myHotel

# Temporada alta
# **Consejos para la hotelería**



La temporada alta representa un aumento en varios ámbitos de la hotelería, aumento en las tasas de ocupación, en el flujo de nuevos huéspedes, e inclusive, un aumento de estadías extendidas.

Sin embargo, todo aumento no siempre es bueno si es que no se está preparado. Los grandes flujos de huéspedes traen consigo altas demandas en áreas específicas del hotel como lo es la recepción, áreas de entretenimiento, housekeeping, restaurantes, spa, entre otras.

Es importante que a pesar de poseer una alta demanda en tus áreas de servicio siempre tengas un plan de contingencia que te ayude a disminuir los tiempos de espera, descoordinación o desorganización, y por último estrés en tu equipo hotelero y malestar en tus huéspedes.

Para ello, te entregamos algunos tips e ideas para que tengas en mente esta temporada alta (y porqué no, para la próxima).



## 1. ¡Un equipo feliz, hace huéspedes felices!

Tu equipo es esencial para el funcionamiento de tu hotel; motívalos y prepáralos para recibir un gran flujo de huéspedes. Mantenlos informados, recuérdales la importancia de la labor que hacen y por qué su labor es importante para el hotel. ¡Demuéstrales que son parte de un gran equipo hotelero!





No debes olvidar que al tener una mayor demanda es probable que necesites aumentar tu personal, y para ello deberás capacitarlos e integrarlos a la dinámica del hotel para poder brindar la mejor experiencia al huésped y tener un gran equipo hotelero de apoyo a tu personal de planta.

# Pero, ¿cómo lo hago?



En primer lugar, confía en tu equipo: Recuerda que todo personal de tu hotel cumple con una importante labor y más que recordarles sus responsabilidades, coméntales sobre los nuevos desafíos y metas que el personal de cada área tiene esta temporada.

En segundo lugar, monitorea las áreas de tu hotel: Estar al tanto de los flujos de tus huéspedes te ayuda a conocer qué área tiene mayor movimiento y así podrás diseñar un plan gerencial para las áreas más solicitadas, entregando una estadía más agradable a los ojos de tus huéspedes.





Por último, manténte siempre en contacto con tu equipo: La comunicación se suele descuidar en los periodos de mayor flujo de huéspedes, sé cercano y podrás conocer mucho más de la dinámica de tu hotel y de las percepciones de tu equipo y huéspedes. La comunicación es esencial para conocer el desempeño y eficiencia de cada área de tu hotel.

**Agradéceles, entrégales los implementos adecuados, y siempre, siempre ¡asístelos!**

## 2. ¡Una oferta actualizada es una oferta deseada!

Haz tu oferta hotelera atractiva, agradable y entretenida, crea menús dinámicos, promociona tus eventos, asóciate con el turismo local, informa constantemente de las actividades dentro de tu hotel, ¡haz que tus huéspedes extiendan su estadía! Ponte al tanto de la oferta turística local, además de la de tu competencia, así podrás hacer de tu oferta aun más íntegra y atractiva.





Ojo, no olvides también los servicios básicos y elementales para tus huéspedes en temporada alta, como las toallas o inclusive el WI-FI se tornan esenciales para que el huésped esté satisfecho.

Considera aún más toallas por personas ya que estas suelen ser insuficientes en temporada alta. Llama a tu proveedor de internet y asegúrate de que todas tus redes funcionen de forma adecuada para poder recibir este gran flujo de huéspedes y personal conectado.



# ¿Cómo puedo actualizar mi oferta?



Informarse es clave para saber qué debe ofrecer tu hotel, conoce la oferta de tu competencia y la oferta turística local, averigua qué tipo de servicios se destacan y cuáles no, qué experiencias son las más cotizadas, qué tours puedes integrar a la oferta de tu hotel, etc. Destacar en conjunto los atributos de tu hotel y del destino o ubicación, puede hacer de tu oferta aún más llamativa.

Al asociarte con el turismo local, podrás ofrecer paquetes o promociones que contemplen no sólo la experiencia ofrecida durante la estadía en tu hotel sino que además una experiencia en lugares turísticos aledaños a tu hotel. ¡Tus huéspedes y las comunidades lo agradecerán!





Ofrece distintos tipos de beneficios a tus antiguos y nuevos huéspedes. Atráelos y deléitalos con beneficios especiales para cada tipo de huésped, así podrás captar huéspedes y fidelizarlos. Desde un desayuno temático hasta noches típicas de la zona harán de tu oferta una muy agradable.

**¡Sé exclusivo, entretenido y dinámico, tus huéspedes lo agradecerán!**

## 3. ¡Un huésped amado es un huésped fidelizado!

Conoce a tu huésped, obtén la mayor cantidad de información sobre su estadía y personaliza su experiencia de viaje ofreciéndole servicios y actividades de acuerdo a su gusto y perfil. Al entregarle todo esta información puede que en un futuro el huésped te recuerde. Implementa algún tipo de tecnología que te ayude agilizar los procesos hoteleros además de recopilar información que te será útil para próximas estrategias.



# ¿Cómo hago para que un huésped me recuerde?

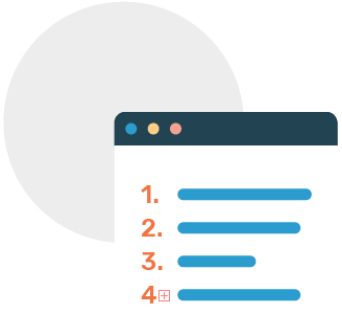


## 1. Conoce a tu huésped,

La información sobre tus huéspedes y futuros huéspedes está en todos lados, presta atención en tus redes sociales y en la información que recopilan diversos sistemas de operación hotelera; cómo tu PMS, las OTAs, WiFi, motor de reserva, entre otras.

Con estos datos podrás realizar encuestas de satisfacción a cada uno de tus huéspedes, lo que te proporcionará información valiosa en cuanto a la calidad de servicio de tu hotel y una completa base de datos de tus huéspedes, para poder entregar un excelente experiencia en tu hotel.






Utiliza encuestas de satisfacción por áreas e infórmate sobre la modalidad de viaje de tus huéspedes (si es por negocio, vacaciones familiares o en pareja, etc).

## 2. ¡Diseña un plan de fidelización!

Actúa de un modo proactivo, debes formar un lazo con tus huéspedes que perdure y sea relevante tanto para ellos como para ti, fidelizar no es una tarea fácil pero tampoco imposible. Comienza por entregar invitaciones, beneficios y por supuesto, pon mayor atención a los detalles del servicio al cliente, ya que este es esencial para que el huésped te recuerde.



Al ya conocer a tus huéspedes, podrás segmentarlos por perfiles de huéspedes y diseñar distintas estrategias de fidelización para cada grupo.



## 3.- Siempre despide a tu huésped y haz un seguimiento,

Cuando tus huéspedes hagan check-out es importante despedirte e invitarlos a volver, entrégales algo que sea de valor como por ejemplo; información sobre nuevas promociones, beneficios exclusivos para la próxima temporada, etc. Al entregarles algo, será mucho más fácil que el huésped te recuerde. Además puedes monitorear su experiencia de viaje, invitándolos a que dejen reseñas y/o comentarios.

Tener un reporte que te informe sobre el nivel de satisfacción de los huéspedes y de la calidad del servicio ofrecido es esencial para saber si tu estrategia de fidelización va por buen camino.

## 4. ¡La atención online también cuenta!

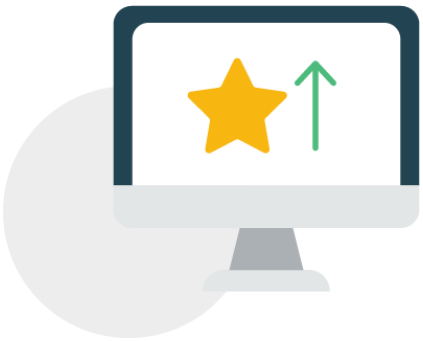
Estar activo en tus redes sociales te permitirá identificar mucho mejor quiénes son las personas que se hospedan en tu hotel, podrás saber cuáles son los requerimientos y opiniones de tu hotel en esta temporada. ¡Hazle saber a tus huéspedes que estás para ellos!



# ¿De qué manera puedo mantener contacto con mis huéspedes?

## 1. Responde todos los mensajes en tus redes sociales y OTAs sin excepción

Más de algún huésped buscará información sobre la calidad de servicio de tu hotel, es por eso que cada comentario que tu hotel reciba debe ser respondido, y de la mejor forma posible, ya que otros viajeros estarán leyendo estos, y es más probable que estos se hospeden ahí. Por eso es clave nunca descuidar tus redes ni plataformas de contacto online.





## 2. Define un estilo de comunicación

Si te interesa conformar un lazo perdurable en el tiempo con tus usuarios y huéspedes, diseña una línea editorial y gráfica que se adecúe al perfil de huéspedes que tienes y que deseas captar.

Pon ojo a las palabras que tenderás a utilizar, los colores que caracterizan a tu hotel y las imágenes que subirás. Recuerda siempre que la comunicación en tus redes debe ser igual a la comunicación que manejas en tu hotel y en el sitio web del hotel.



## 3. Sube información relevante

Infórmales sobre tu próximos eventos, tu nuevo menú, tus beneficios, inclusive sube posts de agradecimientos, estos los valorarán.

El feed de la página de tu hotel siempre debe estar actualizado y de la manera más atractiva y cercana posible, así podrás potenciar la interacción de los usuarios y huéspedes que visitan tu página.

## 4. ¡Los detalles sí marcan la diferencia!

Aprovecha el gran flujo de huéspedes y agrega valor a cada accionar de tu hotel, realiza actividades para todo tipo de huésped, entrega beneficios en recepción para quienes reserven servicios, ¡Sorpréndelos con un poco de música o con una pequeña degustación del menú de tu hotel!



# Pero, ¿cómo añado valor a mi hotel?



### 1. Define acciones puntuales para las áreas de servicio a las cuáles quieres añadir valor

Los detalles hacen la diferencia en tu calidad de servicio al huésped. En temporada alta añade valor a las áreas de servicio más solicitadas, por ejemplo, servicio a la habitación, salas de entretenimientos, restaurantes, etc.



### 2. Optimizar los procesos de tus áreas de servicio también es una forma de añadir valor, y una muy valorada

Por ejemplo, monitorea los tiempos de espera y optimiza el tiempo de los procesos de reservas, además del check-in (o sistema pre check-in) y check-out, ya que el tiempo de espera en temporada alta suele aumentar.

### 3. Las acciones que definas tienen que ser relevantes para tus huéspedes y coherentes con la experiencia de viaje ofrecida

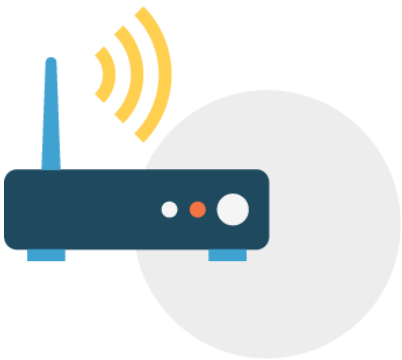
Debes pensar exactamente qué es lo quieres lograr con estos detalles, además de añadir valor (extender su estadía, aumentar tus reseñas en las OTAs, fidelizar, etc) y también, qué es lo que tus huéspedes apreciarán más (pregúntate: ¿qué esperan de tu hotel?) Añadir valor es una tarea importante y lograr que esta sea coherente y orgánica no es fácil.

# Te daremos algunos tips:



¿Qué puedo ofrecer en una habitación? Dispone de accesorios tecnológicos como cargadores de celulares y cables USB, cuida la decoración, ten el mismo tipo de iluminación en el cuarto excepto en el baño, déjales elementos de entretenimiento como algún juego típico de la zona, entre otros. El resto lo dejamos para la imaginación de tu equipo de marketing.

¿Qué otros beneficios puedo ofrecer a mis huéspedes? Como ya habíamos mencionado una conexión Wi-Fi puede hacer la diferencia, además en todas las áreas del hotel como ya lo habíamos mencionado (porque en serio, esto es muy importante), fíjate en que la decoración de recepción sea única y cómoda, dispón de caramelos en las zonas de entretenimiento, entre otras cosas.



**¡Pon alguna acción a prueba y ve la reacción de tus huéspedes!**

myHotel

# Sobre myHotel

Somos la empresa que aglomera la mayor cantidad de feed-back 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 una empresa innovadora que desarrolla tecnología de última punta desde América Latina para el mundo, trabajando con más de 1000 hoteles. Entregamos herramientas que automatizan los procesos de la medición y gestión de las opiniones de los huéspedes utilizando desde encuestas de satisfacción, a complejos algoritmos de monitoreos de OTAs y sitios de viaje.

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**