myHotel

Guest Experience:

Qué es y cómo gestionar la experiencia de tus huéspedes

myHotel

Experiencia del Huésped

Si hablamos de Experiencia del Huésped o Guest Experience en inglés, hablamos sobre el recorrido que vive un huésped desde que interactúa por primera vez con tu hotel hasta que deja tu propiedad.

Es fundamental entender que la experiencia del huésped nace cuando el viajero sueña con un destino, busca en Internet, reserva, prueba tu servicio y termina convirtiéndose en promotor o detractor de tu marca.



01
Elegir destino

02
Buscar alojamiento





05
Opinar/compartir la estadía



04
Experimentar la estadía



03
Reservar



Para hacer sentir al huésped en casa, es indispensable conocerlo y personalizar su estadía de principio a fin.

Este es un desafío diario para los hoteles y sus equipos que buscan satisfacer las necesidades de sus huéspedes en todo momento.

¿Por qué es importante para un hotel gestionar la experiencia de sus huéspedes?

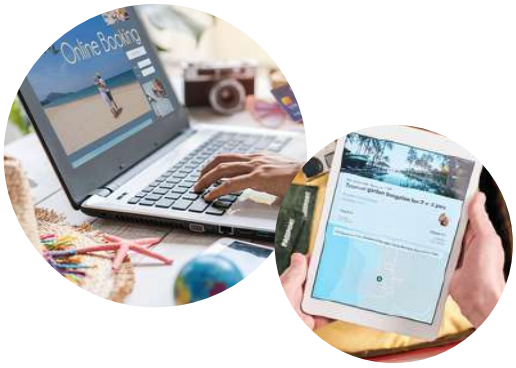
Cada cliente es un reto, pero estamos de acuerdo en que la relación con éste se estrecha cuando se le escucha. Es por eso que desde que el huésped realiza una reserva, debe activarse un plan de comunicación para que se sienta reconocido y acompañado. De esta manera, podrás dar respuesta a sus necesidades, conocerlo mejor, logrando una mayor reputación online y fidelización.



¡Te invitamos a recorrer junto a myHotel el camino de la experiencia del huésped antes, durante y después de la estadía!

myHotel

Antes



Reserva

Es muy probable que el huésped llegue a tu hotel por recomendación de un amigo, una agencia de viaje en línea, alguna reseña o por tu sitio web. Independientemente del canal que sea, es indispensable que la experiencia que viva el huésped sea la mejor. **Pon atención al diseño web de tu página, a los *reviews* de tu propiedad y a tus canales de atención al huésped. Sin duda, esto será clave durante la decisión de compra de los viajeros.**

Canal de Comunicación

1 Correo de confirmación

2 Web Check-in

Cuando el huésped ya decidió alojar en tu hotel, es fundamental abrir un canal de comunicación directo lo antes posible. **¿Cómo hacerlo?** Con el check-in online. Este servicio te ayudará a ponerte en contacto con el huésped antes de la llegada y conocer sus preferencias desde el primer momento.



Personalización



Superar las expectativas de tus huéspedes no es tarea fácil, pero sabemos que no es imposible. El proceso de check-in te ayudará a conocer al huésped desde el comienzo y tener acceso a esa información es clave para gestionar la experiencia. Por ejemplo, si el huésped visita tu hotel por su cumpleaños, podrías dejarle una tarjeta de felicitaciones o regalo de bienvenida. Al mismo tiempo, **ofrecer servicios personalizados** fortalecerá la experiencia y te ayudará a implementar acciones para aumentar los ingresos de tu propiedad (upselling). Una de las opciones más comunes es ofrecer es el early check-in o late check-out.

myHotel

Durante

Gestión de solicitudes

El huésped es cada vez más exigente y espera una respuesta rápida y funcional de tu parte. Es esencial que durante la estadía, todas las áreas estén comunicadas internamente para responder a las solicitudes de los huéspedes lo antes posible. Para ser más eficentes, es importante que los equipos estén conectados en tiempo real para ofrecer una experiencia aún más satisfactoria.



Resolución de problemas

Recuerda que si no escuchas o lees a tus huéspedes, nunca sabrás cómo están viviendo su estadía. Es importante monitorear cómo va el servicio durante la estancia para que puedas reaccionar frente a una experiencia negativa. De esta forma, lograrás transformar a tus detractores en promotores de tu hotel.



myHotel

Después

Medición: NPS / Ránking por áreas

Tras la estadía el huésped se convertirá en un influenciador de tu marca y es importante conocer su lealtad. La mayoría de las industrias mide la lealtad de sus clientes a través del Net Promoter Score (NPS). Un indicador que, en el caso de la hotelería, revela el grado de satisfacción que tiene un huésped hacia un hotel. Es así como esta métrica más el desempeño de las áreas de una propiedad, revela la calidad de tu servicio y las mejoras que se pueden impulsar en tu hotel. Asimismo, esto te ayudará a establecer metas alcanzables a tus equipos y revisar la evolución de tu hotel.

Reportes

El medir y monitorear la experiencia de tus huéspedes te ayudará a decidir qué hacer y qué acciones implementar para posicionar aún más tu propiedad. Los reportes son fundamentales para visualizar tu perfomance y tomar las mejores decisiones para tu hotel. Sin duda que el equipo de operaciones, comercial y/o marketiing agradecerá esta información, ya que serán ellos quienes impulsarán acciones y mejoras dentro de la organización.



Reseñas



El implementar una buena estrategia de Guest Experience, te ayudará a conseguir huéspedes aún más satisfechos y leales a tu hotel. Tus promotores o detractores serán quienes compartan en las redes sociales y sitios de viaje del mundo como Tripadvisor, Google o Booking cómo fue su experiencia en su propiedad. Es clave no perderlos de vista y responder siempre a sus comentarios.

Para ofrecer un Guest Experience sobresaliente y de calidad, debemos conocer a nuestro huésped a la perfección.

Sabemos que hoy el Guest Experience es fundamental para la industria hotelera. Es importante sacarle el mayor partido e instalarlo como parte esencial de tu propiedad. Para ofrecer un Guest Experience sobresaliente y de calidad, debemos conocer a nuestro huésped a la perfección. ¿Cómo hacerlo? Siendo empático. Es primordial que te pongas en sus zapatos y que vivas la experiencia que estás ofreciendo en primera persona. Sin duda, que gestionar la calidad de tu servicio te ayudará a incrementar tus ventas y a seguir ofreciendo experiencias únicas e inolvidables a tus huéspedes.



myHotel

Solicita un contacto

www.myhotel.cl