

# Comunidades de Clientes en Cadenas Hoteleras

Creo que el secreto de muchas cosas reside en seguir una metodología. No quiero decir que todo consista en el seguimiento de unos pasos pero una planificación estructurada y el hecho de saber que cada cosa tiene su momento adecuado ayuda a no precipitarse y tal vez, no empezar la casa por el tejado.

Hay un buen número de cadenas hoteleras planificando sus Comunidades de Clientes. Por ello, mi mayor consejo ha sido el de la planificación y el seguimiento de una metodología.

La puesta en marcha de una Comunidad no puede compararse con el hecho de poner en marcha un sitio Web. Una Comunidad parte de sus miembros, y su éxito depende del grado de participación de sus miembros. El paso previo a la construcción de una Comunidad no puede de ninguna manera ser el desarrollo tecnológico de la plataforma que la alojará. De hacerlo de esta forma, es muy improbable el éxito de dicha Red Social en cuanto a que, al momento de su puesta en marcha la comunidad carecerá de inercia y contenidos, en definitiva, estará carente de atractivos y valores emocionales que inciten a la incorporación de nuevos miembros.

Dicha metodología parte de los activos de la marca, y como tal la estrategia tiene como punto fundamental la creación de afinidad emocional en un determinado colectivo, y como objetivo la generación de reservas y capacidad de prescripción por



parte de los miembros de la Red Social.

Existe un vínculo muy estrecho entre una Comunidad de Clientes y un Programa de Fidelización, este enfoque es fundamental para mantener el éxito de la misma.

No podemos esperar que sean los usuarios quienes tiren de la comunidad, sino que debe ser la propia cadena hotelera quien lo haga, de la misma forma que lo haría con su programa de fidelización, o lo haría con sus mejores clientes

suscripción rápida

con un 'click'

## Otros artículos que le pueden interesar:

### Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)

### Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)



## Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)

## El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

[Read More](#)