

En el artículo anterior destacaba la importancia del segmento MICE y de la necesidad de potenciarlo debido al impulso que genera sobre los ingresos de todas las unidades de negocio de un hotel.

Quería ya de paso desarrollar un poco las características del mercado de Reuniones, Eventos y Convenciones para después dentro de lo posible poner un poco de luz a la forma de lograr mejores resultados de dicho segmento.



¿Cómo atraer clientes de Reuniones, Eventos y Convenciones?



Defina su mercado objetivo, no vaya a por todo

Para diseñar una poderosa estrategia de marketing que atraiga a los clientes MICE, hay algunas cosas que debería considerar previamente.

Comience definiendo su mercado y respondiendo preguntas como:

- ¿Qué instalaciones tenemos para ofrecer?
- ¿Qué necesidades tiene el segmento MICE y que podemos satisfacer mejor?

Esta es la etapa en la que debe obtener una comprensión clara de qué valor tiene para ofrecer al mercado y qué clientes pueden apreciar más este valor.

Tal vez, su hotel tiene una ubicación estratégica lo hace perfecto para un tipo de evento específico. O tal vez, sus instalaciones se destacan por lo extraordinarias que son, como un espacioso salón de sesiones plenarias que puede acomodar a un gran número de participantes.

¿Qué instalaciones miran los clientes de MICE al elegir el hotel?

Hay muchos puntos que los clientes de MICE consideran al considerar un lugar para su evento. Aquí está la lista de los más importantes:

Alojamiento y Servicios

- Tipos y Tamaño de las habitaciones
- Instalaciones y Servicios
- Estándares y Procedimientos de Servicio

Instalaciones de Reuniones.

- Salas de sesiones
- Salas de conferencia
- Espacio para sesiones de descanso, etc.

Ubicación

- Distancia y conectividad.
- Imagen del destino
- Seguridad del destino
- Autenticidad y Singularidad
- Lugares de interés
- Clima, etc.

Equipamiento técnico para eventos.

- Conexión a internet y wifi.
- Video y sonido
- Proyección y presentación.
- Equipos de interpretación
- Iluminación

Catering

- Instalaciones de restauración
- Opciones de menú
- Opciones de decoración.

Seguridad de los participantes.

- Garantía de privacidad
- Medidas preventivas ante cualquier incidencia.

Políticas del hotel.

- Políticas de reserva y cancelación.
- Recepción de envíos

Implicación en el evento.



¿Cuáles son los mercados de origen más prometedores para MICE?

Al definir su mercado, debe considerar el nivel de desarrollo y la popularidad del mercado MICE en diferentes países. Algunos países invierten más en Eventos y Reuniones que otros, y esta información es crucial para dirigirse a la mejor audiencia y planificar una campaña de marketing efectiva.

Global Business Travel Association realizó una investigación en la que mostraron los mercados fuente europeos más prometedores para MICE al analizando su tasa de crecimiento. Alemania (9,5%), el Reino Unido (8,9%), Francia (6,1%), España (7,9%) e Italia (4,4%).

¿Cuáles son los destinos más populares en Europa para MICE?

Al mirar los destinos más atractivos para el segmento MICE, Europa es la región preferida para los clientes europeos de MICE debido a su proximidad y las políticas fronterizas. Los destinos MICE más populares son Alemania, España y el Reino Unido.



Promocionando nuestro hotel en el segmento de Reuniones, Eventos y Convenciones

Labor Comercial

Este es un mercado que debe ser planificado y promovido muy activamente. Si bien algunos hoteles atraen negocio simplemente a través de una buena ubicación, otros muchos necesitan planes de desarrollo y de marketing más específicos para ser efectivos en el segmento MICE. Cuando pensamos que nuestros competidores, tienen mayor cuota de mercado en este segmento por su marca, estamos cometiendo un error. Lo que marca la diferencia, es precisamente lo que acabo de detallar.

El éxito exige la participación activa de la dirección particularmente porque es un mercado altamente competitivo y requiere en muchos casos el aval de la dirección más allá de lo que un gerente de cuentas puede aprobar por si mismo a la hora de llegar a determinados acuerdos.

Con frecuencia, la comercialización se realiza mejor en colaboración efectiva, ya sea con consorcios locales o internacionales, o bien a través de representantes. Sin embargo, estos requieren su participación activa, no delegando sus actividades promocionales a terceros.

Cree una sección para MICE en su Web bien detallada

Ahora que sabe a qué público se dirige y qué tiene para ofrecerle a este público, es



Posicionarse en el Segmento de Reuniones, Eventos y Convenciones y no morir en el intento

hora de actuar y comunicar su magnífico hotel para el segmento MICE.

La creación de una página específica para Eventos y Reuniones le ayudará a mostrar las instalaciones y servicios que ofrece al mercado de manera clara desde la perspectiva del cliente de este segmento, no de quien busca solo una habitación.

Algunos hoteles incluso crean nuevos sitios web para los servicios específicos que ofrecen simplemente porque el posicionamiento del hotel para el turismo MICE puede diferir bastante del posicionamiento del hotel en un mercado de viajes de placer. Si bien la marca general se mantendría intacta, es posible que desee cambiar la estructura del sitio web, la composición y la presentación del contenido para que su página de MICE sea más atractiva para este tipo de clientes.

Utilice las Redes Sociales de forma ordenada

El objetivo de cualquier planificador de MICE es diseñar un evento que tenga un impacto entre los asistentes, así como cumplir sus objetivos en términos de marketing y las redes sociales pueden ser extremadamente efectivas para ambos.

Las plataformas sociales como Facebook, Twitter y YouTube tienen una gran influencia en la cultura popular. Las plataformas para compartir fotos como Pinterest, Instagram y Flickr se pueden utilizar para inspirar nuevas ideas y generar emoción para viajes y eventos de todo tipo. LinkedIn le conecta con profesionales de todo el mundo, lo que puede ser muy útil para difundir su mensaje y darlo a conocer a quienes necesitan conocerlo.



Posicionarse en el Segmento de Reuniones, Eventos y Convenciones y no morir en el intento

Aproveche para fidelizar

Al crear su estrategia, asegúrese de crear conexiones duraderas, ya que es crucial para el sector MICE. Este es un segmento repetitivo, por lo que si logra sorprender a su cliente, puede esperar que los clientes repitan. Además, en el segmento MICE, el boca a boca es un canal de comunicación muy fuerte, y sus clientes satisfechos lo promoverán y lo recomendarán a sus colegas.

Recuerde que los clientes MICE desean experiencias únicas que demuestren una buena relación calidad-precio, y para los clientes MICE, la relación calidad-precio es más importante que el propio precio.

Apóyese en las Instituciones y Asociaciones

Lo último, pero no menos importante, las instituciones pueden ser un aliado importante para su hotel.

El turismo MICE es bastante beneficioso para la economía de un país, para un destino y para el sector turístico en particular ya que normalmente es una actividad no estacional y, por lo tanto, tiene el potencial de estimular la industria turística.

Verifique las políticas y las acciones de instituciones tanto locales como nacionales con respecto al segmento MICE.

[themoneytizer id="23640-28"]



Posicionarse en el Segmento de Reuniones, Eventos y
Convenciones y no morir en el intento

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