



Turizm sektörü için yapay zekanın kullanımı olmazsa olmazlarımız arasında girdi bile. Bu konuda uzmanlar ve turizm profesyonelleri büyük ölçüde aynı görüşte: "Bu tren kaçmadı, kaçmayacak."

Akıllı filtrelemeler, işletme içi senkronizasyon, şehirlerde akıllı uygulamalar, robotlar, sanal gerçeklik... Hepsini bir bilene sorduk.

Yapay zekanın sektörde en çok kullanıldığı alanlardan biri arama ve filtreleme aşaması... Bu aşamada yapay zeka sayesinde hem tüketici hem de işletme hedefine çok daha kolay ulaşıyor. Dünyanın herhangi bir yerinde istenen tatile ulaşmak da hedef kitleye ulaşmak da neredeyse çocuk oyuncağı oluyor. Fakat yapay zeka ve akıllı turizm teknolojileri bununla sınırlı kalmıyor. Depolama ve stok sistemlerinden servis araçlarına, rezervasyon



sistemlerinden temizlik kontrolüne kadar her aşama yapay zekaya entegre edilebiliyor.

Online satışların sektöre girişi bir çığır açmıştı. Bu teknolojik gelişmeyi Türkiye de ıskalamadı. Türkiye otellerinin dijital dünya açısından birçok eksikliği olsa da kuvvetli bir bilinci var. Şebnem İmece, Digital Exchange CEO'su ve Kurucu Ortağı Emrah Pamuk'a sordu. Pamuk, Türkiye'de 3-4 yıldır

otellerin online rezervasyon ve online seyahat acentesi kanallarındaki satışlarının ciddi oranda arttığını belirtti. Bunun sebebini ise, ilgili pazarlama yöneticilerinin dijital pazarlama yaklaşımı olarak açıkladı. Pamuk, artık otellerin taleplerinin misafiri tek bir kartta görüntülemek olduğunu dile getirdi.

İLK ANDAN SON ANA KADAR...

Emrah Pamuk, "Son 2 yıldır özellikle Akdeniz bölgesindeki otellerde, 'Gelen misafirin tüm süreçlerini tek bir kartta görüntüleme' sistemini konuşuyoruz. Oteller bize şunu soruyor: 'Misafirin evde otururken benim reklamımı gördüğü andan, check-out yaptığı ana kadar yaşanan kısmı bir kalemde görebilir miyim?' Bu mümkün ama birazcık zaman alıyor ve meşakkatli olabiliyor" diyerek otellerin talebini açıklıyor. Bu talebin karşılanmasının mümkün olduğunun altını çizerek ekliyor, "Benim tavsiyem misafire ilk dokunulan tarafta, satış sürecinde tüm verileri elde edebilirler, akabinde müşteri kartına bağlamak da konuşulabilir."

Emrah Pamuk, Türkiye'de turizm profesyonellerinin bu konudaki farkındalığının oldukça yüksek olduğunu belirtiyor. Tüm otellerin misafire ulaşmak için farklı kanallar ve yöntemler denediğini belirten Pamuk, "Özellikle online rezervasyonun önü çok açık" dedi.

Konuyla ilgili başarılı çalışmalar yapan Doç. Dr. Mehmet Bahar ise Türkiye'de teknoloji ve turizmin entegrasyonu konusunda önemli ilerlemeler kaydedildiğini vurguluyor ve ekliyor; "Türkiye'nin turizm potansiyelini en iyi şekilde değerlendirebilmesi için teknoloji ve dijitalleşmenin etkin bir şekilde kullanılması büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de teknoloji ve turizmin entegrasyonu konusunda önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Ancak bu alanda daha fazla çalışma ve yatırım yapılması gerekmektedir."

Turizmde dijitalleşme, akıllı turizm uygulamaları, dijital turizm ve Turizm 4.0... Hepsinin turizmde dijitalleşmeyi temsil eden kavramlar olduğunu hatırlatan Bahar, akıllı turizmin turizm sektörünün geleceğini belirleyen kritik bir unsur olduğunun altını çiziyor. "Yakın gelecekte, akıllı turizm uygulamaları, yapay zeka ve büyük veri analizi sayesinde, turistlere kişiye özel deneyimler sunabilecektir. Bu, turistlerin ilgi alanlarına, tercihlerine ve davranışlarına dayalı olarak özelleştirilmiş bir tatil deneyimi sağlayacaktır. Bu, bireysel veya kitle turizmi olsun, turistlere özel "tailor made" bir tatil deneyimi sunmanın mümkün olacağı anlamına gelir. Akıllı turizmin uygulanması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının etkin bir şekilde hayata geçirilmesine olanak sağlar. Akıllı turizm uygulamaları, teknoloji, enerji verimliliği, atık yönetimi ve doğal kaynakların korunması gibi alanlarda daha etkin ve çevre dostu çözümler sunar. Dijitalleşme ve otomasyon,

rezervasyonlardan check-in/check-out işlemlerine, gezilecek yerlerin planlanmasından geri bildirimlerin toplanmasına kadar turizm deneyiminin her yönünde büyük dönüşümler getirecektir. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, turistlere yeni ve heyecan verici deneyimler sunma potansiyeline sahiptir" diyen Doç. Dr. Mehmet Bahar, akıllı turizm ve yapay zeka teknolojilerinin hemen her alanda turizm sektörüne yardımcı olacağını belirtiyor.

ANALİZ, MEMNUNİYET, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, TASARRUF..

Yapay zeka ve turizm entegrasyonu konusunda hayal gücümüzü zorlayacak, sonsuz cevaba sahip bir soru; "Neler yapılabilir?"

Doç. Dr. Mehmet Bahar akıllı turizm uygulamaları ve yapay zekanın turizm işletmelerine sağlayacağı avantajları sıraladı ve ekledi: "Sonuç itibarıyla, yapay zeka teknolojileri ve akıllı turizm uygulamalarına yönelmek, turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü elde etmesine, müşteri memnuniyetini yükseltmesine ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamasına yardımcı olacaktır. Bu sebeple, bu teknolojilere yapılan yatırımlar, işletmelerin yakın gelecekte büyük kazanımlar elde etmesi için etkili bir strateji olacaktır."

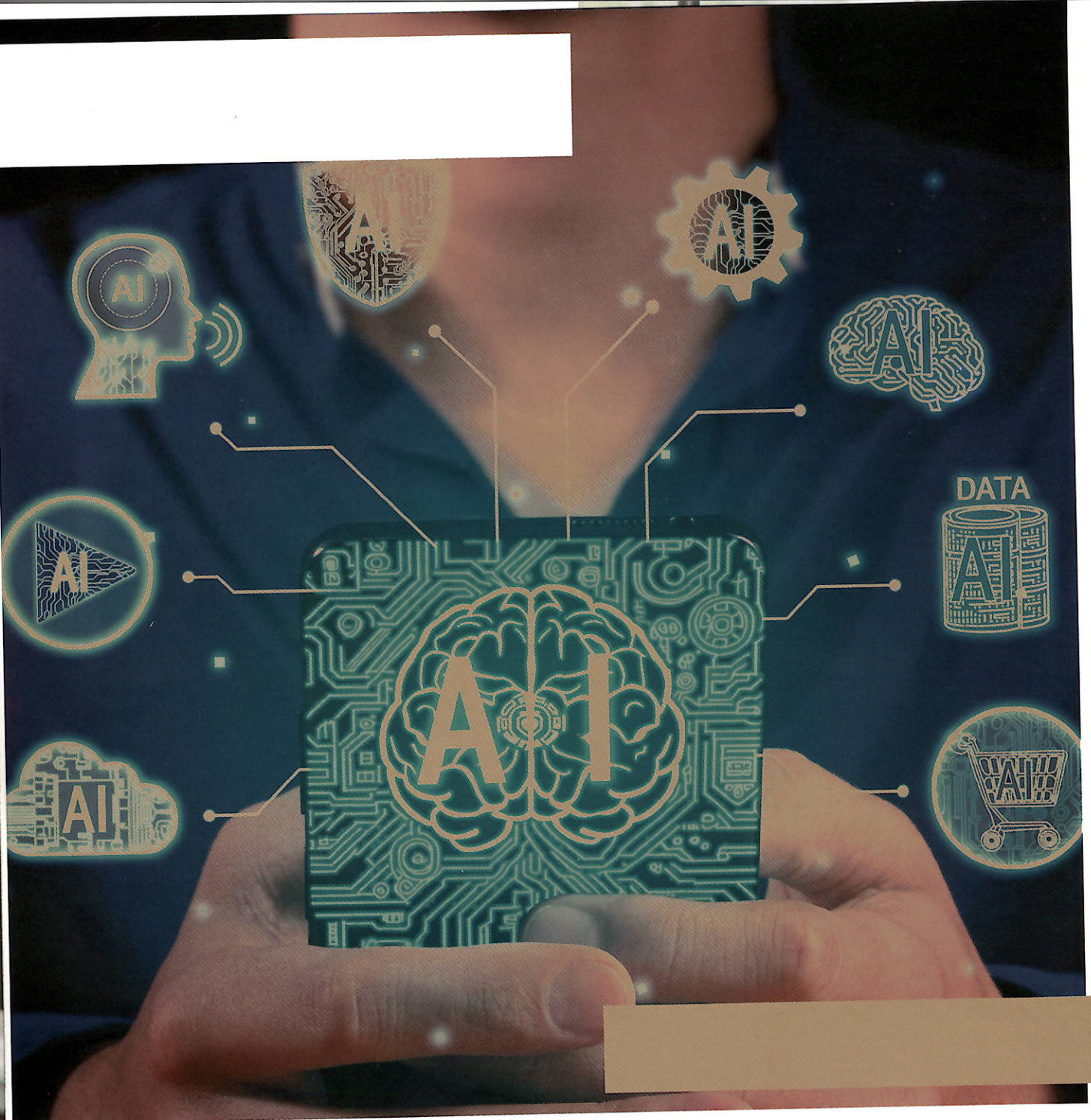
• **Yapay zeka, müşteri verilerini analiz ederek bireye özel hizmetler sunabilir. Bu, müşteri memnuniyetini yükseltir ve müşteri bağlılığını güçlendirir.**

• **Yapay zeka uygulamaları, iş süreçlerini otomatikleştirerek daha verimli hale getirir. Bu, işletmelerin maliyetlerini azaltmasına ve operasyonel verimliliği artırmasına yardımcı olur.**

• **Büyük veri setleri, yapay zeka ile analiz edilerek gelecekteki trendlerin tahmin edilmesinde kullanılabilir. Bu, işletmelerin daha bilinçli ve doğru kararlar almasını sağlar.**

• **Yapay zeka ile, müşteri hizmetleri iyileştirilebilir. Örneğin, chatbotlar, misafirlerin her türlü sorularını yanıtlayabilir ve 7/24 destek hizmeti sunabilir.**

• **Yapay zeka, hedefleme ve segmentasyonu**



geliştirerek pazarlama ve satış stratejilerinin optimize edilmesine yardımcı olur.

• Akıllı turizm, teknolojiyi kullanarak turizm deneyimini iyileştiren bir yaklaşıma sahiptir. Bu, daha iyi müşteri hizmetleri, daha kişiselleştirilmiş deneyimler ve daha verimli operasyonlar anlamına gelir.

• Akıllı turizm, sürdürülebilir turizm uygulamalarını destekleyerek kıt kaynakların verimli kullanılmasını ve atık oluşumunun minimize edilmesini sağlar, bu da çevresel etkileri azaltır.

AKILLI DESTİNASYONLARA HAZIR OLUN

Teknolojik gelişmeler turizm sektöründe bazı karamsarlıklara da yol açmıştı. Turistlerin, gezme-görme ihtiyacını sanal olarak karşılayacağı düşünülmüştü. Doç. Dr. Mehmet Bahar, tahminlerin aksine turistlerin sanal turda gördüğü güzelliklerin peşinden gideceğini belirtiyor. Bahar, "Turistler, bir yere gitmeden önce oranın tarihini ve kültürünü sanal bir tur aracılığıyla keşfedebilirler. Bu keşif, tahminlerin aksine, orada gördükleri çekicilik ve güzellikleri bizzat yerinde görmek için bir arzu oluşturacak ve o bölgeye seyahat etmelerini sağlayacaktır. Yakın bir

gelecekte, akıllı şehirler ve akıllı destinasyonlar kavramı, daha fazla duyulacak ve turizmde daha yaygın hale gelecektir. Bu, IoT (Internet of Things) cihazları, akıllı ulaşım sistemleri ve akıllı enerji çözümleri gibi teknolojilerin kullanılmasını mümkün kılacaktır. Bu tahminler, turizmin geleceğinin teknolojik değişimlere uyum sağlama ile doğru orantılı olduğunu göstermektedir. Ancak, bu teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için gerekli altyapının oluşturulması ve bu teknolojilere yatırım yapılması gerekmektedir. Ayrıca, bu teknolojilerin etik ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması da başka bir önemli konudur. Bu nedenle, turizm sektörünün bu teknolojilere uyum sağlaması, sektörün gelecekteki başarısında kritik bir rol oynayacaktır" diyor.

YAPAY ZEKA TURİZM PERSONELİNİN İŞİNİ ELİNDEN ALACAK MI?

Turizm ve Otelcilik Danışmanı Mehmet Ferman Doğan'da, "Turizm sektöründe yapay zeka, düşman değil dosttur" diyor. İşletmelerin rekabet ortamında geri kalmamak için mutlaka teknolojinin gücünden faydalanması gerektiğini vurgulayarak "Yapay zeka uygulamalarının ortaya çıktığı ilk günden bu yana en büyük tartışma konusu, yapay zekanın işlerimizi elimizden alıp almayacağı endişesi oldu. Turizm sektörü özelinde şunu özellikle söylemek isterim ki yapay zeka, bu sektördeki için bir düşman değil dosttur. Sohbet robotları, öneri asistanı, akıllı arama motorları gibi uygulamalar müşteri memnuniyetini artırarak ticari fayda sağlıyor. Otomatik ödeme, rezervasyon yardımları, hızlı müşteri hizmetleri, gerçek zamanlı izleme, denetim mekanizmaları da otellerin iş süreçlerinde verimliliği yükseltiyor" dedi.

Yapay zeka harcamaları masraf değil, yatırım

İşletmelerin yapay zeka harcamalarını masraf değil yatırım olarak görmeleri gerektiğini belirten Doğan, "Şirketler bazı giderleri yatırım olarak değil masraf olarak görebilirler. Fakat yapay zekaya yapılan yatırım kesinlikle bunun dışında olmalı. İş süreçlerinde, misafir beklentilerini anlama gibi hususlarda yapay zekaya yatırım yapılmasının ardından, kendisini çok kısa sürede amorti ediyor. Bu noktada turizm sektöründe yönetici konumunda bulunan herkese de büyük sorumluluk düşüyor. Yaşanan dönüşümü göremeyen ve bu alana yatırım yapmayanlar uzun vadede yaya kalacaktır diye konuştu.

Tur Operatörlerine, B2B çevrimdışı ve çevrimiçi Toptancılara ve Perakende Acentelere, DMC'lerden ve yatak bankalarından farklı platform ve yöntemlerle konaklama ve çeşitli seyahat ürünleri tedarik eden Bedbankglobal'in CEO'su Mustafa Cura da, kısa sürede yakaladıkları başarıda, altyapının rolünü vurguluyor. Cura, "Uzun bir otelcilik serüveninden gelen deneyimlerimizle şimdi yolculuk planlama dünyasına adım atmış bulunuyoruz. Bu kararı almak kolay olmadı. 4 yıllık bir ön hazırlık ve altyapı çalışması sonucunda 2023 yılında projemizi aktif hale





getirdik. İlk yılımıza rağmen 50 bin kişi geceleme rakamını aşmayı başardık. Bu başarıda, teknoloji altyapımızın yapay zeka ile uyumlu çalışmasının büyük rolü oldu" dedi. "Herhangi bir oteli tek bir tıklama ile dünya genelindeki tatilcilerle buluşturabiliyoruz. Mevcut altyapımız aynı zamanda otel sahiplerine de büyük bir iş yükünden kurtarma imkanı sunuyor; tek bir ekrandan DMC'lere, Tur Operatörlerine B2C ve B2B kanallarına otellerini satışa

açabiliyorlar" diyerek teknolojinin işletmeler kanadında yarattığı kolaylaştırıcı etkiyi anlattı.

İŞTE O MEŞHUR ROBOTLAR

Hizmet sektöründe robotlarla ilk uygulamalar hepimizde soru işaretleri yaratmıştı. Tecpro Bilgi Teknolojileri Proje Grubu Ürün Yönetmeni Burak Karabulut otonom servis



robotlarının, rekabet avantajı sağladığını, kolay ulaşılabilir olduğunu ve maliyetinin sağladığı katma değere oranla oldukça düşük olduğunu dile getiriyor.

Belirli düz zeminlerde bir noktadan bir noktaya teslimat sağlayan otonom servis robotları, çeşitli hizmet özellikleri ile merakımızı cezbediyor. Karabulut, robotların HORECA sektöründeki unsurların ekseriyeti için inovatif bir çözüm olarak kendini göstermeye başladığını belirtiyor. Karabulut, "Yüksek taşıma kapasitesi, stabil çalışma ve ilgi çekiciliği sayesinde restoranlarda günümüzde işverenlerin oldukça problem yaşadığı komi-garson ihtiyacına oldukça efektif bir çözüm haline geldi. Otellerde ise asansör entegrasyonu

mümkün olan Otel Robotları, günün herhangi saatinde katlardaki misafirlere kişiye özel, güvenli teslimat imkanı sağlıyor. Bunun dışında kurumsal alanda, fuarlarda ve endüstriyel üretim hatlarında oldukça efektif bir çözüm haline geldi" diyerek detayları anlattı.

Birçok işletmenin kafasındaki soru işaretlerinden biri de bu robotların maliyetiydi. Karabulut, "Otellerin bu hizmete ulaşması oldukça kolay. Firmamız gibi bilişim sektöründe yıllardır faaliyet gösteren bir kuruluş olarak Tecpro Bilgi Teknolojileri, Keenon markasıyla ürün bilinirliğini arttırmak adına pazarlama enstrümanlarını faal bir şekilde kullanmaktadır. Otonom Servis Robotları oldukça yeni bir pazar olduğundan basit bir internet aramasıyla doğru kaynağı bulmak oldukça kolay. İş gücünden ve zamandan tasarruf, müşteri ilgisi ve memnuniyeti çerçevesinde değerlendirildiğinde bu robotların maliyeti elde edilen katma değere oranla oldukça uygun" dedi.

Otonom servis robotlarının hizmet sektöründe sağladığı avantajlardan bahseden Karabulut, "En önemli avantaj, rekabet avantajıdır. İşgücüne sağladığı katkı ve müşteri tecrübesinde gözlemlenen olumlu geri dönüşler hem finansal hem de prestij açısından önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Servis robotlarını kullanarak orta vadede kar elde etmek ve bu karı elde ederken kurumunuzun prestijini, bilinirliğini arttırmak mümkün. Bu süreçte çalışanların bu inovasyona adaptasyonunu en kısa sürede sağlayabilmek olası dezavantajlardan kaçınmak için oldukça önemli" diye konuştu.