

Seis claves que los hoteles deben tener en cuenta para atraer a las nuevas generaciones de huéspedes

En España, el número de reservas directas ha aumentado considerablemente en los últimos años, por lo que se ve una proactividad por parte de los hoteleros en luchar para que el viajero reserve directamente a través del hotel. Según Euromonitor Internacional, los hoteles están ganando terreno ya que en 2019 se estima que las reservas directas de hotel hechas a través de internet generen más de 2,796 millones de euros, lo que supone un 66% más que en 2014

SiteMinder, la plataforma de captación de viajeros líder mundial en la industria hotelera, expone seis claves para conseguir más reservas directas en un mundo en el que los consumidores tienen más opciones que nunca y son los hoteles los que deben atraer al huésped para que reserven a través de su canal directo, sin intermediarios.

Los seis pasos que un hotelero debe dar para aprovechar a fondo este contexto son, según el análisis realizado por SiteMinder, los siguientes:

La web de los sueños de cualquier huésped

Existen innumerables plataformas de creación de páginas web de hotel que pueden guiar al hotelero paso por paso para montar el escaparate perfecto para el alojamiento. Es importante que cuente con una calidad de las imágenes muy alta, que cada estancia, habitación, y rincón del hotel tenga, por lo menos, cuatro fotos que muestren el espacio y algunos de los detalles que haya y que representen al hotel. Además, el contacto para reservar, tanto por e-mail, como por teléfono debe estar visible en todo momento. En el menú de la web, hay que incluir las tarifas de las habitaciones para que el huésped tenga una idea casi exacta de cómo va a ser su estancia. Por último, la página web debe adaptarse a cualquier dispositivo: móvil, tablet u ordenador.

Un motor de reservas sencillo y eficaz

El uso de un motor de reservas es la mejor manera de conseguir huéspedes, tanto nuevos como aquellos que ya conocen el hotel. Hoy en día casi todo el mundo tiene un teléfono en el que realiza búsquedas, reservas, recomendaciones, etc. Por eso es importante contar con un botón en la web que atraiga a los viajeros a realizar la reserva con un simple clic. El problema en este tipo de plataformas es la cantidad de pasos que los huéspedes tienen que dar para realizar la reserva. La clave está en la sencillez del proceso: hacer clic en la imagen de la habitación que se quiere reservar, introducir los datos del huésped: nombre, apellidos, e-mail y de ahí los datos de la tarjeta. Muchas veces los propios navegadores guardan los datos de las tarjetas y ahora es más sencillo que nunca darle a un clic, introducir el pin para la autenticación del pago (PSD2-SCA), vigente a partir del próximo 14 de septiembre, y obtener la confirmación de la reserva. No debería llevar más de 4 minutos conseguir una habitación de hotel.

Ofertas increíbles que no puedan dejar escapar

Las agencias de viaje online son grandes aliadas para cualquier hotel ya que les ayudan a darse a

conocer y les proporcionan huéspedes nuevos. Sin embargo, la mejor manera para competir manteniendo la misma tarifa por habitación es dar ofertas. La mayoría de los viajeros que reservan online un hotel antes han ido a ver la web de ese alojamiento, han leído críticas, buenas o malas, sobre ese alojamiento y han comprobado que ese es exactamente el hotel que buscan. Ahí es donde el hotelero juega un papel importante. Cuando el huésped acuda a la página web, se le debe dar la opción inmediata de reservar y ofrecer algo a cambio, ejemplo: oferta del mes: “reserva ahora y obtén un desayuno para dos personas gratis incluido en el precio de la estancia”. Así se ganará al huésped y se ahorrarán las comisiones.

Ofrecer la opción de cancelación

Siempre que se habla de reservas directas viene la pregunta de ¿y si hay cancelaciones? Las cancelaciones son el gran rompecabezas de las reservas. Sin embargo, es tan necesario contar con una política de cancelaciones flexible como con una página web o motor de reservas apropiado. Es una de las razones por las que muchos viajeros optan por las agencias de viaje online en lugar de reservar a través del hotel directamente. La opción de cancelación inmediata y fácil debería ser un factor imperativo ya que aporta seguridad y tranquilidad a la persona que realiza la reserva.

Gestionar la reputación de la marca

¿Qué pasa cuando los huéspedes se van? Si los huéspedes que se hayan alojado en el hotel han tenido una experiencia agradable, recomendable y repetible, no se puede perder la oportunidad de que quede en el olvido. No se sugiere un bombardeo de ofertas y descuentos pero sí es importante que, después de su estancia, el hotel les envíe un e-mail agradeciendo su confianza y proponiendo que dejen una recomendación en algún portal de opiniones como, por ejemplo, TripAdvisor. También se puede utilizar este canal para enviar, muy de vez en cuando, alguna oferta o descuento especial de temporada baja, de fin de semana, etc. Mantener ese ligero contacto con los huéspedes puede ayudar a que los conserves y a que ganes a muchos otros si lo se hace bien.

Invertir en presencia online

Invertir en SEO muchas veces puede ser la solución para dar más visibilidad a un alojamiento y posicionarlo en los buscadores entre las primeras opciones. De esta forma, cuando una persona escriba en un buscador como Google los términos, por ejemplo, ‘hotel boutique en Cantabria’, directamente aparecerán los hoteles de este estilo que estén ubicados en esta región y que hayan invertido en SEO para aparecer entre los primeros resultados de la web de Google.

Otra estrategia muy eficaz consiste en ofrecer las mismas tarifas en todos los canales de reserva, tanto en la web del hotel como en las agencias de viaje online. Así, se podrá competir ofreciendo algo extra y especial a los huéspedes siempre que reserven en el canal directo, pero ofreciendo el mismo precio. Se podrá ganar la confianza del huésped y una reserva directa más.

Datos de contacto:

Círculo de Comunicación

910001948

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Viaje](#) [Marketing](#) [Entretenimiento](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>