

myHotel

Guia:

A Origem do IRO



myHotel | Guest Experience

Introdução

Num mundo onde a voz do hóspede é amplificada em todos os cantos digitais, os hotéis enfrentam o desafio de manter a sua reputação e corresponder às expectativas. As avaliações online tornaram-se o novo barómetro da qualidade e um fator decisivo nas escolhas dos viajantes.

Mas como essa reputação digital pode ser medida de forma abrangente?

A resposta teve origem em **2023** com a criação de **Índice de Reputação Online (IRO)**, uma métrica desenvolvida pela myHotel em conjunto com uma equipe de **engenheiros e professores universitários especializados em gestão hoteleira**, que procurou unificar as três dimensões fundamentais da reputação online em um único indicador.

Assim nasceu o **IRO** uma ferramenta criada **por e para hoteleiros**, o que permite compreender, gerir e melhorar a perceção digital de cada estabelecimento.

Entendendo o IRO

Na era digital atual, as avaliações online tornaram-se um elemento crucial para o sucesso de qualquer hotel. Os potenciais hóspedes dependem das opiniões de outros viajantes para tomar decisões informadas sobre onde se hospedar.

Como hoteleiro, compreender e gerir três dimensões-chave é essencial:



Classificação média



Cobertura ou resposta a avaliações



Número de avaliações



Esses três pilares constituem o **Índice de Reputação Online (IRO)**. A seguir, vamos explorar por que eles são tão importantes e como influenciam diretamente a receita e a competitividade do seu hotel.

1. Classificação das avaliações:

Refletindo Qualidade e Valor



Impacto das classificações:

Uma classificação alta não apenas reflete a satisfação, mas também impacta diretamente as reservas e a receita. Os hóspedes estão dispostos a pagar mais por um serviço bem avaliado e consistente.

Como melhorar as notas

Para melhorar suas notas, concentre-se nos seguintes aspectos:

1.

Excelência no atendimento: Treine sua equipe continuamente.

2.

Melhor infraestrutura: Isso garante instalações impecáveis e comodidades modernas.

3.

Escuta ativa: Utilize pesquisas e avaliações para identificar oportunidades de melhoria.

4.

A tecnologia como aliada: Documente as ações e acompanhe seus planos de melhoria.

2. Cobertura (Respostas às avaliações):

Demonstrando atenção e comprometimento



A importância de responder às avaliações.

Responder às avaliações, sejam elas positivas ou negativas, demonstra comprometimento e empatia. Uma boa resposta pode transformar uma experiência negativa em uma oportunidade para fidelizar o cliente.

Melhores práticas para responder a avaliações

Para gerenciar adequadamente Ao responder às avaliações, siga estas práticas:

1.

Mantenha um tom profissional: Sempre agradeça e responda com respeito.

2.

Personalize suas respostas: Demonstre atenção genuína.

3.

Oferece soluções: Explique as ações específicas para resolver os problemas.

4.

Confie na IA: As ferramentas de inteligência artificial podem ajudá-lo a responder de forma mais rápida e consistente.

3. Número de avaliações:

Construindo confiança e visibilidade

Por que a quantidade importa?

O número de avaliações que um hotel recebe é um sinal de confiança para potenciais hóspedes. Quanto mais experiências compartilhadas, maior a percepção de transparência e credibilidade. Além disso, os algoritmos das OTAs (agências de viagens online) e do Google priorizam hotéis com mais avaliações, aumentando sua visibilidade online.



Estratégias para aumentar as avaliações

Para aumentar o número de avaliações, você pode implementar diversas estratégias:

1. **Incentive seus convidados:** Ofereça descontos ou benefícios para quem deixar avaliações.
2. **Isso simplifica o processo:** Utilize e-mails ou códigos QR pós-estadia para direcionar os hóspedes aos seus canais de avaliação.
3. **Programas de fidelidade:** Integre o pedido de avaliação aos seus programas de fidelidade.

O que é o IRO?

El **Índice de Reputação Online (IRO)** É um indicador exclusivo para clientes de **meu hotel**, que coleta dados de milhares de hotéis na América Latina a partir de diversas plataformas online e OTAs.

Seu objetivo é avaliar e comparar a reputação online de hotéis. por meio de um sistema de porcentagem claro e preciso **(de 0% a 100%)**.



Em que se baseia o cálculo do IRO?

O IRO é calculado por meio de um **algoritmo** que combina três dimensões ponderadas de acordo com sua relevância e capacidade de gestão:

Dimensão	Descrição	Peso no IRO
Avaliação online	Média ponderada das avaliações recebidas em portais de opinião.	50%
Cobertura (Respostas)	Porcentagem de avaliações respondido pelo hotel.	30%
Número de avaliações	Número total de avaliações em relação ao tamanho do hotel.	20%

O algoritmo foi desenvolvido com suporte acadêmico e técnico, priorizando as dimensões gerenciáveis pelo hotel, de forma que o resultado reflita tanto a percepção dos hóspedes quanto a capacidade de ação da equipe.

Exemplo prático:

Um hotel com:

- Classificação média: **4,73**
- Cobertura de **100%** de suas avaliações
- Número de avaliações dentro da média da categoria.

Hotel Tulum	Resultado visível no período
Classificação média	4,73
Cobertura	100%
Número de avaliações	242

O resultado?

Um IRO de 95%. Isso indica um excelente desempenho em comparação com seus concorrentes regionais. Essa pontuação é atualizada dinamicamente, permitindo a observação em tempo real de tendências e áreas de melhoria.

Índice de Reputação Online (IRO)

Excelente



Classificação		95%
Cobertura		100%
Avaliações		87%

Por que usar o IRO como métrica? dica?



1

Antecipação de riscos

O IRO permite identificar pontos fracos na sua reputação antes que se transformem em crises, dando-lhe tempo para agir estrategicamente.

2

Comparação com o mercado

Você pode se comparar a hotéis da mesma categoria e região, o que ajuda a manter a competitividade e a definir metas realistas.

3

Gestão estratégica

O IRO ajuda a estabelecer **objetivos claros e mensuráveis** Orientando sua equipe em um plano de melhoria contínua alinhado às expectativas dos hóspedes e aos padrões de mercado.

Como saber se seu IRO é bom?

Por meio da plataforma **meu hotel** os hoteleiros podem monitorar seus **IRO** em qualquer momento.

O sistema não apenas exibe a pontuação geral, mas também **analisa as três dimensões** oferta **insights acionáveis** para melhorar o desempenho geral do hotel.

Cerca de 90%	Excelente
Entre 80% e 89%	Bem
Entre 70% e 79%	Regular
Entre 60% e 69%	Ruim
Menos de 60%	Muito ruim

Experimente o módulo de reputação online.

[Solicite sua demonstração](#)

Conclusão

O **IRO** não é apenas um número: é uma ferramenta estratégica para entender como seus hóspedes o percebem e como essa percepção impacta seus resultados financeiros. Desde sua criação em 2023, ele transformou a maneira como os hotéis na América Latina medem, comparam e melhoram sua reputação digital. O futuro da gestão hoteleira reside nos dados, e o **IRO** é a bússola que o guia rumo a um serviço mais humano, eficiente e bem-sucedido.

Meça, melhore e destaque-se. Sua reputação online é seu melhor cartão de visitas.



Paola Jiménez

Analista de Onboarding

myHotel

myHotel | Guest Experience

Líder em Inteligência Artificial para a Indústria Hoteleira