

FIDELT**O**UR



ACCIONES
PARA INCENTIVAR LA
VENTA DIRECTA
DE TU HOTEL

FIDELTOUR ACADEMY

Tu hotel no es solo una foto bonita.

¡Es mucho más! La esfera digital es el lugar donde la gente te descubre, se forma una opinión sobre ti (para bien o para mal) y, lo más importante, ¡donde decide si reserva contigo o se va con la competencia!

Si quieres dejar de depender tanto de los canales comisionados y tener más control sobre tus ingresos de tu hotel, tienes que empezar por dominar tus propios canales online: tu web, tus redes sociales... ¡son las herramientas básicas para vender directamente!

Olvídate de complicaciones, te vamos a dar las claves para que tu presencia digital se convierta en tu mejor comercial.

¡Vamos a por esas ventas directas!



Aquí empieza lo bueno |



Optimiza tu motor de reservas

Tu web puede estar adaptada a tu gráfica corporativa y tener fotos perfectas, ideales y muy inspiradoras, pero si el motor de reservas es lento, confuso o poco visual, perderás al cliente antes del primer clic.

Que sea intuitivo

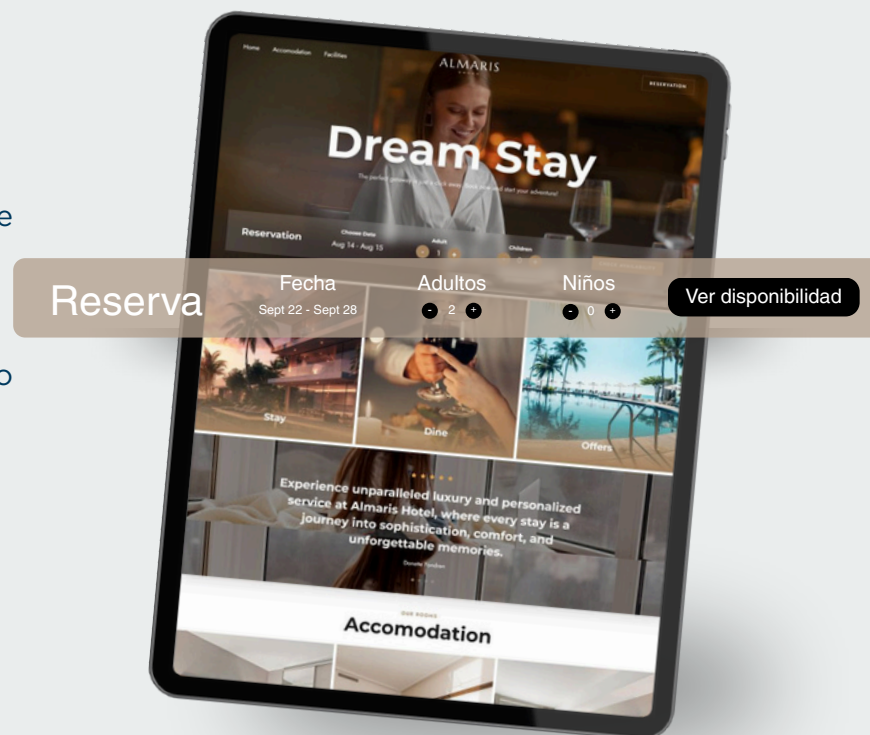
Adaptado a todas las plataformas de uso. Recuerda que hasta el 40% de los usuarios reservan a través del móvil.

Que sea visual

Muestra las tarifas, imágenes de habitaciones y la disponibilidad en tiempo real.

Que sea rápido

Evita pasos innecesarios o cargas lentas.



Haz la prueba: si a ti te parece lento, crees que hay pasos innecesarios o que hay falta de información, resultará igual para tu futuro huésped.

Ofrece beneficios exclusivos por reservar directamente en tu web

Los futuros huéspedes no solo se sienten atraídos por un precio más bajo. En muchas ocasiones, los pequeños detalles (y más, si están personalizados) pueden hacer que tu huésped potencial te elija por encima de una OTA, aunque el precio sea distinto.

Ofrécele un late check in o check out sin coste

Hazle saber que quieres que disfrute su experiencia al máximo en tu hotel y que le permites un pequeño y práctico capricho.

Ofrécele una experiencia

Hazle participe de lo que rodea al hotel con una experiencia local (excursiones, restaurantes, ocio) o una experiencia dentro del hotel, como el spa o un brunch especial.

Ofrécele una bebida de bienvenida

Una copa de champán, una bebida típica de tu zona o unos refrescos siempre amenizan la entrada a la habitación después de un viaje.



El objetivo de estos pequeños detalles es que el huésped potencial perciba el valor de reservar una estancia contigo por encima del precio.



Utiliza WhatsApp y las campañas de e-mail marketing para convertir

Tienes tu PMS y tu CRM lleno de información valiosísima de tu huésped. ¡Es hora de sacarle partido! Empieza por enviar comunicaciones estratégicas que ofrezcan valor y conecten en el momento oportuno del Guest Journey de tu huésped. Personaliza las comunicaciones y háblale de volver, no de comprar.

Los descuentos son ideales para los e-mails post estancia

Hazle saber a tu huésped que estás agradecido por haberte elegido y quieres premiarle a su vuelta.

Algo especial en su cumpleaños

O en fechas especiales. Los cupones descuento o regalo durante estas fechas son efectivos y suelen aportar mucho valor.

En WhatsApp, alta personalización

Es una canal de alta conversión durante la estancia o post estancia. Sácale el máximo partido.



Antes de enviar campañas, no olvides cumplir con la RGPD y estar seguro de que tus huéspedes te han dado el permiso para recibir esas comunicaciones.



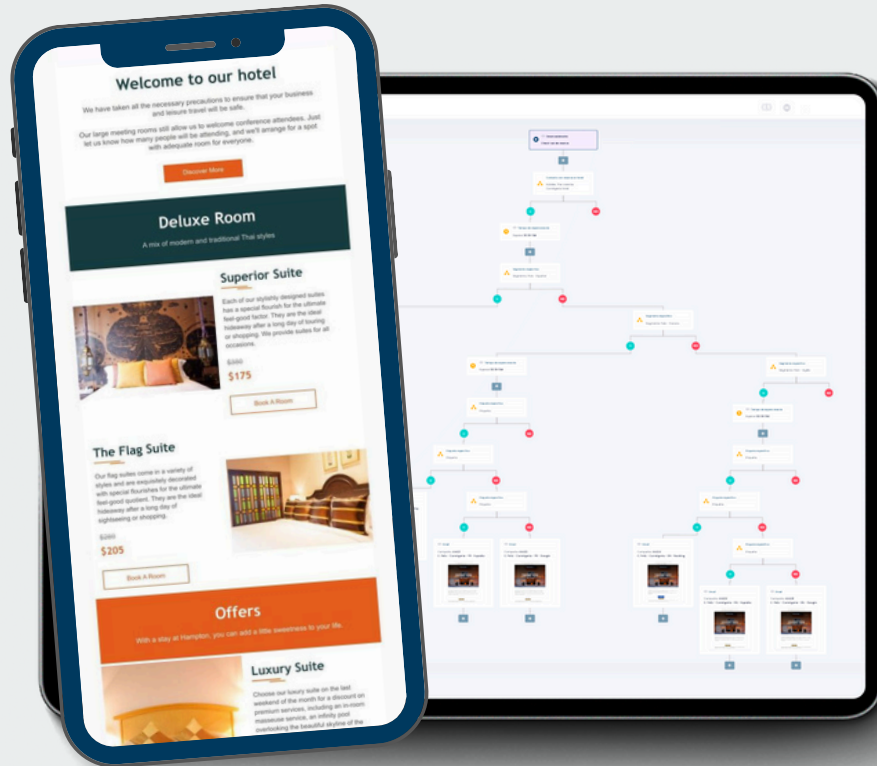
WhatsApp Ahora

Fideltour Hotel

Sabemos que eres fan de los spas, así que hemos preparado algo especial para ti 💕 Ahora dispones de un 20% de descuento en el acceso al spa durante tu estancia.

RESPONDER

MARCAR COMO LEÍDO



Crea mapas estratégicos y segmenta al detalle con cada acción.

Conoce el comportamiento de tu huésped en cada etapa.

[DESCUBRIR AUTOMATION](#)

Aprovecha las redes sociales para redigir tráfico

Las redes sociales de tu hotel sirven para mucho más que para ganar visibilidad. Son una herramienta muy poderosa si quieres redirigir tráfico cualificado a tu página web, a tus ofertas o a tu newsletter (donde captarás el dato para impactar con más campañas más adelante). El viajero actual se inspira por lo que ve en Instagram y Tik Tok, reservando directamente en tu web, por lo que es de vital importancia que el contenido en redes esté virado a la conversión web.

Publica contenido de calidad

Muestra imágenes acordes a tu identidad de marca y sigue las instrucciones de META para mejorar tu contenido.

Ten activas varias campañas

META ofrece diferentes objetivos para tus campañas, utiliza de alcance o de promoción para mejorar tus estadísticas y el tráfico a tu web.

Utiliza las stories para generar tráfico

Muestra habitaciones, desayunos o el ambiente de tu hotel y utiliza CTAs para mandar a los usuarios hacia tu página web.



Puedes mejorar tu [Social Proof](#) con clientes reales que han publicado contenido sobre tu hotel o con microinfluencers que te ayuden a generar contenido y potencien tu tráfico y alcance.



Crea Landing Pages pensadas para la conversión

Para informar, ya existen otros canales de comunicación de tu marca hotelera. Cuando hablamos de crear acciones para incentivar la venta directa, hay que dar en la diana. Si además, a estas landing pages les añades el concepto de urgencia, es probable que las conversiones se dupliquen. Prueba con limitar la oferta a unos días o un fin de semana.

El título, que sea un beneficio para el huésped

Háblale de la experiencia que va a vivir, los beneficios que va a obtener o lo bien que se lo va a pasar.

Menciona el valor de reservar directamente

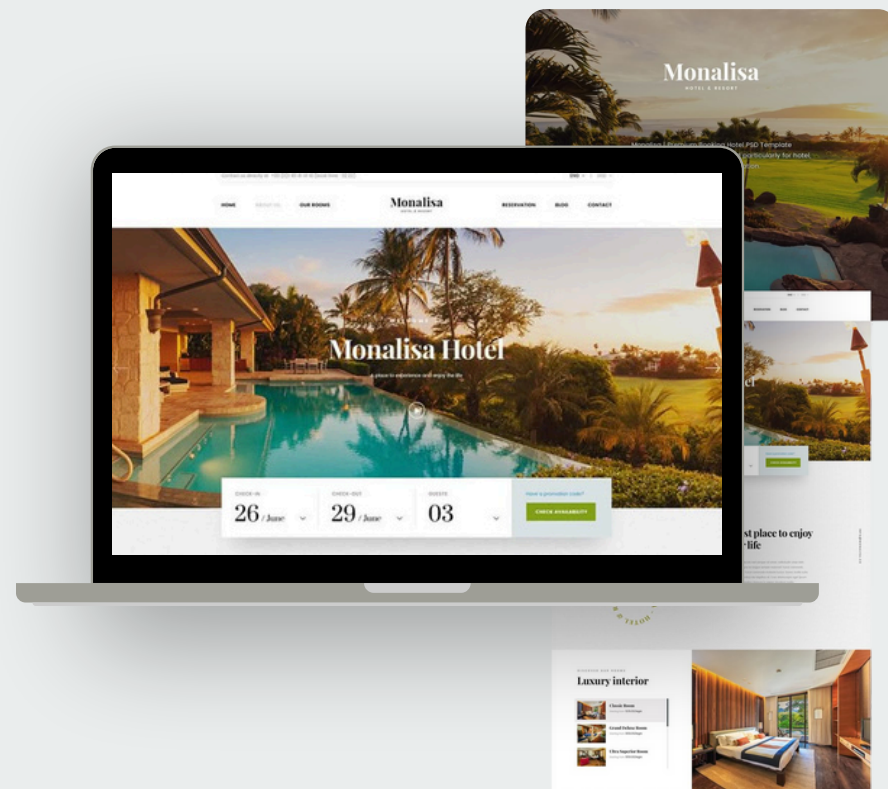
Como hemos mencionado anteriormente.

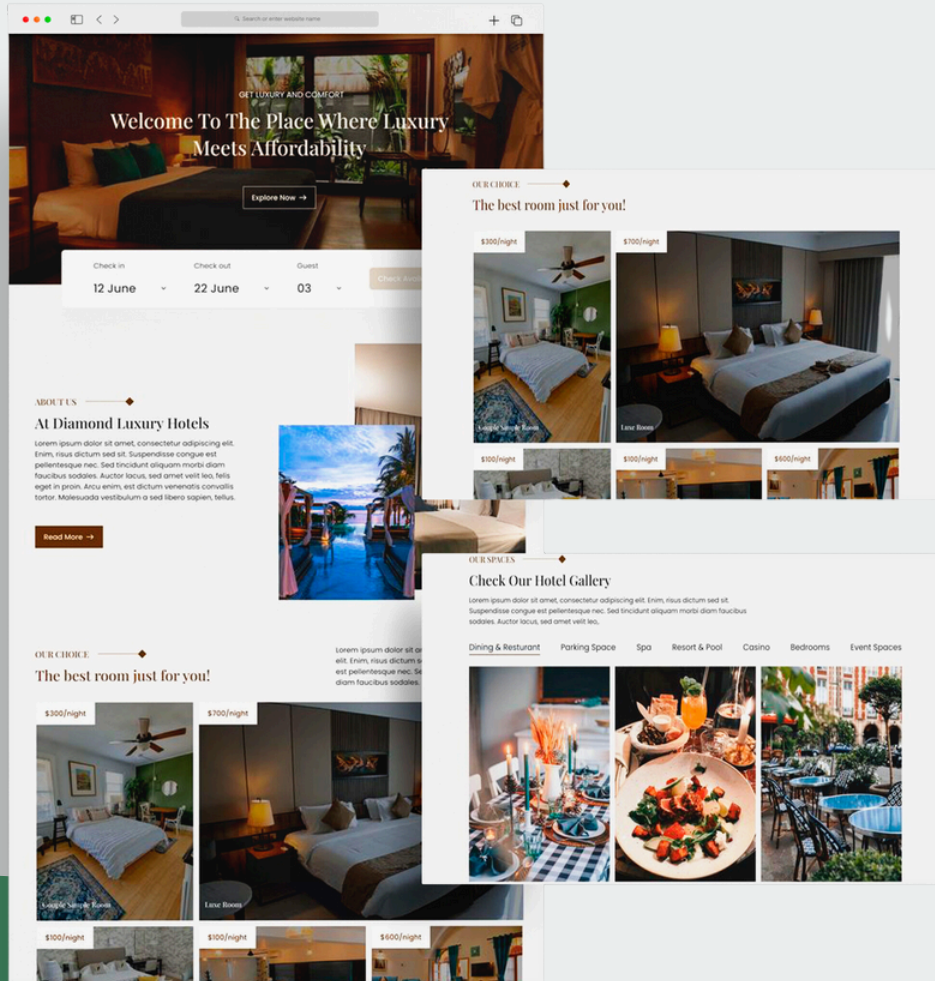
Aporta reseñas previas

Demuestra que esta experiencia o evento en tu hotel vale la pena a través de las opiniones de otros huéspedes.



Aplica los mismos conceptos de simplicidad y storytelling a tu landing page que a tu página web: que la historia sea cautivadora y el proceso de reserva, muy sencillo.





Crea páginas de aterrizaje de las que no querrán despegar,

y convierte a tus visitantes en tus próximos huéspedes.

[DESCUBRIR LANDINGS](#)

Simplifica el proceso de reserva para que sea rápido y fácil

Cuanto más clics haya durante tu proceso de reserva, más posibilidades hay de que tu huésped potencial decida abandonar. El viajero actual quiere los procesos sencillos y rápidos. Tu objetivo es optimizar el proceso de reserva para que sea tan fácil como elegir día, habitación y proceda a la pasarela de pago.

Deshazte de formularios y pasos innecesarios

A la hora de reservar, incluye solo la información estrictamente necesaria.

Optimiza para diferentes plataformas

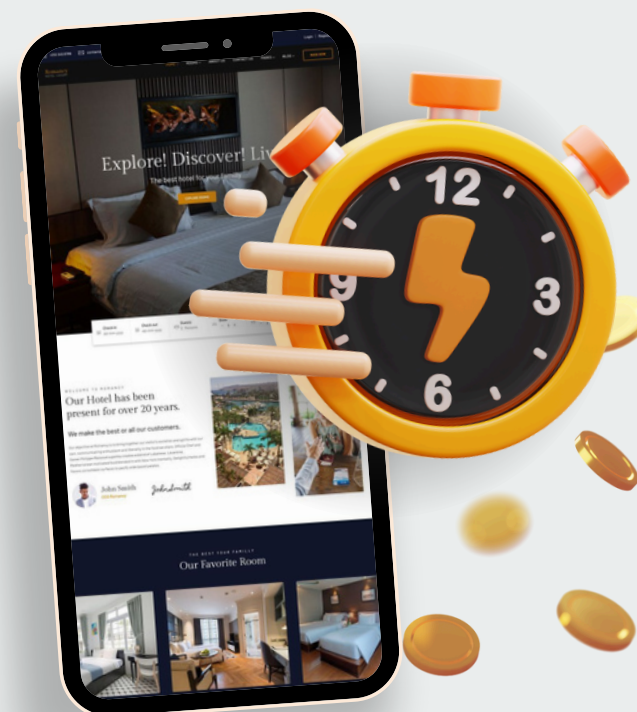
En especial, para móviles.

Incluye iconos de seguridad

Políticas de compra, devolución o desistimiento, métodos de pago seguros, sellos de calidad, etc.



Sé tu propio sujeto de pruebas. Descubre si se puede completar una reserva en la página web de tu hotel en menos de 1 minuto.



Tu reputación online, directamente en tu página web

Evita que los usuarios se dirijan a otras páginas web o portales de opinión para saber qué dicen de ti. Muestra las reseñas de los usuarios en tu propia página web y úsalas como prueba social, una reseña bien ubicada puede cerrar la reserva que esperabas.

Utiliza widgets

E inserta las valoraciones de portales como TripAdvisor, Google o Booking,

Muestra las opiniones de tus clientes

Los testimonios ayudan a construir la reputación online de tu marca, ¡aprovéchalos!

Incluye imágenes o videos

Si tus huéspedes han publicado contenido sobre tu hotel, pídeles permiso para usarlo como prueba social.



Generalmente, un cliente contento que ha publicado su estancia libremente en redes sociales u otras plataformas, se mostrará positivo si quieres utilizar alguna imagen o comentario que haya escrito previamente.



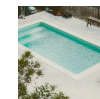
Priscila Méndez

5/5

Hace 2 semanas en  Google

Vacaciones | Pareja

Fuimos en pareja para desconectar del estrés del trabajo, y sin duda ha funcionado. Trato maravilloso, habitaciones cómodas y hotel modernizado y con todas las comodidades. Nos encantó el spa y los tratamientos en pareja. ¡Seguro que volveremos!



Campañas de tráfico pagado que dirijan a tu canal directo

Al realizar una campaña de Google Ads o META Ads, evita dirigir el tráfico solo a tu homepage. Dirige a tu cliente potencial a una landing específica con una propuesta exclusiva, puede ser una oferta, un evento o algo especial.

Que la landing sea atractiva

Las imágenes de calidad y los textos persuasivos y bien escritos que reflejen la identidad de tu marca son la clave para atrapar.

Segmenta las campañas

Las campañas (así como las landings) deben estar segmentadas por el tipo de público para que sean altamente efectivas.

No olvides los CTA

Los Call to Action persuasivos, claros y visibles son sumamente importante para que el huésped potencial haga clic.



No hay campaña sin métricas. Asegúrate de que tienes todo preparado para medir los resultados a través de las UTMs y el ROI que te ofrece cada canal.



Fideliza desde la primera interacción

Para que la venta directa pueda volver a repetirse, se debe construir una relación a largo plazo que ponga al huésped en el centro. Es necesario una buena estrategia de fidelización, comunicación y gestión del dato para saber el momento oportuno para impactar, enamorar y fidelizar.

Planifica y automatiza tus campañas de e-mail marketing

Tras conocer el Guest Journey, identifica los momentos ideales para comunicarte con tu huésped según sus necesidades. No olvides las encuestas post-estancia.

Programas de fidelización accesibles

La fidelización no es un tabú. Haz que tu huésped pueda formar parte del programa de fidelización desde la primera estancia.

Comunicación constante, pero no invasiva

Como en el primer punto, analiza, estudia y planifica el Guest Journey de tu huésped y crea plan de comunicación personalizado con contenido de valor.



Evita comunicarte con tu huésped para únicamente enviarle promociones o descuentos, pues termina perdiendo valor. Crea un storytelling que haga que te vea como algo más que un hotel.





En conclusión

Incentivar la venta directa no es solo de vender más, sino de recuperar y mantener el control sobre tu cliente, aumentar tu margen de beneficio y generar relaciones más duraderas a través del uso de múltiples canales de comunicación.

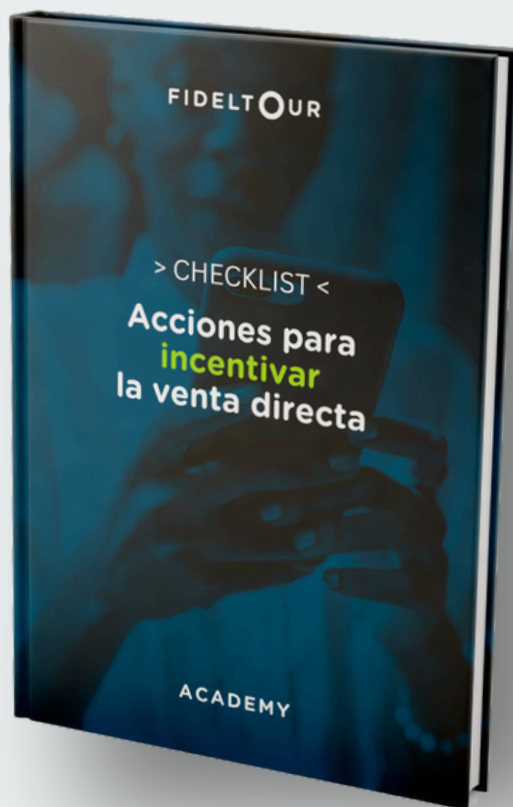
Aplicar estas acciones paso a paso, prioriza lo que puedes activar ahora mismo y mide los resultados.

Fidelizar, personalizar y convertir es el camino ideal hacia un modelo de venta directa hotelera que aumente la rentabilidad y sea sostenible en el tiempo.

¿Empiezas hoy, fideltourer?

¡Vamos a por esas ventas directas!

No te vayas sin el checklist



Asegúrate de que estás dándolo todo para mejorar la venta directa de tu hotel.

Con este checklist práctico y accionable, podrás detectar de forma rápida los puntos clave que tu hotel puede mejorar para impulsar sus reservas directas.

¡Es hora de tomar el control y empezar a convertir clientes en fans de tu marca!

[Descargar el checklist](#)

Descubre cómo mejorar la rentabilidad de tu hotel.

Empieza por una auditoría de fidelización gratuita.

Fideltour te permite auditar:

- El crecimiento de tu base de datos
- El aumento de tu venta directa
- El ahorro que supone la fidelización frente al uso de OTAs



[PEDIR AUDITORÍA](#)

FIDELTOUR

Incrementamos la venta directa y la fidelización de todo tipo de hoteles. Nuestra solución integral ya ha ayudado a más de 1.000 hoteles en todo el mundo.

Herramientas que te ayudan a mejorar la fidelización hotelera



FIDELTOUR CRM

Maximiza la conversión de tu web automatizando campañas personalizadas.



FIDELTOUR CAMPAIGNS

Maximiza la conversión de tu web con campañas de e-mail marketing personalizadas.



FIDELTOUR CONNECT

Centraliza tu base de datos conectando todas tus fuentes de datos.



FIDELTOUR REVIEWS

Optimiza tu reputación online con encuestas de satisfacción hotelera.



FIDELTOUR AUTOMATION

Automatiza las acciones de tus campañas de e-mail marketing y aumenta la conversión.



FIDELTOUR SOCIAL

Planifica tu contenido de redes sociales y utiliza las métricas para crear campañas especializadas.



FIDELTOUR LANDINGS

Crea páginas de aterrizaje y formularios para dar a conocer servicios o productos específicos.

FIDELTOUR

Fideltour es el CRM para hoteles creado por y para hoteleros que te permite conectar, conocer y fidelizar a tu cliente.

Empieza hoy tu aventura.

MÁS INFORMACIÓN

 www.fideltour.com

 marketing@fideltour.com

SÍGUENOS EN RRSS

 [/fideltour](https://www.instagram.com/fideltour)

 [/fideltour](https://www.linkedin.com/company/fideltour)