myHotel

# La importancia del correo electrónico para la hotelería





# Índice


- Introducción
- El correo electrónico como canal de comunicación
- ¿Por qué el hotelero no controla esta información?
- La captación de correos en América Latina
- Consejos para aumentar la captación de correos
- ¿Quieres conocer tu captación de correos?

# 1. Introducción



El objetivo de esta guía es conocer la importancia del correo electrónico para la hotelería y que así los hoteleros tomen el control de la información de sus huéspedes y sepan utilizarla. En la industria de la hotelería existen muchos intermediarios que además de ayudar al hotel a generar más reservas, lo aíslan del contacto directo de los huéspedes. Estos intermediarios son las OTAs, quienes controlan la información de los huéspedes, entregándole al hotel, correos generados a través de sus portales, pero ¿por qué es importante contar con los correos de los huéspedes?

# Sobre myHotel




MyHotel es una empresa de tecnología hotelera de América Latina para el mundo.

Estamos dedicados a mejorar la relación entre el huésped y el hotel, transformando la experiencia de viaje ofrecida mediante encuestas de satisfacción durante y post estadía, recolección de reseñas y monitoreo de OTAs a través de una plataforma web sencilla y amigable.

# 2. El correo electrónico como canal de comunicación



# 2. El correo electrónico como canal de comunicación

Existen diversos canales de comunicación con los huéspedes y su importancia varía dependiendo de la etapa en la que está el huésped.




Por ejemplo, las OTAs son un canal de comunicación post estadía, donde los huéspedes, luego de haberse hospedado en el hotel, pueden generar una reseña y así el hotel darle una respuesta.

Por otro lado tenemos Whatsapp, este canal se está utilizando principalmente durante la estadía para resolver posibles problemas y preguntas.





El sitio web del hotel es un canal que se utiliza antes de la estadía, donde el hotel revisa las tarifas, ubicación y habitaciones antes de realizar una reserva. Dentro de este podemos encontrar los Chatbots, que ayudan al hotel a resolver dudas rápidamente.

# 2. El correo electrónico como canal de comunicación

Al igual que estos canales, existen muchos otros que nos permiten comunicarnos con los huéspedes y es importante contar con la mayor distribución de ellos, no queremos que un huésped no encuentre la forma de comunicarse con nosotros en cada etapa de su viaje.

Es aquí donde el correo electrónico toma mayor importancia ya que, además de generar un contacto directo y personal con el huésped, está presente durante cada etapa del viaje del huésped

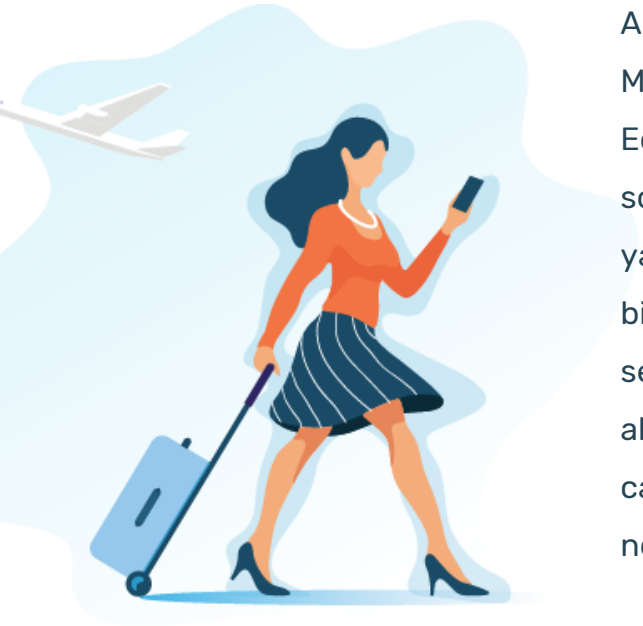



Hoy en día es común escuchar que este medio de comunicación cada día pasa a ser más obsoleto, pero según los estudios:




de los latinoamericanos revisan su mail todos los días.

# 2. El correo electrónico como canal de comunicación



A través del correo podemos generar Email Marketing, que según un estudio desarrollado por Econsultancy, es el medio digital con mayor retorno sobre la inversión. Además, una vez que el huésped ya realizó su reserva, se puede enviar un correo de bienvenida permitiendo al huésped reservar servicios, hacer su check in online o comunicar algún requerimiento adicional. Esta información, capturada antes del ingreso del huésped al hotel, nos permite personalizar su experiencia.

Durante la estadía, el correo electrónico nos permite enviar una breve encuesta para conocer su experiencia hasta el momento y algún problema o pregunta que pueda tener el huésped. Muchas veces los huéspedes no comunican sus problemas hasta luego de retirarse del hotel, siendo muy tarde poder corregir el error y así mejorar su experiencia ¡No quieres una reseña negativa!



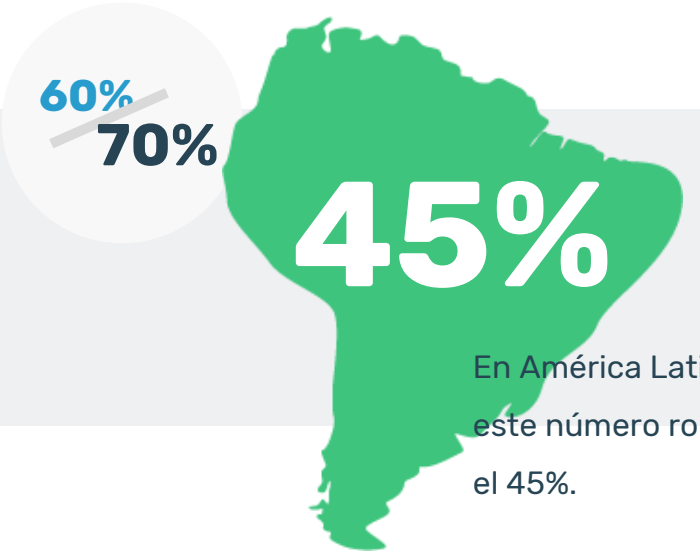


Finalmente, después de la estadía, nos permite enviar encuestas de satisfacción por áreas, para medir el desempeño de cada una, recolectar reseñas en las distintas OTAs y generar una base para nuevos envíos de Email Marketing.

# 3. ¿Por qué el hotelero no controla esta información?



Las reservas a través de las OTAs, a nivel mundial, son entre un 60% y 70%, un número bastante elevado y que está cada vez en aumento.




En América Latina este número ronda el 45%.

Estas cifras no nos dicen que debemos dejar de estar presente en ellas, las OTAs nos ayudan a aumentar las reservas y mejorar nuestro posicionamiento online. Entonces ¿qué hacer? Debemos aprender a convivir con las OTAs, tampoco depender de ellas y no olvidarnos del correo electrónico.

Es por esto que debemos buscar otras instancias para captar y registrar el correo de los huéspedes e incluirlo dentro de las prioridades del hotel al momento de recibir una reserva, ya sea a través del motor de reserva, agencia de viaje, OTA, teléfono o correo electrónico.

**“Cuesta 6 veces más conseguir un nuevo cliente que mantener uno satisfecho”**



- Jack Taylor

Una vez que ya tenemos al huésped en el hotel, debemos mantenerlo satisfecho y preocuparnos no solo de que regrese al hotel, sino que también de que reserve de manera directa y nos recomiende.

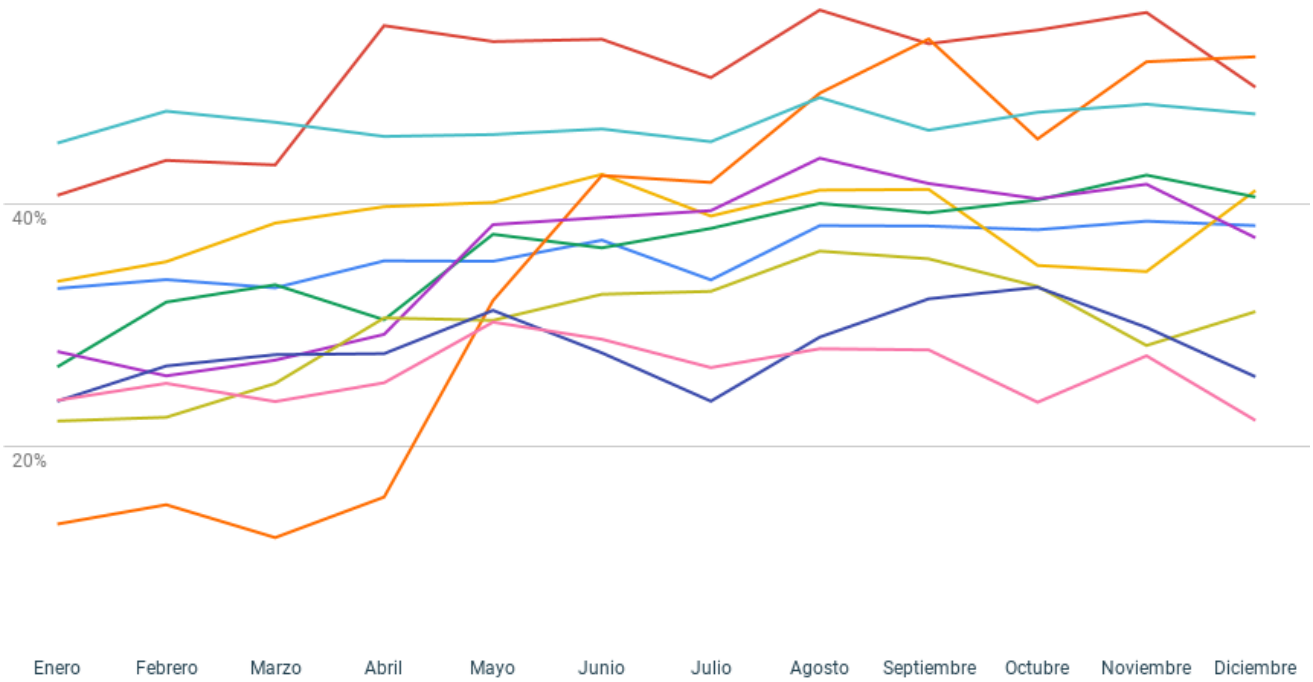
Recuperando el control del correo electrónico podrás conocer a tus huéspedes, resolver inquietudes, solucionar problemas, medir su satisfacción, ofrecer promociones y así personalizar su experiencia con el hotel.

# 4. La captación de correos en América Latina

América Latina es reconocida a nivel mundial por tener una gran posicionamiento en el mercado de viajes y turismos.

Si queremos tener una buena comunicación con los huéspedes debemos conocer la tasa de captación de correos para así ir mejorándola poco a poco.

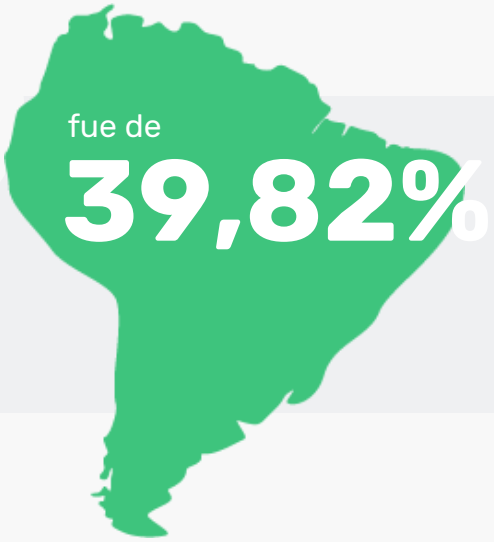
A continuación, veremos la rendencia de la captación de correos en 10 países de América Latina durante todo el año 2019.



# 4. La captación de correos en América Latina

Como se puede observar en este gráfico, la captación de correos ha ido mejorando a lo largo de año y esto de debe a que cada día los hoteleros comprenden la importancia de este canal utilizando herramientas que les permiten captar, registrar y utilizar el correo electrónico aprovechando todos los beneficios del mismo.

La captación de correos promedio durante el **2019** fue de **39,82%**



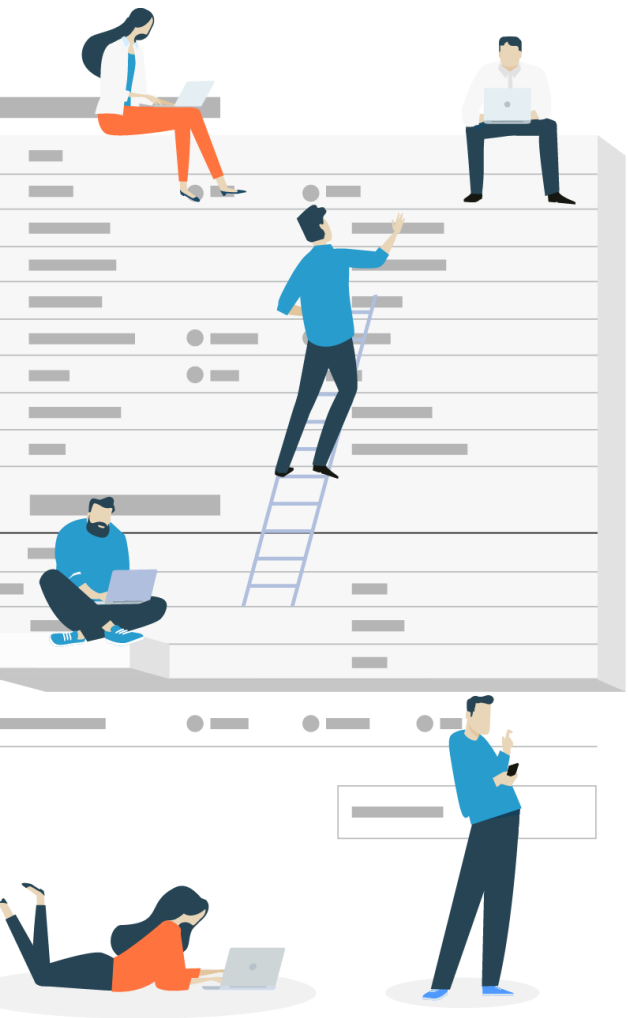
Aquí vemos el ranking de los 10 países analizados durante el año 2019:

## RANKING 2019

| | |
|---|---|
| Brasil | 53% |
| México | 47% |
| Ecuador | 39% |
| Chile | 38% |
| Colombia | 37% |
| Panamá | 37% |
| Argentina | 36% |
| Perú | 30% |
| Rep. Dominicana | 28% |
| Uruguay | 26% |

# 5. Consejos para aumentar la captación de correos

A continuación te dejamos algunos consejos para captar los correos de tus huéspedes.



Ficha de Check-In: Al momento de hacer el check-in de tus huéspedes, recuerda solicitar sólo los datos estrictamente necesarios. Entre más campos pidas menos probabilidades tienes de que llenen la ficha en su totalidad.

- ✓ Ubica el campo correo electrónico dentro de los primeros datos solicitados.
- ✓ Dispón el campo “correo” de forma que sea fácil para el recepcionista leer y/o escribir la dirección electrónica del huésped. Separar en letra imprenta es una buena medida.
- ✓ Añade múltiples campos de correo para que se apunten todos los huéspedes de la habitación.
- ✓ Si el campo de correo no fue llenado en la ficha, que el recepcionista lo solicite de manera verbal.

# 5. Consejos para aumentar la captación de correos

Tu equipo: Es importante que todos los miembros de tu equipo estén alineados con un mismo objetivo: Captar correos válidos de los huéspedes, por eso es primordial la comunicación interna del equipo.





La Reserva: Es el primer contacto con tu huésped, ¡no lo desaproveches! Asegúrate de que siempre que se haga una reserva telefónica se solicite el mail como un requisito obligatorio.Comunícale a tus huéspedes cuál es el fin de solicitar su correo: mejorar la calidad de la atención.

Explícale a tu equipo: es importante que sepan cuál es el fin de captar los correos para que se motiven a hacerlo.





Incentivos: Considera entregar incentivos a tu equipo, recuerda que no necesariamente tienen que ser monetarios.

Tus huéspedes: Es muy útil ofrecer algún beneficio a cambio del correo electrónico, algo que motive al huésped a dejar su información.



- ✓ Ofrécele enviar la factura electrónica a su correo.
- ✓ Brinda la opción de enviar información turística del lugar donde se encuentra tu hotel a su casilla electrónica.
- ✓ Crea un concurso donde se sorteen descuentos o beneficios a cambio del correo.
- ✓ Regala una bebida de cortesía a cambio de email.

# 5. Consejos para aumentar la captación de correos



Terceros: Existen otros factores externos que te pueden ayudar a captar los correos de tus huéspedes, ¡no los desperdicies!

- ✓ WIFI: Una buena medida para captar el correo y mejorar la calidad del internet es contar con un portal cautivo donde, cuando el huésped quiera ingresar a la red del hotel, deba ingresar su correo electrónico y número de habitación o apellido; luego puedes pedirle al proveedor del portal que te entregue esos datos.

- ✓ Agencias de viajes: Mantener una buena relación con las agencias de viajes tiene múltiples beneficios, comunícate con ellas y solicita el correo electrónico de tus huéspedes.

## Conclusiones

No hay una fórmula perfecta para captación de correos sino que es un proceso que requiere de constante monitoreo para encontrar la mejor manera que se adapte a tu realidad. Lo importante es nunca perder el foco de lo indispensable que es este canal para tu hotel.



myHotel

# ¿Quieres conocer tu captación de correos?

Nuestros productos Fidelity OnSite y Fidelity FollowUp te permiten conocer la captación de correos de tus huéspedes mediante una integración con tu PMS (Property Management System).

Al integrarnos a tu PMS para realizar el envío de encuestas automáticas, podemos calcular cuántos correos de tus huéspedes son válidos y así sacar el porcentaje de captación de correos.

Somos la empresa que aglomera la mayor cantidad de feedback de huéspedes en América Latina. Trabajamos día a día de la mano de nuestros clientes para ubicar al huésped en el centro de su estrategia para que nuestros hoteles puedan realmente impactar positivamente la experiencia ofrecida.

Somos la única empresa de la región que provee indicadores de desempeño de calidad de servicio basados en cifras reales, permitiendo que nuestros hoteles comparen su desempeño con los principales referentes de la región.

¡Conoce más sobre myHotel y entérate de cómo podemos ayudar a tu hotel!

**Solicita tu demo**