

Las nuevas expectativas y las cada vez mayores exigencias de los viajeros van en aumento día a día en el sector hotelero. En esta época, los viajeros están cada vez menos satisfechos con su estancia, no por el hotel en sí mismo, si no por que su exigencia cada vez es mas elevada.

Con el fin de atender a los exigentes viajeros de hoy, los hoteleros deberían preguntarse: ¿Qué valor ofrecer a los huéspedes que los alienten a quedarse en nuestro hotel frente a otros? La respuesta a esta pregunta radica en el considerable potencial de la personalización.



Los clientes actuales ya no están interesados sólo en alojarse en una habitación de hotel decente con las comodidades necesarias: los clientes desean una experiencia hotelera integral que implique experimentar la cultura local, descubrir atracciones populares, participar en actividades al aire libre únicas y mucho más.



Mejorar las Conversiones mediante la Personalización de las Propuestas y el Big Data

Por lo tanto, los hoteleros deben hacer un mayor esfuerzo para escuchar a sus huéspedes, aprender de ellos e implementar una experiencia hotelera personalizada por la cual los huéspedes continuarán regresando y pagando más si cabe por ella.

El primer paso adoptar el camino de la personalización es descubrir las necesidades y deseos de sus clientes. Los hoteleros deben utilizar el poder del big data para comprender mejor las preferencias personales de los huéspedes y, finalmente, identificar formas efectivas de brindar una mejor experiencia de hotel centrada en el cliente.

El Big data proporciona información útil, como patrones de compra anteriores, estadísticas demográficas detalladas, tráfico del sitio web e información más pertinente que ayudará a determinar las estrategias de personalización más efectivas a utilizar. También se puede utilizar para simplificar el proceso de reserva y proporcionar el contenido adecuado a la persona adecuada por el motivo correcto. Detrás de todos los números y datos personales, está el secreto para utilizar la personalización para lograr mejores tasas de conversión de reservas.

Después de analizar a sus clientes y determinar cuáles son sus preferencias específicas, es hora de ponerlas en práctica. La clave es utilizar la información obtenida de big data para brindar un nivel de servicio más personalizado a sus huéspedes.

Al continuar investigando y rastreando la actividad de los huéspedes, los hoteleros pueden brindar una mejor experiencia de cliente de extremo a extremo a los viajeros que los harán regresar porque su estancia se ajusta específicamente a sus preferencias.



Mejorar las Conversiones mediante la Personalización de las Propuestas y el Big Data

Nuevamente, los viajeros no solo buscan alojarse en hoteles que brindan las comodidades que necesitan, desean un alojamiento a medida y una experiencia integral que recordarán en el futuro (y con suerte, también recordarán sobre su hotel).

Con información valiosa, los hoteleros tienen la oportunidad de ser realmente creativos y eficientes en su marketing.

Las siguientes son algunas ideas creativas que los hoteleros pueden tener en cuenta al desarrollar experiencias de huéspedes personalizadas:

Viajes de placer

Escriba un blog sobre algunas cosas interesantes para hacer en el área local, luego cree un paquete o ofrezca la posibilidad de empaquetar en su sistema de reservas, con las propuestas de ocio del artículo.

Para una experiencia más personalizada, tenga una opción donde los clientes puedan seleccionar qué opción les gustaría experimentar como parte de su lista de deseos.

Viajes de negocios

Los viajeros de negocios definitivamente quieren tiempo para relajarse después de



Mejorar las Conversiones mediante la Personalización de las Propuestas y el Big Data

un largo día de trabajo y ¿por qué no experimentar algo de la cultura local en la ciudad? Cree un paquete divertido que puede incluir una excursión de 1½ a 2 horas por la ciudad para ver varias atracciones, una visita al spa para relajarse y rejuvenecer y terminar la noche con una degustación de vinos en la mejor bodega del destino.

Para una experiencia más fluida, proporcione transporte para sus clientes mientras toma en cuenta los costes en el precio general del paquete.

Viajes de familia

Desarrolle un itinerario de más de 3 días para familias que consista en las mejores actividades para la familia durante su estancia. Para hacer que este especial sea aún más sorprendente, el paquete puede incluir visitas a las atracciones más populares para los niños.

Por la noche, organice una niñera para que los padres puedan disfrutar de una buena comida en un conocido restaurante y la oportunidad de disfrutar del entretenimiento local en el lugar más popular de la ciudad.

Las demandas de los viajeros modernos están cambiando los estándares de la industria hotelera, de modo que los hoteleros pueden esperar que la personalización defina mejor cómo operarán los hoteles en el futuro.

En última instancia, proporcionar una experiencia personalizada para los huéspedes es un método comprobado para lograr mejores conversiones en hoteles.



suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

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

El fin de la Fidelidad tal como la conocemos

El arte de escuchar

La importancia del Personal de Reservas de un Hotel, y su escaso reconocimiento