myHotel

Marketing Interno:

Los colaboradores en el centro de tu hotel

myHotel I Guest Experience

myHotel

Pensemos en Marketing

Cuando pensamos en marketing, nos imaginamos promocionando nuestra marca, impulsando estrategias para hacer crecer nuestros clientes, fidelizarlos, etc. Pero, **¿cuán posicionado está mi hotel entre los colaboradores? ¿están motivados? ¿comprometidos?**

La motivación y el compromiso de los colaboradores hacia tu hotel y huéspedes no nace de la noche a la mañana. Es una labor que debe hacer tu organización de manera habitual y constante. Sabemos que la rotación en el sector hotelero es muy alta y tener a tus equipos felices es clave para que permanezcan contigo.



En myHotel creemos que la experiencia y la satisfacción comienza en casa. Es por eso que te presentamos esta guía de marketing interno para que puedas buscar el elemento diferenciador que logre que tus colaboradores te elijan sobre otros.

¿Qué es el marketing interno?

El marketing interno se refiere al proceso de promocionar los productos o servicios de una empresa a sus propios equipos. En este caso, promover tu hotel o cadena entre los colaboradores.

El objetivo del marketing interno es crear un ambiente laboral positivo y de apoyo al educar a las personas sobre la misión, los valores y los productos de la empresa, y alentarlos a actuar como embajadores de la marca frente a los clientes, proveedores y otros interesados. Esto puede ayudar a mejorar la implicación, motivación y productividad de los equipos, así como a mejorar la reputación general de la organización. Cada área del hotel debe trabajar con una orientación al huésped, ya que si esto no ocurre, será muy difícil ofrecer una experiencia única y de calidad.

"Los clientes nunca amarán a una empresa hasta que los colaboradores la amen primero". *Simon Sinek*

Es importante recordar que el marketing interno o endomarketing se considera una herramienta clave para la retención del personal y disminuir la rotación. Algunas acciones de endomarketing son: proporcionar una comunicación clara y transparente, invertir en la formación y desarrollo de los empleados, ofrecer un ambiente laboral agradable, programas de beneficios y reconocimientos, fomentar la cultura de la empresa, etc.



¡Vamos a ver algunas de las acciones que te recomendamos implementar!

myHotel

Aspectos importantes en el marketing interno

Comunicación interna efectiva

Es esencial mantener una comunicación clara y transparente con los colaboradores para garantizar que estén informados sobre las últimas noticias y desarrollos de tu hotel. En este caso, recomendamos crear un plan de comunicación interna.



Cultura del hotel o cadena

El marketing interno también ayuda a fomentar una cultura positiva y colaborativa en la empresa, lo que mejora el ambiente laboral y la moral de los equipos.

Reconocimiento del colaborador

Reconocer el esfuerzo y el trabajo de las personas es una parte importante para mantener un ambiente laboral positivo.

Empoderamiento de los equipos

Al proporcionar a los colaboradores información sobre cuáles son los planes y las acciones pensadas para tu hotel, se les permite actuar como embajadores de la marca y contribuir al éxito de la empresa.

Alineamiento de objetivos

Es importante asegurar que los objetivos de la empresa estén alineados con los objetivos individuales de cada miembro del equipo.

Mejora de la productividad

El marketing interno también puede mejorar la productividad de los colaboradores al motivarlos y brindarles herramientas y recursos para mejorar su rendimiento en el trabajo.

Evaluaciones y retroalimentación

Es importante medir y evaluar el impacto de las acciones de marketing interno y proporcionar retroalimentación para mejorar. Por ejemplo, en este punto puedes medir la calificación de las áreas de tu hotel o cadena.

myHotel

La rotación de personal:
El gran desafío para el sector hotelero

La rotación en la hotelería se refiere al proceso de cambio de personal en un hotel. La rotación de los colaboradores puede ser causada por diferentes factores, como la baja retención del personal, la falta de oportunidades de crecimiento, la falta de estabilidad laboral, la escasa motivación, entre otros. La rotación puede tener consecuencias negativas para un hotel, como el aumento de los costos de capacitación, la disminución de la calidad del servicio y la caída de la satisfacción del huésped. Como ya lo mencionamos, para reducir la rotación es importante proporcionar un ambiente laboral positivo, ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo, ofrecer una compensación justa y unos beneficios atractivos.

¿Cómo motivar a tu equipo?

1. Reconocimiento en función de los resultados logrados



Ránking por áreas

¿Cuáles son las áreas con mejor calificación dentro del hotel?



Tiempo de resolución de problemas

¿Qué colaborador es el que ha respondido mejor a las solicitudes de sus huéspedes?



NPS

¿Qué hotel de la cadena ha obtenido el mejor resultado en satisfacción?

2. Apoyar su desarrollo profesional

Capacitaciones, cursos y eventos de la industria

3. Una remuneración justa

La organización debe valorar la experiencia, las hablidades de cada colaborador y ofrecer un salario justo de acuerdo al mercado. Recomendamos implementar acciones que motiven al colaborador. Por ejemplo, un plan de incentivos por objetivos. y/o metas.

myHotel

¿Cómo estás gestionando la comunicación interna de tus equipos?

¡Descubre Desk!

El canal de comunicación de los hoteles de myHotel.

Solicita una demo



myHotel

Marketing Interno:

Los colaboradores en el centro de tu hotel

myHotel I Guest Experience