



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles,
como herramienta para conectar con Clientes

El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles, como herramienta para conectar con Clientes

Parece que la última moda para conectar marcas y clientes es usar Facebook Messenger, como si ello fuera el gran paradigma de la atención al cliente.

Hay muchas buenas razones para que los hoteles agreguen Facebook Messenger a su arsenal de experiencias multicanal y en especial para demostrar cierto grado de proximidad con los clientes. Sobretudo, por que dicen eso de que “los clientes ya están allí”. ¿Seguro?

Es cierto que el crecimiento de esta herramienta es exponencial, con más de 900 millones de usuarios mensuales. Lo que no estoy tan seguro es si los clientes desean comunicarse con los hoteles por este medio.

¿A quién beneficia esto más? Sin duda a los propios hoteles, que ven como en un entorno íntimo un cliente puede expresar sus quejas o sus inquietudes sin necesidad de quedar expuesto a miles de usuarios. Pero la verdad es que siempre ha habido una manera para que los clientes utilicen el canal en el que ya están constantemente para llegar rápidamente a su marca para obtener atención personalizada. Se llama email.



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles, como herramienta para conectar con Clientes



En mi humilde opinión no tiene sentido que los hoteles dirijan a sus clientes a usar Facebook Messenger en lugar del correo electrónico por una gran razón. Cuando alguien envía un correo electrónico, disponemos de esa dirección de correo electrónico. Cuando alguien se comunica con usted en Facebook, Facebook posee la única forma de ponerse en contacto con ellos. Por lo tanto, es solo una cuestión de tiempo hasta que Facebook comience a cobrarle por hablar con los clientes que ya optaron por comunicarse con su hotel.

Tal vez sería conveniente ver las ventajas y desventajas de usar este servicio por separado.

Ventajas de utilizar Facebook Messenger

Es lo suficientemente bueno para algunas grandes marcas. Hyatt



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles, como herramienta para conectar con Clientes

Hotels está utilizando Facebook Messenger para escuchar a sus clientes. “Cualquiera puede enviar un mensaje a Hyatt”, dicen ellos. “Un punto azul indica que Hyatt está en línea y disponible (el mismo punto azul que indica que un amigo está disponible para chatear). Aparecen tres puntos grises que indican que alguien está leyendo el mensaje. En cuestión de minutos, un representante de servicio al cliente responde a su pregunta, inicializa para que sepa que respondió una persona real “.

Hasta aqui todo bien.

Incluso se puede utilizar Messenger para enviar Newsletters y Promociones de forma individual.

Facebook en este sentido es similar al software de chat online y el correo electrónico. Una dirección de correo electrónico no le dice mucho sobre un cliente, especialmente en comparación con la gran cantidad de datos demográficos y de comportamiento que contiene Facebook. Con el complemento de chat de Facebook en el sitio Web de un hotel, puede obtener datos más precisos sobre con quién está hablando, mientras que el software de chat en vivo solo obtiene algunos detalles.

Desventajas de utilizar Facebook Messenger

En mi opinión hay más desventajas que ventajas. Concretamente tres razones principales por las que no debería usarse en el sitio web de su compañía.



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles, como herramienta para conectar con Clientes

En primer lugar, si se trata de utilizarlo como herramienta de chat y/o soporte online, ya hay herramientas muy buenas en el mercado destinadas a este fin. Incluso, algunas también gratuitas.

En segundo lugar, está por ver el nivel de soporte que Facebook ofrecerá a las marcas que utilicen este servicio. Creo que este es un punto realmente importante. Especialmente para el servicio al cliente, una falla de software sin solución inmediata puede llevar a grandes problemas.

Lo que las marcas no quieren es prometer a los clientes un soporte inmediato y no ser capaces de cumplir debido a una falla del software.

En tercer lugar, el riesgo que las empresas inviertan muchos recursos para desarrollar o utilizar Messenger, solo para que Facebook algún día si le apetece, elimine el servicio si así le conviene. Creo que eso es ciertamente posible, pero también es la menos problemática de las preocupaciones.

El mayor problema con Facebook Messenger es que Facebook es dueño de los clientes y su información.

Conclusión

El experto en experiencia del cliente y escritor de Forbes Blake Morgan escribió: "Sus clientes están en Facebook durante todo el día, especialmente aquellos que trabajan con Internet, por lo que es natural que prefieran permanecer en el mismo sitio web en lugar de cambiar o descolgar el teléfono para llamar."



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles, como herramienta para conectar con Clientes

Muchos de nuestros clientes están en Facebook a lo largo del día. Sin embargo, todos utilizan el Email a diario. Click To Tweet

Imaginemos lo que seríamos capaces de conseguir si los mismos esfuerzos que realizamos para llevar a nuestros clientes a contactarnos via Facebook, lo hicieramos para que lo hagan por Email.

Estoy convencido de que un dia Facebook intentará vendernos a nuestros propios clientes asi como los clientes potenciales con los que nos relacionamos. Click To Tweet

Los hoteles NO deben adiestrar a sus clientes a usar Facebook para ponerse en contacto con ellos. En su lugar, deben enseñar a sus clientes a contactar por correo electrónico. Eso si, todos los hoteles debemos aprender de Facebook cómo responder a los clientes: de inmediato, personalmente y en sus propios términos.

contacte conmigo

y nos ponemos en marcha

o Suscribase para recibir estos Articulos en su Email



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles,
como herramienta para conectar con Clientes

Otros artículos que le pueden interesar:

El Camino hacia la Recuperación:
Consideraciones a tener en Cuenta

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

Los errores mas comunes del Liderazgo

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

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



El uso de Facebook Messenger por parte de los Hoteles,
como herramienta para conectar con Clientes

El fin de la Fidelidad tal como la conocemos

Cargar más