arekin, eta horiekin harreman zuzena gauzatzeko eta edozein gertakari detektatzeko aukera ematen du. Gainera, tresna honen establezimenduek euren inkestak definitzeko, datu-baseak elikatzeo eta GIRnet-eko datuak CRM sistemetara esportatzeko aukera ematen du.

César Fernández, zuzendari exekutiboa

TOUCH IBÉRICA: "IRRATI-FREKUENTZIA BITARTEZ EGITEN DEN KOMUNIKAZIOAK OSTALARITZAN DITUEN ABANTAILAK"



Touch Ibérica aitzindaria da irrati-frekuentzia bitartez egiten den zuzeneko komunikazioaren teknologian. Honen produktuak hainbat sektoreetara egokitu daitezke: jabetxeen, hotelen, osasunaren edota edertasun industrialaren alorretara, esaterako.

Zein funtzio betetzen ditu TouchIT Global zerbitzuak?

TouchIT Global Espainian sortu zen 1998an. Bilaketak egiten ditu eta ostalaritzarako balio dezaketen berrikuntza teknologikoak jasotzen ditu, munduko edozein tokitatik. Ondoren, berrikuntza teknologiko horiek merkaturatzen ditu.

Zeintzuk dira enpresak eskaintzen dituen berrikuntza teknologikoak?

Haririk gabeko komunikazio sistema berriak gehienbat, jabetxearen barruan deiak egitea ahalbidetuz. Hala, sukaldearen eta zerbitzarien artean, mahai-kideen eta zerbitzarien artean, edota ilararen kudeaketaren eta bezeroaren artean komunikazioa gauzatzeko lortzen da. Eskaintzen ditugun produktuen artean, inkesta elektronikoaren sistemak ere komertzializatzen ditugu.

Zertan datza ilararen kudeaketa sistemak?

Hainbat ohartarazleaz eraturako gailua

da, zerbitzaria bezeroarekin harremanetan egon ahal izateko erabiltzen duena. Hala, eskaria jasotzeko txanda iristean edota mahairen bat libre gelditzen denean, bezeroari ohartarazlearekin abisatzen zaio, horrek eragindako bibrazio, argi edota soinuaren bitartez.

Nola laguntzen du teknologiak bezeroaren gogobetetzea hobetzen?

Bezeroari askatasuna ematen dio eta itxaronaldia eramangarria bihurtzen du. Bestalde, establezimenduaren sarreran eta jangelan ez da hainbeste jende pilatzen eta lana arintzen du.

Zer dira HappyOrNot gailuak?

HappyOrNot gailuek hainbat zerbitzu eskaintzen dituzte: inkesta elektronikoak gauzatzen dituzte eta automatikoki datuak hodeira bidali, bertan pilatutako datuak web plataformaren bitartez, ordu batzuetako, eguneko, hilabeteetako edota urteetako emaitzak ikusi daitezkeelarik.