



Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor

¿Nos hemos parado a pensar alguna vez los motivos por los cuales el cliente debería elegir nuestro hotel y no otro?

Independientemente del lugar donde dicha decisión en la mente del cliente ocurra, bien sea una OTA, su sitio web, una newsletter, un anuncio en google, la capacidad de decidir la tiene únicamente el cliente, por lo que la propuesta de valor de un hotel debe ser sólida y contundente.



La propuesta de valor es uno de los aspectos más ignorados del marketing hotelero, pero desempeña un papel muy importante. Dado el enfoque actual tan vinculado a las experiencias y la necesidad de diferenciarnos de nuestra competencia, la



Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor

propuesta de valor tiene una importancia fundamental a la hora de persuadir a los huéspedes a reservar.

Si la propuesta de valor de un hotel es débil, será completamente inútil, por lo que los clientes, lejos de visualizar el valor, terminan reservando por precio. Puede ocurrir también que muchos clientes potenciales lo pasarán por alto, o simplemente ignoraran que lo vieron.

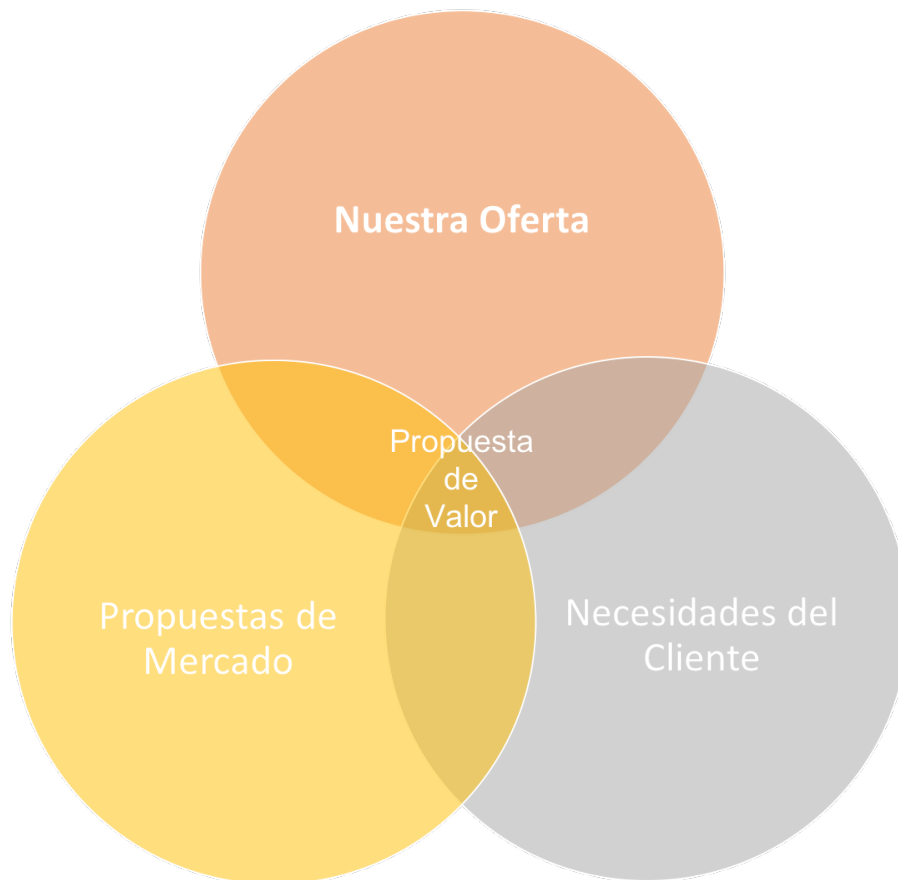
Si su cliente potencial tiene que preguntarse qué ofrece después de leer su propuesta de valor, considere la misma un fracaso. La claridad es la clave para una propuesta de alto valor de conversión. Click To Tweet

Una buena propuesta de valor de hotel, por otro lado, le dice a los clientes lo que lo hace especial y único: les dice por qué usted es la pareja perfecta para ellos, y justifica el precio que deben pagar por ello.

¿qué es exactamente una propuesta de valor?

No es simplemente una lista de características. Una propuesta de valor se encuentra en la intersección de lo que tiene que su hotel ofrece, lo que su mercado objetivo quiere y necesita, y lo que el mercado en su conjunto ofrece.

Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor



Una propuesta de valor establece específicamente los beneficios que proporciona a sus clientes y cómo los proporciona . En este sentido, describe a su cliente ideal, qué valor le da a los clientes y por qué los clientes deberían pasar por alto a la competencia y elegir nuestro hotel.

Una propuesta de valor no es un eslogan, no es una declaración de posicionamiento, y no es una frase bonita . Es algo más que eso: es por qué y cómo su hotel es una solución para las necesidades de sus clientes.



Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor

¿qué hace que una propuesta de valor clara sea fácil de entender para los clientes?

- Se puede leer y entender en 10-20 segundos.
- Explica lo que le hace diferente o único.
- Evita descripciones vagas de relleno como “la mejor calificación” o “satisfacción garantizada”.
- Transmite los beneficios de elegir su hotel . Su cliente debe saber exactamente cómo obtiene más valor cuando se queda con usted.
- También debe incluir el valor añadido que supone reservar directamente.

Generar una Buena Propuesta de Valor

El mayor obstáculo que tienen los hoteles es crear una propuesta de valor efectiva y comunicarla con claridad. No hay que olvidar que también hay que probarla y medir los resultados por si tenemos que introducir variaciones.

No existen dos propuestas de valor iguales. Sin embargo, la mayoría tienen elementos similares para transmitir información a los clientes de manera efectiva:

1. Un título claro

Este suele ser el principal beneficio que un hotel ofrece y el mayor problema que está resolviendo para los clientes. De cualquier manera, tiene que llamar la atención rápidamente. El titular es lo primero que llama la atención del cliente cuando visita



Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor

su sitio web, y decide rápidamente si continuará invirtiendo tiempo y atención.

2. Un elemento visual

Las tienen un gran poder de transmitir y comunicar. Debemos asegurarnos de incluir imágenes que refuercen el mensaje . Estas pueden ser imágenes de elementos específicos de su hotel (el salón de banquetes para bodas, los tratamientos especiales del Spa, etc.) o imágenes relacionadas con una temporada en especial (Navidad, Fin de Año o el Half Term).

3. Un párrafo de 2 a 4 frases

Incluyendo detalles específicos de lo que ofrece. ¿Para quién? ¿Qué hace exactamente? ¿Y qué le hace especial? No se sienta tentado a saturar su sitio web con interminables listas de detalles irrelevantes. Los clientes ya saben que TV a color, calefacción y aire acondicionado, no necesita explicarlo.

4. Un resumen esquemático

Aquí es donde enumerará los principales beneficios y características clave. No necesita entrar en los detalles esenciales, en su lugar, use un lenguaje poderoso para captar el interés del huésped y hacer que quieran aprender más.

[themoneytizer id="23640-28"]



Hacer que el Cliente Reserve nuestro Hotel, o cómo entender lo que es una buena Propuesta de Valor

suscripción rápida

con un 'click'