



Sobre el Marketing y el Revenue Management

Con motivo de una sesión de Coaching que ofrecí hace unos días he estado dando vueltas al tema y no me canso de repetirlo.

Cada vez me doy mayor cuenta de que el Revenue Management debe estar más integrado en la estrategia de marketing de un hotel. No hacerlo así, estoy convencido que implica un aprovechamiento relativo a las posibilidades que nos brinda el entorno actual.

La interactividad con el cliente, el grado de empatía que nos proporciona la relación tú a tú, y el vínculo emocional que permite transformar al cliente en embajador de nuestro hotel, son factores que deben ser aprovechados para minimizar el coste de nuestras acciones de marketing y maximizar el precio de venta de nuestro producto

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](#)