



Como un hotel independiente puede competir con las grandes marcas



Mantenerse competitivo es clave para el éxito. En la industria hotelera, los hoteles independientes siempre tienen que competir con marcas más grandes u hoteles de cadenas reconocidas para atraer huéspedes, vender más habitaciones y obtener más ingresos. La pregunta aquí es que con su presupuesto y medios limitados, ¿cómo pueden los hoteles independientes vencer a sus rivales más grandes?

¿Qué tiene a su favor?

Dado su número limitado de habitaciones y ofertas y no está sujeto a ningún legado o pautas de marca, los hoteles independientes tienen la libertad de ser creativos cuando se trata de atraer y atender a más huéspedes. Tienen la libertad de su propia flexibilidad para hacer cambios en sus políticas para ofrecer servicios personalizados a sus huéspedes. Considerando que, dadas sus regulaciones restrictivas, los hoteles de marca a menudo tienen dificultades para atender solicitudes de huéspedes especiales o inusuales.



Los hoteles de marca o de cadena a menudo descuidan la “personalización” pero se centran en la “uniformidad” en su estrategia de gestión en todos los hoteles, ubicados en múltiples ubicaciones. Sin embargo, una propiedad independiente puede implementar fácilmente estrategias personalizadas específicas para la ubicación y especialmente diseñadas para su público objetivo. Esa es la razón por la que muchos huéspedes hoy en día prefieren los hoteles independientes en lugar de los hoteles afiliados o pertenecientes a marcas. En otras palabras, la “originalidad” tiene sentido para los viajeros sobre la “uniformidad”.

Echemos un vistazo a otras formas en que los hoteles independientes pueden mantenerse competitivos frente a los hoteles de grupo o cadena:



1. No ignore las OTA

Como propietario de un hotel independiente, usted sabe que su marca no es tan buscada. Y en el mundo actual de reservas de hoteles en línea, necesita fortalecer el posicionamiento de su marca en los portales en línea, principalmente en OTA . Porque las OTA ayudan a los hoteles independientes de todo el mundo con alrededor de 2/3 de todas sus reservas en línea. Dado que la simple inclusión en una OTA no implica ningún costo, averigüe cuál es su público objetivo, sus regiones y continúe listando su hotel en las OTA populares.

Sin embargo, para asegurarse de aprovechar al máximo su oferta de OTA, no se olvide de tener la combinación correcta de soluciones de tecnología hotelera: un PMS integrado con un Channel Manager. Esto le permitiría distribuir tarifas e inventarios de todas las OTA en tiempo real, vender más habitaciones y evitar las reservas dobles y los overbooking.

2. Aproveche el poder de los metabuscadores

Los metabuscadores le ayudan a generar más reservas directas a un menor costo de adquisición. En el segmento de hoteles independientes, alrededor del 58% de los hoteles de Europa han recibido reservas directas a través de uno o más de los sistemas de metabúsqueda.

Si bien los hoteles de marca tienen una ventaja en la metabúsqueda con más poder de puja, puede jugar de forma inteligente en sus estrategias de puja.



Como un hotel independiente puede competir con las grandes marcas

Para ver más resultados de su inversión en metabúsqueda, asegúrese de contar con una herramienta de ofertas automáticas que pueda ayudarlo con la campaña de CPC. Inicialmente, tenga mucho cuidado al ofertar por un puesto en sitios de metabúsqueda. Después de la primera ronda de una campaña, espere tres meses para obtener suficientes datos para que pueda cambiar su estrategia en consecuencia.

3. Tome el control de sus canales

Busque una tecnología de motor de reservas, para su sitio web y para su página de Facebook. Esto le ayudará a realizar más reservas directas sin comisiones tanto desde su sitio web como desde su página de Facebook.

4. Automatice operaciones, reduzca costos.

Para mantenerse competitivo, necesita optimizar sus recursos y eso es posible cuando se cuidan sus operaciones diarias.

Manejado manualmente, el proceso puede generar errores. Adopte un PMS que le permita automatizar y optimizar las operaciones diarias con facilidad. Le ayudaría a administrar reservas, check-in, checkout, múltiples puntos de venta, facturación y muchos más con precisión. No solo reduce los errores operativos, sino que también ahorra suficientes horas de trabajo y le permite atender mejor a los huéspedes.



Como un hotel independiente puede competir con las grandes marcas

5. Fortalecer su reputación y valoraciones online

Esta es otra área que le ayuda a atraer más huéspedes a su propiedad. Casi el 95% de los viajeros miran los comentarios de los huéspedes mientras investigan hoteles. Si bien las buenas críticas pueden influir en la decisión de reserva de un comprador potencial a su favor, las malas críticas hacen lo contrario. Aquí también puede trabajar con Review Express de TripAdvisor o un software como ReviewPro que puede ayudarlo a automatizar el proceso de recopilación de opiniones y extraer valiosas conclusiones para mejorar el servicio.

6. Servir a los huéspedes eficientemente, ganar su lealtad

Esto le ayudaría a traerlos de vuelta a su propiedad. Ofrezcales servicios personalizados, como si los obtuvieran en un hotel de 5 o 7 estrellas, atienda sus necesidades y sea proactivo para responder sus consultas a tiempo.

También en este caso, la tecnología puede ayudar enormemente, con la recopilación de datos de referencias de los huéspedes: tipo, género, nacionalidad, datos de contacto, preferencias especiales y patrón de gasto durante su última estancia. Cuanto más entienda a sus clientes, más estará capacitado para servirles de manera eficiente.

La tecnología sin duda permite igualar las condiciones al otorgar a los hoteles



Como un hotel independiente puede competir con las grandes
marcas

independientes con las herramientas para competir con propiedades más
poderosas. Clic para tuitear

[themoneytizer id="23640-28"]

suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

Los costos ocultos de pertenecer a una marca
hotelera

Agregar Valor a un hotel enfocándose en el Flujo de
Caja

Hoteles en beta permanente como forma de gestión



Como un hotel independiente puede competir con las grandes
marcas

Los cinco sentidos de la Gestión y la Estrategia en los Hoteles

Cargar más

